

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemulihan ekonomi pasca pandemi merupakan upaya pemulihan ekonomi yang rusak akibat Covid-19. Perekonomian Indonesia bersama dengan perekonomian dunia lainnya, terkena dampak signifikan dari penyebaran pandemi yang cepat. Sementara beberapa industri harus mentolerir penurunan penjualan dan keuntungan yang cukup besar. Pemerintah Indonesia secara resmi mencabut aturan kebijakan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat atau PPKM yang disampaikan langsung oleh bapak Presiden. Dengan dicabutnya kebijakan tersebut, semua sektor dibuka kembali dalam upaya untuk mendongkrak perekonomian. Pandemi berdampak sangat besar pada beberapa sektor ekonomi yang membutuhkan dukungan untuk pulih. Oleh sebab itu, dengan membuka semua sektor ekonomi setelah pandemi akan membantu menghidupkan kembali perekonomian dengan meningkatkan aktivitas komersial dan menciptakan lapangan kerja. Ini akan mendukung segala sektor yang membutuhkan dukungan dan bantuan dalam pemulihan ekonomi jangka panjang.

Seiring dengan kemajuan ekonomi dan teknologi serta dicabutnya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) membuat pemerintah membuka kembali segala sektor yang sebelumnya ditutup. Hal itu membuat persaingan pelaku usaha sejenis semakin ketat dan dinamis. Mulai dari bisnis besar hingga bisnis kecil dan menengah didorong untuk menaikkan daya saing. Karena persaingan yang ketat saat ini, pemilik bisnis harus menggunakan teknik yang tepat untuk mencapai tujuan mereka. Kegagalan dalam bisnis diakibatkan oleh ketidaktahuan pengusaha terhadap lingkungan internal dan kemungkinan lingkungan eksternal yang monopolistik.

Dalam sambutannya yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo pada Rabu, 13 Juli 2022 pada acara Bantuan NIB Usaha Mikro Kecil Perorangan (UMK) 2022 di GOR Nanggala Kopassus Jakarta, beliau menyampaikan bahwa UMKM secara signifikan meningkatkan ekonomi dan lapangan kerja nasional. Artinya

usaha mikro adalah satu diantara sektor usaha yang berkembang pesat dan berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional.

Usaha mikro, sebagaimana yang dijelaskan dalam Pasal 1 PP Nomor 7 tahun 2021 mengenai Kemudahan, Pelindungan, dan Pemberdayaan Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, merujuk pada usaha produktif yang dimiliki oleh individu atau unit usaha mandiri yang memenuhi syarat sebagai usaha mikro sesuai dengan regulasi yang ditetapkan dalam peraturan pemerintah tersebut. Sesuai dengan Pasal 35 PP No. 7 Tahun 2021, usaha mikro harus memiliki modal kerja yang tidak melebihi Rp1.000.000.000,00 (satu miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan sebagai aset. Selain itu, penjualan dari usaha mikro tidak boleh melebihi pendapatan sebesar Rp2.000.000.000,00 setiap tahun (dua miliar rupiah).

Banyak usaha mikro di berbagai daerah telah secara signifikan memajukan perekonomian masyarakat. Berbagai usaha mikro dalam negeri, terutama yang aktif dalam industri pengolahan makanan dan minuman, yang memiliki potensi pasar lokal, tumbuh dan memperluas operasinya. Selain berperan dalam pertumbuhan ekonomi, usaha mikro juga berperan dalam menciptakan kesempatan kerja bagi penduduk setempat dan merupakan sumber pemasok produk lokal, termasuk berbagai produk yang dibutuhkan masyarakat untuk membantu mengurangi pengangguran di Indonesia. Secara umum, usaha mikro memainkan peran penting dalam perekonomian Indonesia dan dapat membantu memperkuat perekonomian Indonesia. Oleh sebab itu, pemerintah memberikan dukungan yang cukup kepada usaha mikro agar dapat berkembang dan meningkatkan perekonomian nasional.

