

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan bisnis adalah sebuah kegiatan yang wajar dialami oleh para pelaku bisnis. Dalam menghadapi persaingan maka pelaku bisnis tentunya harus memiliki sebuah strategi baik dari pemasaran maupun strategi persaingan. Bauran pemasaran merupakan sebuah teori dalam strategi pemasaran yang dilakukan melalui komponen bauran pemasaran sehingga didapat sebuah tujuan dari pelaku usaha tersebut dalam menjangkau target bisnisnya. Dalam persaingan usaha teori bauran pemasaran sangat berpengaruh penting, karena bauran pemasaran digunakan sebagai alat interaksi langsung dengan pasar sehingga kinerja suatu bisnis dapat berjalan dengan baik. Bauran pemasaran memiliki tugas menciptakan suatu keunggulan produk dalam pasar tertentu. Dari keunggulan produk tersebut maka diperlukan sebuah pembedaan dalam bauran pemasaran dari setiap komponennya. Sehingga bauran pemasaran dapat berjalan secara kerja sama yang pada akhirnya dapat memberikan *value* yang dikehendaki oleh pasar.²

Dalam memasarkan produk setiap pengusaha harus mempunyai perencanaan yang bagus untuk melakukan pemasaran produk. Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan sehingga usaha tersebut lebih unggul dalam menghadapi persaingan. Untuk menghadapi persaingan pasar pelaku bisnis

² Agus Hasan A Pura, 'Marketing Mix Sebagai Alat Pembeda Dalam Persaingan', 16.1 (2016), Hal 9.

harus mempunyai target pasar yang akan dituju. Perlunya bauran pemasaran dalam persaingan usaha adalah sebagai alat perencanaan yang berfokus pada produk, harga, lokasi, dan promosi. Variabel-variabel bauran pemasaran tersebut memiliki sebuah kesatuan yang saling melengkapi dalam menjalankan sebuah strategi pemasaran produk untuk menghadapi persaingan usaha. Selain itu strategi persaingan maupun pemasaran harus disesuaikan dengan mempertimbangkan posisi usahanya. Karena jika suatu strategi disesuaikan dengan posisi usahanya maka dari strategi tersebut akan menjadikan sebuah keuntungan.

Kabupaten Kediri dikenal dengan gudangnya kuliner, salah satu nya yaitu Soto Branggahan. Dinamakan Soto Branggahan karena lokasi penjualannya berada di Desa Branggahan Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Dari cerita yang beredar usaha soto Desa Branggahan merupakan sebuah sentra usaha mikro yang sudah ada sejak tahun 1950. Soto Branggahan hanya terlokalisir di sepanjang Jalan Desa Branggahan, Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri. Walaupun ada di luar wilayah tersebut, jumlahnya tidak terlalu banyak dan hanya berupa warung tenda atau warung kecil. Para pedagang Soto Branggahan umumnya merupakan masyarakat sekitar yang telah berjualan secara turun temurun. Di kawasan ini, kita dapat menjumpai kurang lebih 50 penjual soto dengan lokasi yang berjejer antar penjual secara berpetak-petak. Jika dilihat dari lokasi nya tersebut Soto Branggahan dapat dijadikan sebagai tempat wisata kuliner bagi masyarakat luar.

Gambar 1.1 Warung Soto Branggahan



Sumber : Peneliti 2023

Sentra usaha merupakan sebuah kegiatan usaha yang di dalamnya terdapat pelaku usaha yang memanfaatkan bahan baku dan sarana yang sama sehingga menghasilkan suatu produk yang sejenis pada lokasi tertentu. Jika dilihat Soto Branggahan memang tidak seterkenal seperti soto lainnya tetapi Soto Branggahan merupakan sebuah sentra usaha soto yang bisa menjadikan sebuah ciri khas pada daerahnya sendiri yaitu Desa Branggahan. Dengan adanya penjual soto tersebut menjadikan Desa Branggahan dikenal oleh masyarakat luar sebagai daerah kuliner soto. Banyak masyarakat menilai bahwa Soto Branggahan ini terkenal dengan keunikannya yang diciptakan oleh para penjual dengan lokasi yang berjejer dan rasa soto yang kurang lebih hampir sama dengan penjual soto lainnya. Soto Branggahan merupakan sebuah soto ayam kampung mempunyai ciri khas yaitu penyajiannya dengan mangkuk kecil.

Masyarakat luar pastinya sering menjumpai penjual soto namun tidak seperti pada Soto Branggahan ini yang memiliki ciri khas tersendiri. Dari adanya ciri khas tersebut menjadikan daya tarik wisatawan luar untuk

menikmati Soto Branggahan. Hal unik yang dimiliki Soto Branggahan yaitu dalam penyajian Soto Branggahan. Bila pedagang soto pada umumnya meletakkan sambal pada tempat yang terpisah dan sambalnya sudah dihaluskan, namun Soto Branggahan ini meletakkan sambalnya di bawah nasi dengan selera pedas yang bisa dipesan kepada penjualnya, jadi perlu adukan terlebih dahulu sebelum menikmati. Jika tidak, sensasi pedas hanya didapatkan disuapan-suapan terakhir. Selain itu tempat penyajiannya pun tidak kalah menarik, yakni disajikan pada mangkuk yang ukurannya tidak sebesar wadah penyajian soto pada umumnya, tetapi menggunakan mangkuk kecil yang menyerupai mangkuk china atau cawan dan sendok bebek berbahan baja tahan karat (*steinless steel*).

