

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil UMKM

Aku Coffee and Resto adalah usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner yang menyediakan berbagai macam menu makanan dan minuman. Aku Coffee and Resto merupakan kafe yang memiliki perbedaan dari kafe yang lain, yaitu kafe ini menyediakan menu makanan resto seperti pindang dan soto, kafe ini juga memiliki tema yang bernuasa antik seperti ukiran-ukiran kayu, motor antik dan lainnya.

Aku Coffee and Resto didirikan di kota Prabumulih tepatnya di Jl. Bukit Lebar, kelurahan karang raja, kode pos 31113. Kafe ini didirikan pada tahun 2014 oleh pemilik kafe yang bernama bapak Deno Alfatino, dengan ide-ide yang dimilikinya untuk mendirikan sebuah UMKM bidang kuliner untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan memberikan fasilitas layanan kepada pelanggan atau konsumen kafe.

Awal mulanya Aku Coffee and Resto didirikan karena pemilik berkeinginan untuk membuka sebuah usaha kafe dengan konsep yang terbilang antik dan menjadi sebuah tempat yang nyaman untuk berkumpul bersama keluarga dan teman-teman. Aku Coffee and Resto sudah memiliki berbagai macam jenis menu makanan dan minuman di antaranya nasi goreng, nasi ayam, nasi ikan, nasi pindang, beef steak, pempek dan makanan ringan seperti kentang goreng dan sosis goreng, untuk menu minumannya diantaranya kopi seperti Coffee latte, kopi tubruk dan moccacino latte, cappucino, americano, kopi susu dan kopi hitam, dan ada juga minuman non kopi seperti lemon tea, Burjoe ice taro, thai tea, green tea, lychiee ice tea dan lain sebagainya, Semua menu yang disajikan dengan kualitas dan rasa terbaik. Selain itu, Aku Coffee and Resto juga menyediakan tempat yang nyaman dengan dekorasi yang disediakan. Aku Coffee and Resto cocok untuk menjadi tempat berkumpul, bersantai dan berdiskusi.

1.1.2 Logo UMKM



Gambar 1. 1 Logo Aku Coffee and Resto

Sumber: Instagram Aku Coffee and Ressto

Aku Coffee and Resto kafe ini sudah berjalan selama 8 tahun. Hal ini mendasari pemilihan Aku Coffee and Resto ini karena terus berkembangnya di kota Prabumulih. Usaha kafe dan restoran merupakan UMKM yang memiliki prospek yang menjanjikan dari waktu ke waktu, hal ini dikarenakan makanan merupakan kebutuhan dasar bagi manusia dan merupakan gaya hidup.

1.1.3 Akun Media Sosial Aku Coffee and Resto



Gambar 1. 2 Instagram Aku Coffe and Resto

Sumber: Instagram @akucoffee_andresto (2022)

1.1.4 Bidang Usaha

Aku Coffee and Resto Prabumulih merupakan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang bergerak di bidang kuliner, yang menyajikan berbagai macam menu yang disajikan.

1.2 Latar Belakang

Usaha Mikro kecil menengah (UMKM) memiliki peranan yang penting di dalam perekonomian Indonesia. Sebagai salah satu sektor yang menopang pertumbuhan dan peningkatan ekonomi Indonesia, UMKM telah mampu bertahan dalam kondisi sulit yang dialami oleh sebuah negara sekalipun. Hal ini terbukti saat terjadinya krisis moneter di tahun 1997, UMKM mampu memberikan kontribusi yang berharga untuk menopang perekonomian pada saat itu. Selain itu, eksistensi UMKM tersebar diseluruh penjuru Indonesia dan menguasai 99 persen aktivitas bisnis tanah air (umkm-id.com, 2018).

No	Jenis Usaha	Kriteria	
		Aset	Omset
1	Mikro	Maks Rp50 juta	Maks Rp300 juta
2	Kecil	>Rp. 50juta – Rp. 500juta	>Rp. 300juta – Rp. 2,5miliar
3	Menengah	>Rp. 500juta – Rp. 10 miliar	>Rp. 2,5miliar – Rp. 50 miliar

Gambar 1. 3 Kriteria Aset dan Omset pada UMKM

Sumber: Otoritas Jasa Keuangan Indonesia (2017)

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki kriteria yang di atur oleh undang-undang nomor 20 tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah yang memiliki definisi sebagai kegiatan ekonomi produktif yang berdiri sendiri dijalankan oleh perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan cabang produsen yang dimiliki, dikuasai atau menjadi salah satu bagian, baik langsung maupun tidak langsung, dari usaha menengah maupun usaha besar, serta memiliki kriteria seperti berikut ini: kekayaan bersih Rp. 50 juta sampai Rp. 500 juta tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha, atau memiliki hasil penjualan

tahunan Rp. 300 juta sampai dengan Rp. 2,5 miliar (Otoritas Jasa Keuangan Indonesia, 2017).