Rumah Makan Rahayu adalah salah satu di antara usaha mikro di sektor kuliner yang berlokasi di Perumahan Griya Asri 2 Desa Sumber Jaya Kecamatan Tambun Selatan yang sudah berdiri sejak tahun 2013. Pengunjung yang datang ke Rumah Makan Rahayu dapat memesan berbagai makanan dan minuman di Rumah Makan Rahayu. Rumah Makan Rahayu menyajikan layanan makan ditempat dan layanan bawa pulang (*take away*). Selain itu, Rumah Makan Rahayu juga menyediakan layanan pemesanan makanan untuk acara-acara khusus. Bisnis Rumah Makan Rahayu saat ini menghadapi kompetitor yang ketat di usaha kuliner ini, dimana jarak setiap kurang lebih 100 meter terdapat beberapa kompetitornya.

Berikut ini adalah nama kompetitor terdekat usaha Rumah Makan Rahayu serta jarak antar usaha satu sama lain:

Tabel 1.1 Jarak Antar Kompetitor

<b>Nama Usaha</b>	<b>Jarak Antar Kompetitor (Meter)</b>
RM Rahayu dan RM Sari Rasa	200
RM Rahayu dan RM Raja Daun	140
RM Rahayu dan RM Mama Lulu	180
RM Rahayu dan RM Wijaya	250

Sumber: Data Primer (2023)

Menurut data yang tertera dalam tabel (1.1) di atas, jarak antar usaha satu sama lain saling berdekatan. Berdasarkan wawancara awal secara langsung (*on the spot*) kepada para kompetitor tersebut, lokasi yang strategis menjadi alasan mengapa para penjual membangun usaha rumah makan di lokasi tersebut sehingga membuat persaingan bisnis menjadi ketat, hal ini menimbulkan kompetisi langsung antara usaha satu dengan usaha lainnya. Hal serupa yang ditawarkan oleh Rumah Makan Rahayu kini juga ditawarkan oleh usaha kuliner tersebut. Dengan demikian, sangat penting bagi Rumah Makan Rahayu perlu memilih rencana pemasaran terbaik guna mempertahankan dan memperluas pasar. Berikut adalah data-data harga dari masing-masing usaha:

Tabel 1.2 Daftar Harga dan Nama Kompetitor

<b>Menu Paket</b>	<b>RM Rahayu</b>	<b>RM Sari Rasa</b>	<b>RM Mama Lulu</b>	<b>RM Raja Daun</b>	<b>RM Wijaya</b>
Telur Dadar+Nasi	Rp 10.000	Rp 11.000	Rp 11.000	Rp 10.000	Rp 11.000
Ayam Goreng+Nasi	Rp 12.000	Rp 12.000	Rp 13.000	Rp 14.000	Rp 13.000
Soto Ayam	Rp 13.000	Rp 14.000	Rp 13.000	Rp 14.000	Rp 15.000
Sop Ayam	Rp 13.000	Rp 14.000	Rp 13.000	Rp 14.000	Rp 15.000
Telur Balado+Nasi	Rp 11.000	Rp 12.000	Rp 12.000	Rp 12.000	Rp 11.000

Sumber: Pelaku Usaha (2023)

Tabel (1.2) merupakan data perbandingan pangsa pasar dengan pesaing berdasarkan harga yang ditetapkan dan telah ditentukan sebelumnya. Daftar menu makanan diatas merupakan menu yang sering dipesan oleh pelanggan atau *best seller* masing-masing usaha rumah makan. Terlihat bahwa harga menu makanan

yang ditawarkan oleh usaha Rumah Makan Rahayu memiliki harga yang tidak jauh berbeda dari apa yang ditawarkan oleh kompetitor. Bahkan ada beberapa menu dari Rumah Makan Rahayu yang memiliki harga sedikit lebih murah daripada harga menu pesaing lain. Seperti menu telur dadar, menu telur dadar dengan nasi yang ditawarkan oleh usaha Rumah Makan Rahayu seharga Rp 10.000 dibandingkan dengan para pesaing yang memiliki harga Rp 11.000 dan seterusnya. Dari persaingan kompetitor tersebut membuat Rumah Makan Rahayu mengalami penurunan penjualan. Berikut adalah data penjualan Rumah Makan Rahayu dan para kompetitor dalam 10 tahun terakhir:

Tabel 1.3 Data Penjualan Kompetitor

<b>Data Penjualan (Rp)</b>					
<b>Tahun</b>	<b>RM Rahayu</b>	<b>RM Sari Rasa</b>	<b>RM Mama Lulu</b>	<b>RM Raja Daun</b>	<b>RM Wijaya</b>
2013	205.142.000	-	215.505.000	-	220.451.000
2014	257.040.000	225.000.000	240.000.000	230.000.000	250.123.000
2015	261.360.000	250.000.000	255.000.000	222.420.000	234.045.000
2016	235.120.000	210.000.000	225.650.000	215.000.000	230.000.000
2017	212.103.000	224.570.000	234.578.000	222.056.000	200.140.000
2018	205.200.000	245.580.000	235.890.000	228.444.000	215.890.000
2019	179.280.000	240.158.000	245.123.000	230.123.000	200.454.000
2020	95.550.000	115.000.000	100.500.000	110.000.000	125.000.000
2021	79.920.000	85.000.000	83.567.000	80.000.000	90.230.000
2022	68.320.000	98.000.000	90.888.000	82.233.000	95.230.000

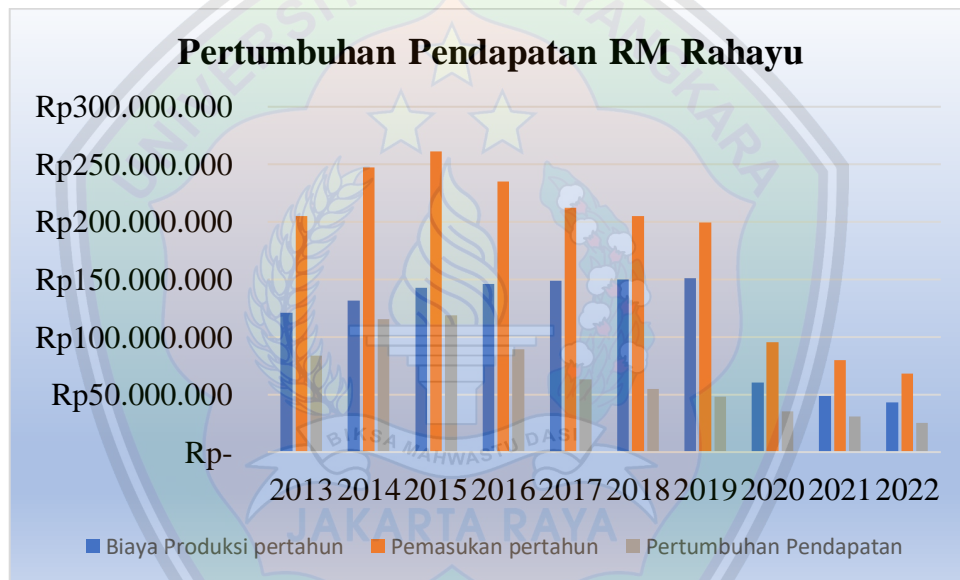
Sumber: Pelaku Usaha (2023)

Dapat dilihat pada tabel (1.3) di atas bahwa tren penjualan untuk Rumah Makan Rahayu memiliki penjualan yang lebih rendah dibandingkan dengan kompetitornya pada sebagian besar tahun. Sedangkan Rumah Makan Mama Lulu dan Rumah Makan Sari Rasa menunjukkan performa penjualan yang baik, dengan peningkatan yang konsisten dari tahun ke tahun. Sementara Rumah Makan Raja Daun dan Rumah Makan Wijaya menunjukkan fluktuasi dalam penjualan, dengan beberapa tahun mengalami pertumbuhan dan beberapa tahun mengalami penurunan. Berikut ini adalah data biaya produksi dan pemasukan pada Rumah Makan Rahayu dalam beberapa tahun terakhir:

Tabel 1.4 Pertumbuhan Pendapatan Rumah Makan Rahayu

Tahun	Biaya Produksi pertahun	Penjualan Pertahun	Pertumbuhan Pendapatan
2013	Rp 121.298.000	Rp 205.142.000	Rp 83.844.000
2014	Rp 131.698.000	Rp 247.040.000	Rp 115.342.000
2015	Rp 142.594.000	Rp 261.360.000	Rp 118.766.000
2016	Rp 145.989.000	Rp 235.120.000	Rp 89.131.000
2017	Rp 148.889.000	Rp 212.103.000	Rp 63.214.000
2018	Rp 150.124.000	Rp 205.200.000	Rp 55.076.000
2019	Rp 150.912.000	Rp 199.280.000	Rp 48.368.000
2020	Rp 60.241.000	Rp 95.550.000	Rp 35.309.000
2021	Rp 48.998.000	Rp 79.920.000	Rp 30.922.000
2022	Rp 42.989.000	Rp 68.320.000	Rp 25.331.000