Berdasarkan apa yang telah dijelaskan pada latar belakang tersebut peneliti tertarik lebih dalam untuk meneliti tentang “ **Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Soto Branggahan Kecamatan Ngadiluwih Kabupaten Kediri**”

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka Fokus Penelitian yang diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan pada penjual Soto Branggahan ?
2. Apa tantangan yang dihadapi oleh penjual Soto Branggahan dalam menghadapi persaingan usaha sejenis ?

C. Tujuan Penelitian

Adapun beberapa tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui penerapan strategi pemasaran pada penjual Soto Branggahan dalam menghadapi persaingan dengan usaha sejenis
2. Untuk mengetahui tantangan yang dihadapi penjual Soto Branggahan dalam menghadapi persaingan usaha sejenis

D. Identifikasi Penelitian dan Batasan Masalah

1. Identifikasi Penelitian

- a. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif.
- b. Jenis masalah dalam penelitian ini adalah mengenai Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Soto Branggahan.

2. Batasan Masalah

Peneliti membatasi masalah yang akan diteliti adalah membahas mengenai Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Soto Branggahan Ngadiluwih Kediri.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat atau kegunaan, adapun manfaat atau kegunaan dari penelitian ini adalah

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi tentang strategi pemasaran dan sebagai bahan pembelajaran bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Manfaat lainnya diharapkan dapat menjadi *input* atau bahan masukan terhadap penelitian yang sama.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman bagi mahasiswa secara langsung tentang bagaimana pentingnya pemasaran bisnis dalam menghadapi persaingan bisnis.

b. Bagi Lembaga

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pengusaha soto sebagai bahan pertimbangan atau referensi dalam mengembangkan usahanya melalui strategi pemasaran.

F. Penegasan Istilah

Untuk membahas permasalahan dalam penelitian ini, perlu penegasan beberapa kata kunci yang pengertian dan pembatasannya perlu dijelaskan sebagai berikut :

1. Secara Konseptual

a. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran yaitu suatu rencana yang menjabarkan suatu ekspektasi perusahaan akan dampak dari berbagai aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk atau lini produknya dipasar sasaran tertentu. Program pemasaran meliputi tindakan-tindakan pemasaran yang dapat mempengaruhi permintaan terhadap produk diantaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi

kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.³

b. Persaingan Usaha

Persaingan berasal dari kata dasar “saing” yang artinya berlomba atau mengatasi, dahulu mendahului, dengan kata lain yaitu usaha untuk memperhatikan keunggulan masing-masing yang dilakukan perseorangan atau badan hukum dalam bidang perdagangan, produksi, maupun pertahanan. Jadi maksud dari persaingan ini merupakan bersaingnya antar para pedagang yang sama-sama berusaha atau ingin mendapatkan sebuah keuntungan, pangsa pasar dan juga jumlah penjualan. Dalam hal ini para pedagang biasanya melakukan persaingan dengan membedakan harga, kualitas produk, distribusi maupun mempromosikannya.⁴

2. Secara Operasional

Berdasarkan penegasan secara konseptual di atas, maka secara operasional yang dimaksud dari “Strategi Pemasaran Dalam menghadapi Persaingan Usaha Soto Branggahan” merupakan sebuah strategi pemasaran yang mana sebagai salah satu cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam memasarkan untuk menghadapi persaingan pada pasar.

³ Sunarsasi Sunarsasi and Nanang Rudi Hartono, ‘Strategi Pemasaran Usaha Kecil Menengah Di Kabupaten Blitar’, *Translitera: Jurnal Kajian Komunikasi Dan Studi Media*, 9.1 (2020), 22–31.

⁴ Siti Hofifah, ‘Analisis Persaingan Usaha Pedagang Musiman Di Ngebel Ponorogo Ditinjau Dari Perspektif Etika Bisnis Islam’, *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 3.2 (2020), 37–44.

G. Sistematika Penulisan Skripsi

Sistematika penulisan skripsi berisi tentang isi keseluruhan dari penelitian yang terdiri atas, bagian awal, bagian utama, dan bagian akhir. Bagian awal terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, moto, halaman persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar tabel, daftar gambar, dan daftar lampiran. Bagian utama dari sistematika penulisan skripsi ini terdiri dari atas :

BAB I PENDAHULUAN

Terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, ruang lingkup dan keterbatasan penelitian, penegasan istilah, dan sistematika skripsi.

BAB II LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori dari bahasan permasalahan dalam penelitian yang akan ditulis oleh peneliti.

BAB III METODE PENELITIAN

Berisi tentang metode penelitian yang membahas rancangan penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti dalam melakukan penelitian yang dilakukan secara mutlak untuk mengumpulkan dan memperoleh informasi, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, dan tahap-tahap penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Pada bab ini bersisi tentang deskriptif data, temuan penelitian, pembahasan tentang temuan penelitian.

BAB V PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang temuan penelitian yang merupakan pembahasan terhadap hasil penelitian yaitu terkait dengan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha Soto Branggahan Ngadiluwih Kediri

BAB VI PENUTUP

Berisi tentang kesimpulan dari paparan yang telah disampaikan, serta saran-saran yang akan dikemukakan untuk pembaca.