Diprabumulih sendiri khususnya pelaku UMKM dari tahun ke tahun terus bertambah, sehingga dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi masyarakat juga penerapan lapangan pekerjaan. Di kota prabumulih pada saat tahun 2021 lalu pelaku usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) mencapai 13.112 ribu unit dari sebelumnya 5.790 unit di tahun 2018, sehingga menyambungkan pertumbuhan ekonomi masyarakat di kota Prabumulih. Kata Kepala Dinas Koperasi dan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) Kota Prabumulih (sumeks.co).

Di Indonesia sendiri pada umumnya banyak masyarakat yang lebih memilih kafe sebagai alternatif untuk berkumpul di luar rumah. Menurut (Dicky Sumarsono 2015:13) kafe sendiri berasal dari bahasa Prancis: *Café* yang secara harfiah berarti (minuman) kopi. Namun dalam perkembangannya kemudian menjadi tempat untuk minum-minum yang bukan hanya kopi saja, juga minuman lainnya yang beralkohol rendah. Di Indonesia, kafe berarti semacam tempat sederhana, cukup menarik untuk makan-makanan yang ringan. Kafe bisa juga disebut sebagai restoran kecil yang mengutamakan penjualan kentang, sosis, *sandwich* (roti isi), kopi, dan teh.

Banyak permintaan dan perubahan tren yang terjadi pada pilihan menu di setiap kafe. Hal tersebut membuat pertumbuhan usaha pada bidang penyajian makanan dan minuman meningkat pesat di Indonesia. Hal ini bisa jadi sebuah ancaman bagi para pelaku usaha yang mengharuskan untuk memaksimalkan kinerja bisnis dan memiliki kepekaan untuk mengikuti keinginan pelanggan secara terus-menerus, agar dapat bersaing dalam persaingan pasar, karena dengan kondisi persaingan yang ketat membuat konsumen rentan berubah-ubah dalam memilih produk yang diinginkan. Maka dari hal tersebut penulis melakukan survey terhadap kafe yang terdapat pada kota Prabumulih masih cukup terbilang “senggang” dari segi persaingan.

Tabel 1. 1 Daftar Jumlah Unit Usaha Kafe dan Resto

No	Nama	Daerah
1	Coffee and Me	Jl Padat Karya

2	Caffe and Resto Bang Ali	Jl Jend. Sudirman
3	BFC and Resto	Jl Lingkar
4	Magna Cafe	Jl Bangau
5	Teman Dialog Coffee	Jl Jend. Sudirman
6	Mahkota Cafe and Resto	Jl Padatkarya
7	Resto Pondok Kelapa	Jl Jend. Sudirman
8	Resto Arjuna	Jl Jend. Sudirman
9	Resto Haben	Jl Kalipah
10	Resto Haben	Jl kalipah
11	Resto Lombok Ijo	Jl Jend. Sudirman
12	Resto Kampoeng Cemarah	Jl Jend. Sudirman
13	Resto Musi Rambang	Jl Jend. Sudirman

Sumber: Hasil Penelusuran (2022)

Pada Tabel 1.1 di atas merupakan sebagian usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) di kota prabumulih, UMKM tersebut bergerak di bidang kuliner dan sekaligus menjadi kompetitor dari Aku Coffee and Resto yang memiliki persaingan yang sepadan.

Perusahaan untuk bisa mencapai kesuksesan tidak lepas dari kegiatan pemasaran yang sangat membantu keberhasilan perusahaan. Fungsi utama perusahaan adalah melakukan strategi pemasaran yaitu rencana untuk memilih dan menganalisis target pasar, mengembangkan, dan memelihara bauran pemasaran yang dapat memuaskan apa yang dibutuhkan konsumen. Pada umumnya perusahaan dalam proses pemasaran menggunakan bauran pemasaran (*marketing mix*). Strategi pemasaran diterapkan yaitu produk (*product*), apa yang ditawarkan, harga (*price*) strategi penentuan harga, lokasi/tempat (*place*) di mana tempat jasa diberikan, promosi (*promotion*) bagaimana promosi yang dilakukan. Dari keempat faktor tersebut merupakan satu kesatuan yang harus diperhatikan oleh manajer pemasaran dalam mengambil keputusan mengenai strategi pemasaran (Sedarmayanti, 2014).

Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelolah perusahaannya dengan baik. Untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan yaitu dengan mengelolah strategi dengan baik. Menurut (Manap, 2016), strategi pemasaran adalah rencana yang menjabarkan 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, di antaranya dalam hal mengubah harga, memodifikasi kampanye iklan, merancang promosi khusus, menentukan pilihan saluran distribusi, dan sebagainya.