Sumber: Rumah Makan Rahayu (2023)



Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Pendapatan

Berdasarkan data pertumbuhan pendapatan pada tabel (1.4) dan gambar grafik (1.1) di atas dapat dilihat bahwa peningkatan biaya produksi yang terjadi seiring waktu dapat memberikan indikasi meningkatnya biaya operasional dan pengeluaran yang harus ditanggung. Penurunan pemasukan pertahun menunjukkan adanya tekanan pada pendapatan bisnis dan adanya faktor eksternal seperti persaingan atau perubahan preferensi pelanggan. Dalam beberapa tahun terakhir, terjadi penurunan pertumbuhan pendapatan yang menunjukkan adanya hambatan dalam mencapai pertumbuhan bisnis yang signifikan. Hal ini bisa dikategorikan dampak dari persaingan kompetitor yang sangat ketat berdasarkan jarak antar

kompetitor yang terlihat pada tabel (1.1), serta dari perspektif harga yang tidak jauh berbeda dengan kompetitor terdekat yang terlihat pada tabel (1.2). Dan berdasarkan wawancara awal secara langsung (*on the spot*) dengan pemilik Rumah Makan Rahayu juga mengakui dalam upaya mempromosikan usahanya hanya melalui mulut ke mulut sehingga tidak menjangkau target pasar yang lebih luas, serta diperburuk oleh keadaan pandemi covid 19 pada tahun 2020-2022.

Dari fenomena masalah tersebut dapat disimpulkan bahwa, pengusaha harus dapat mengantisipasi kejadian dan keadaan dimasa depan berdasarkan banyak kesulitan ini, hal ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis yang akan meminimalkan kerugian dan melindungi usaha mereka.

Dari permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Rahayu, maka penelitian ini akan mengkaji suatu strategi pemasaran menggunakan metode SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) dan *Quantitative Strategic Planning Matrix* (QSPM). Menurut (Yesikasari, 2022) analisis SWOT dibuat untuk membantu menetapkan strategi pemasaran perusahaan dengan memperhatikan baik lingkungan internal maupun eksternal perusahaan. Menurut (Nurairin & Orgianus, 2022) QSPM merupakan metode yang digunakan oleh bisnis untuk memilih opsi strategis untuk pertumbuhan bisnis mereka. Keunggulan QSPM mencakup seperangkat metodologi yang dapat diteliti secara sistematis dan persyaratan bagi pembuat kebijakan untuk mempertimbangkan isu-isu internal dan eksternal yang penting saat membuat keputusan..

Dari permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Rahayu, perlu dilakukan taktik pemasaran yang efektif untuk meningkatkan volume penjualan di Rumah Makan Rahayu. Dalam hal ini, penelitian ini akan membahas secara detail mengenai penggunaan metode SWOT dan QSPM untuk melakukan penilaian terhadap faktor-faktor internal dan eksternal yang berpengaruh terhadap usaha Rumah Makan Rahayu serta menggambarkan strategi-strategi yang sesuai dan relevan untuk meningkatkan penjualan. Maka dari itu peneliti mengambil judul **“ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN METODE SWOT DAN QSPM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN USAHA MIKRO (Studi Kasus: Rumah Makan Rahayu Tambun Selatan)”**.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah disajikan, penulis dapat menarik kesimpulan mengenai identifikasi masalah yang terjadi sebagai berikut:

1. Rumah Makan Rahayu mengalami penurunan penjualan pada tahun 2016 hingga tahun 2022 dan menghadapi persaingan yang ketat dari pesaing-pesaingnya di daerah sekitar yang baru berdiri.
2. Rumah Makan Rahayu belum bisa merancang strategi pemasaran yang jelas dan terencana.

## 1.3 Rumusan Masalah

Berlandaskan identifikasi masalah yang telah dijelaskan, maka terdapat beberapa rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana melakukan analisis faktor-faktor internal (IFE) dan eksternal (EFE) yang dapat mempengaruhi strategi pemasaran di Rumah Makan Rahayu?
2. Bagaimana merancang strategi pemasaran Rumah Makan Rahayu dengan menggabungkan pendekatan SWOT dan metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM)?

