

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia merupakan negara yang memiliki banyak sekali keanekaragaman jenis kuliner yang dapat dikembangkan. Hal ini mengindikasikan bahwa potensi bisnis kuliner di Indonesia memiliki peluang yang cukup besar. Salah satu bisnis kuliner yang cukup menjanjikan adalah bisnis usaha rumah makan. Rumah makan merupakan usaha yang menyediakan makanan yang merupakan kebutuhan pokok manusia. Hal ini sesuai dengan teori A.A Maslow, yang mendefinisikan bahwa sandang, pangan, dan papan merupakan kebutuhan dasar manusia yang berimbas terhadap peningkatan penawaran.²

Usaha bisnis rumah makan merupakan usaha yang cukup menjanjikan saat ini. Hal ini dapat dibuktikan dengan semakin meningkatnya usaha rumah makan dan restoran dari skala kecil hingga berskala internasional. Berkembangnya industri rumah makan di Indonesia juga didukung oleh sektor pertanian. Indonesia mempunyai iklim yang sangat cocok untuk mengembangkan sektor pertanian, akan tetapi iklim dan kondisi lahan yang baik belum dimanfaatkan secara optimal. Hal itu dibuktikan dengan beberapa kali terjadinya kenaikan harga beras akibat kurangnya pasokan dalam

² Rina Rachmawati “Peranan Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) Terhadap Peningkatan Penjualan (*Sebuah Kajian Terhadap Bisnis Restoran*)” Jurnal Kompetensi Teknik Vol.2 No.2 Tahun. 2011, hal. 143.

negeri yang mengakibatkan pemerintah harus mengekspor beras dari negara lain.

Semakin meningkatnya bisnis usaha rumah makan mengharuskan suatu perusahaan membuat suatu strategi dalam hal pemasaran. Pemasaran adalah sebuah sistem dari kegiatan bisnis yang dirancang sebuah perusahaan untuk merencanakan produk, harga, promosi, dan mendistribusikan barang atau jasa serta barang-barang pemuas keinginan pasar.³ Definisi strategi pemasaran adalah memilih dan menganalisa keinginan pasar yang merupakan suatu kelompok orang yang ingin dicapai oleh perusahaan tersebut dan menghasilkan suatu bauran pemasaran yang cocok dan dapat memuaskan pasar sasaran tersebut.⁴

Perusahaan merupakan suatu organisasi yang dapat menyesuaikan diri dari berbagai macam perubahan atau perkembangan zaman yang terjadi. Setiap perusahaan menginginkan usahanya tetap berjalan dan menjadi yang paling unggul ditengah ketatnya persaingan usaha dagang, apalagi dimusim pandemi saat ini sangat dibutuhkan strategi yang tepat agar tujuan dari perusahaan tersebut tercapai. Setiap produksi yang dihasilkan pasti akan dipasarkan kepada masyarakat untuk dikonsumsi. Dalam hal ini strategi pemasaran dapat mempengaruhi hasil usaha tersebut. Apabila usaha strategi pemasaran dijalankan secara tepat maka akan

³ Marius P Angipora, *Dasar-Dasar Pemasaran*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2002), Cet Ke-2, hal .3

⁴ Bukhari Alma, *Kewirausahaan*, (Bandung: Alfabeta, 2008), hal. 195

menunjang volume penjualan perusahaan tersebut, sebaliknya jika strategi pemasarannya buruk juga dapat mempengaruhi volume penjualan usaha tersebut menjadi berkurang bahkan tidak dapat bersaing dengan perusahaan lainnya.