## 1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah untuk mencegah masalah menjadi lebih besar atau berpotensi menjadi lebih besar. Dalam penelitian ini, terdapat beberapa pembatasan yang perlu diperhatikan, yaitu:

1. Penelitian ini hanya fokus pada usaha kuliner rumah makan yang ada di Perumahan Griya Asri 2
2. Penelitian ini akan berfokus pada penerapan metode SWOT dan QSPM sebagai alat analisis strategi pemasaran.
3. Penelitian ini tidak akan membahas aspek operasional atau manajemen keuangan dari Rumah Makan Rahayu.

4. Penelitian ini akan memfokuskan pada yang berpengaruh terhadap strategi pemasaran Rumah Makan Rahayu

### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Menentukan faktor lingkungan internal dan eksternal yang mempengaruhi strategi pemasaran di Rumah Makan Rahayu
2. Merancang strategi pemasaran Rumah Makan Rahayu dengan menggunakan pendekatan metode SWOT dan menetapkan strategi prioritas dengan metode QSPM.

### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berikut ini adalah beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini:

1. Bagi penulis
  - a. Memperluas pengetahuan dan keterampilan dalam bidang pemasaran, khususnya dalam analisis SWOT dan QSPM.
  - b. Meningkatkan keterampilan dalam merencanakan dan menerapkan strategi pemasaran yang efektif.
2. Bagi pengusaha
  - a. Memperoleh pemahaman mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari usaha tersebut melalui analisis SWOT. Hal ini akan memungkinkan untuk mengoptimalkan kekuatan dan peluang yang ada serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang dihadapi.
  - b. Mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen serta strategi-strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan melalui analisis QSPM sehingga dapat merumuskan strategi pemasaran yang efektif
  - c. Memperoleh rekomendasi strategi pemasaran yang spesifik dan terukur untuk meningkatkan penjualan usahanya, yang dapat membantu



pengusaha dalam mengambil keputusan bisnis yang lebih efektif dan efisien.

3. Bagi pembaca/kampus
  - a. Sebagai referensi bagi para mahasiswa, peneliti, dan praktisi dalam mengembangkan strategi pemasaran pada industri rumah makan
  - b. Memperkaya literatur mengenai strategi pemasaran pada rumah makan, sehingga dapat menjadi acuan bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

### **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada industri rumahan yang berlokasi di daerah Perumahan Griya Asri 2 Blok A1 Nomor 11 Desa Sumber Jaya, dan waktu survei ini dilakukan selama satu bulan. Penelitian ini dilakukan di bulan April 2023 hingga bulan Mei 2023 yang berlokasi di daerah Tambun Selatan.

### **1.8 Metode Penelitian**

Metode ini dilakukan dengan mengumpulkan dokumen yang dibutuhkan dengan cara pengamatan di lokasi Rumah Makan Rahayu yang menjadi objek penelitian, dan untuk melakukan pengumpulan data dilakukan melalui observasi seara langsung, wawancara dengan pemilik usaha serta menyebarkan kuesioner pada responden yang terdiri dari pelanggan Rumah Makan Rahayu untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dan menentukan aspek-aspek apa saja yang menjadi faktor penting dalam keputusan pembelian. Setelah data terkumpul, metode analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) dan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*) digunakan untuk menganalisis data dan merumuskan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan penjualan pada usaha Rumah Makan Rahayu.

### **1.9 Sistematika Penulisan**

Lima bab yang saling terkait satu sama lain membentuk penyusunan skripsi ini. Di bawah ini adalah isi dari kelima bab tersebut adalah:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tempat dan waktu penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

Bab ini berfokus pada pemahaman dan pembahasan teori-teori yang relevan dengan permasalahan yang sedang diteliti.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data, tempat dan waktu penelitian, pengambilan sampel, metode pengolahan data, serta metode analisis strategi pemasaran yang digunakan.

## **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

Bab ini memuat tentang perhitungan data yang sudah didapat, sehingga dapat memperoleh hasil yang nantinya akan memperjelas tujuan penelitian

## **BAB V PENUTUP**

Bagian ini berisi rangkuman dari hasil pembahasan pada bab-bab sebelumnya, analisis data, dan kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian yang telah dilakukan.