Dalam memulai usaha khususnya bisnis usaha rumah makan hal utama yang harus dipikirkan yaitu strategi pemasaran seperti penentuan produk, harga serta lokasi usaha yang akan ditempati. Hal itu akan menjadi pertimbangan bagi konsumen untuk melakukan transaksi disuatu usaha tempat tersebut. Dengan menghadirkan produk dengan kualitas yang baik, harga yang terjangkau serta tempat usaha yang strategis dan mudah dijumpai konsumen pasti akan membuat penjualan dan penghasilan usaha tersebut semakin meningkat. Sebuah usaha dapat dikatakan berkembang apabila penjualan semakin meningkat dari waktu ke waktu. Penjualan merupakan sebuah usaha yang dilakukan perusahaan untuk mengembangkan rencana-rencana dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan keinginan pembeli, guna mendapatkan laba dari hasil penjualan tersebut dan digunakan untuk mengembangkan serta mempertahankan usaha tersebut.

Rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo atau biasa disebut Winna Joglo merupakan salah satu rumah makan yang berada di Kabupaten Tulungagung. Adanya pandemi Covid-19 ini menimbulkan perubahan pola pembelian konsumen. Umumnya konsumen langsung datang ke rumah makan untuk membeli

makanan. Pada masa pandemi seperti ini kebiasaan tersebut terpaksa hilang untuk membatasi penyebaran penyakit Covid-19 ini maka konsumen memungkinkan untuk berada di rumah dalam waktu yang lama. Sehingga, dampak yang terjadi yaitu adanya ketidak stabilan pada volume penjualan rumah makan Winna Joglo. Oleh sebab itu menerapkan strategi pemasaran yang tepat sesuai dengan kondisi saat ini merupakan kunci sukses untuk dapat meningkatkan volume penjualan sehingga dapat mempertahankan suatu bisnis usaha.

Rumah makan Winna Joglo berdiri pada tanggal 17 Mei 2017 dan menjual berbagai macam olahan masakan mulai dari aneka sop, jamur, mie, daging serta olahan masakan lainnya. Di sekitar lokasi usaha rumah makan Winna Joglo ini banyak rumah makan lain yang juga beroperasi, namun rumah makan Winna Joglo ini yang tetap konsisten di kunjungi oleh pembeli.

Melihat semakin berkembangnya rumah makan Winna Joglo ini membuat saya tertarik untuk melakukan penelitian mengenai strategi pemasaran yang diterapkan. Strategi yang diterapkan oleh suatu perusahaan dapat menjadi pertimbangan dan menambah wawasan bagi para pebisnis lainnya. Lokasi usaha rumah makan ini juga sangat strategis, sehingga diharapkan dapat memudahkan penelitian yang akan dilakukan. Maka dengan penelitian ini peneliti akan menganalisa mengenai strategi pemasaran yang diterapkan oleh rumah makan Winna Joglo dalam meningkatkan volume penjualannya.

Melihat dari latar belakang yang telah disampaikan maka saya tertarik untuk menggali lebih dalam masalah dengan judul **“Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Volume Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19”** (Studi Kasus di Rumah Makan Waroeng Jadoel Winna Joglo Desa Ngujang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung).

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bauran pemasaran yang dijalankan pihak manajemen rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid 19?
2. Bagaimana strategi pemasaran yang dilaksanakan oleh rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid-19?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk memberikan gambaran dan bukti empiris mengenai strategi pemasaran pada perusahaan rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo di Desa Ngujang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung. Tujuan penelitian yang dilakukan di rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendiskripsikan bauran pemasaran yang dijalankan pihak manajemen rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo dalam

meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid-19.

2. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan oleh rumah makan Winna Joglo dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid-19.

D. Batasan Masalah

Adanya batasan masalah pada penelitian ini adalah untuk menghindari adanya pembahasan berlebihan yang tidak terkendali. Maka dalam penelitian ini diperlukan batasan agar terfokus untuk membahas apa yang sudah menjadi tujuan penelitian ini. Batasan masalah dalam penelitian ini adalah berfokus pada bauran pemasaran dan strategi yang diterapkan pada rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo dalam meningkatkan volume penjualan pada masa pandemi covid 19.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain :

1. Secara Teoritis

Diharapkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini nantinya dapat dijadikan sebagai bahan referensi atau acuan dalam melakukan penelitian maupun suatu pembahasan mengenai masalah yang serupa.

2. Secara Praktis

a. Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai strategi pemasaran dan dapat mengembangkan kemampuan peneliti dalam hal melaksanakan penelitian ilmiah.

b. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi rumah makan Waroeng Jadoel Winna Joglo di Desa Ngujang Kecamatan Kedungwaru Kabupaten Tulungagung.

c. UIN Tulungagung

Dari hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat sebagai sumbangan pemikiran dan menambah sumber referensi bagi UIN Tulungagung, bagi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI), dan Jurusan Ekonomi Syariah pada khususnya.

F. Penegasan Istilah

Agar mudah dalam memahami ataupun mengartikan istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini, maka perlunya adanya penegasan dalam istilah-istilah yang digunakan.

Adapun penegasan istilah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu perusahaan yaitu perencanaan atau gagasan serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang penting untuk mencapai tujuan tertentu dari perusahaan tersebut.⁵
2. Pemasaran adalah suatu proses kegiatan yang dipengaruhi oleh berbagai faktor social, budaya, politik, ekonomi.⁶ Strategi pemasaran adalah rencana yang menyeluruh, terpadu dan menyatu di bidang pemasaran, yang memberikan panduan tentang kegiatan yang akan dijalankan untuk dapat tercapainya tujuan penciptaan, penawaran dan pertukaran suatu produk dari produsen untuk meyakinkan para konsumen.
3. Penjualan definisikan sebagai program yang terdiri atas berbagai kegiatan pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian barang dan jasa dari produsen kepada konsumen, sehingga penggunaannya sesuai dengan yang di perlukan (jenis, jumlah, harga, tempat dan saat di butuhkan).⁷
4. Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasarannya dalam pasar sasarannya. Dari definisi tersebut dapat disimpulkan

⁵ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997), hlm.4.

⁶ Freddy Rangkuti, *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT*.....hlm.101

⁷ Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, *Pemasaran Strategik*, (Yogyakarta: ANDI,2012), hlm.393.

bahwa produk, harga, distribusi, promosi saling berhubungan di mana masing-masing elemen di dalamnya saling memengaruhi.

5. Rumah makan adalah suatu tempat atau bangunan yang diorganisasikan secara komersial, yang menyelenggarakan pelayanan dengan baik kepada semua tamu, baik berupa kegiatan makan maupun minum dengan tujuan operasional rumah makan adalah untuk mencari keuntungan.

G. Sistematika Pembahasan

Penyusunan skripsi ini nanti akan dikemas dalam bentuk perbab. Secara global sistematikanya dapat dijabarkan sebagai berikut:

BAB Pertama, yaitu pendahuluan, terdapat latar belakang yang disertai alasan memilih judul. Rumusan masalah untuk memperjelas pokok-pokok masalah yang akan diteliti. Kemudian tujuan penelitian, batasan masalah dan kegunaan penelitian untuk memperjelas dan pentingnya penelitian ini. Selanjutnya penegasan istilah untuk menghindari terjadinya kesalahan penafsiran dalam memahami istilah-istilah yang dipakai dalam penelitian ini. Terakhir sistematika pembahasan adalah untuk memberikan gambaran secara umum, sistematis, logis, dan korelatif mengenai kerangka pembahasan penelitian.

BAB Kedua, yaitu kajian pustaka penelitian yang memuat pembahasan tentang strategi pemasaran rumah makan dalam meningkatkan volume penjualan.

BAB Ketiga, Metode Penelitian yang meliputi jenis penelitian yang digunakan, kehadiran dan peran peneliti dalam penelitian, lokasi penelitian, Sumber Data yang digunakan, Teknik Pengumpulan Data, Teknis Analisi Data, dan Tahap-tahap penelitian yang dilalui.

BAB Keempat, akan menguraikan hasil penelitian yang meliputi paparan data dan temuan penelitian.

BAB Kelima yaitu Pembahasan, pada bab ini peneliti membahas hasil temuan penelitian.

BAB Keenam, yaitu penutup yang berisi kesimpulan dan saran.