Melihat dari kenyataan yang ada pada Aku Coffee and Resto tidak lepas dari tantangan dan hambatan baik dari segi modal, sumber daya manusia, teknologi yang semakin canggih, iklim serta kualitas produk. Semakin banyaknya usaha yang sejenis bermunculan membuat persaingan semakin ketat, sehingga perlu diterapkan strategi khusus untuk mengembangkan usaha. Menurut (Sedarmayanti, 2014) strategi adalah kerangka yang membimbing serta mengendalikan pilihan yang menetapkan sifat dan arah dari suatu organisasi, di mana pilihan tersebut berkaitan dengan ruang lingkup produk, pertumbuhan, dan laba/untung.

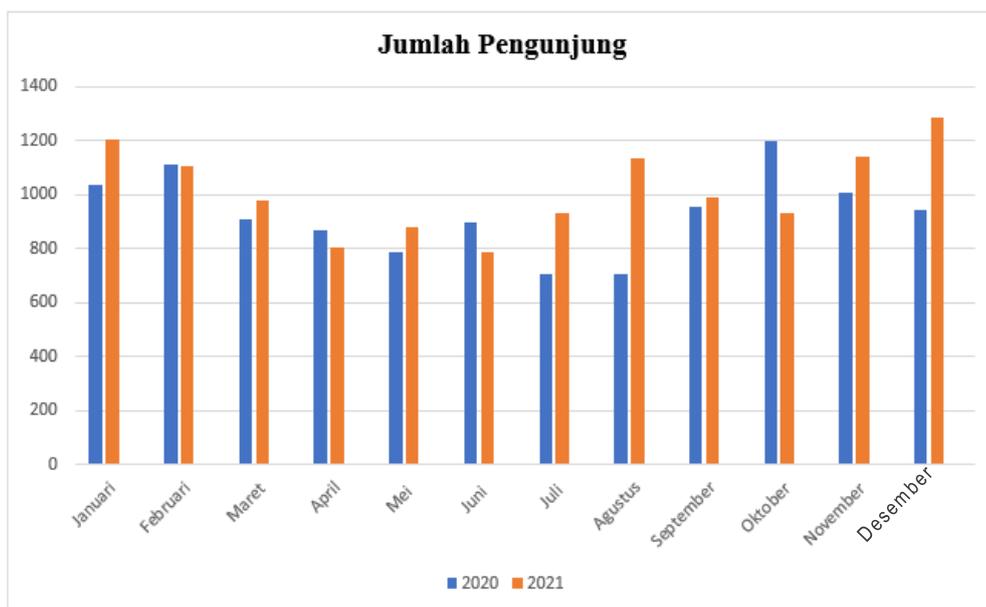
Penentuan suatu strategi didasarkan pada hasil analisis terhadap faktor- faktor yang mempengaruhi yaitu faktor internal dan eksternal. Menurut (Rangkuti, 2017), analisis yang digunakan dalam menentukan strategi pengembangan pada penelitian ini adalah analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities, dan Threats*).

Alasan lain yang menunjukkan pentingnya strategi pemasaran adalah semakin kerasnya persaingan yang dihadapi oleh pembisnis pada umumnya. Dalam situasi demikian, tidak ada lagi pilihan lain bagi bisnis kecuali berusaha untuk menghadapinya atau sama sekali keluar dari area persaingan.

Adapun faktor yang membuat Aku Coffee and Resto diminati yaitu lokasinya yang lumayan cukup strategis karena berada di jalan umum atau jalan protokol jadi kemudahan transportasi sehingga mudah dilewati kendaraan dan mudah ditemukan oleh konsumen namun belum terlalu diketahui banyak orang sehingga pengunjung yang datang masih kurang serta produk yang ditawarkan masih kurang promosi dikalangan masyarakat maupun di media sosial, sehingga peningkatan penjualannya

masih kurang, dan masih membutuhkan strategi untuk bersaing dengan usaha atau restoran yang sudah maju. Kurangnya melakukan survei pasar jadi tidak mengetahui pesaing lainnya, daftar menu yang kurang menarik sehingga turunnya tingkat respon dari pengunjung restoran, pelayanan kafe kurang baik membuat konsumen atau pengunjung kurang merasa puas, mengabaikan manajemen dan operasional bisnis sehingga membuat strategi pemasaran susah meningkat, dan paling penting kurangnya memerhatikan strategi pemasaran.

Oleh karena itu memaksimalkan strategi pemasaran sangatlah penting karena ketika sebuah usaha sudah dikenal konsumen serta memiliki daya tarik tersendiri dan memiliki pelanggan maka akan mempengaruhi volume penjualan bisnis karena semakin dikenal semakin banyak pelanggan yang membeli di tempat usaha tersebut. Berikut ini perbandingan data jumlah pengunjung pada Aku Coffe and Resto Kota Prabumulih pada periode 2020-2021:



Gambar 1. 4 Jumlah Pengunjung Aku Coffe and Resto Tahun 2020-2021

Sumber: Olahan Penelitian (2022)

Berdasarkan gambar 1.4 diatas yang diberikan oleh manajer umum kafe yaitu bapak Zainal Arifin menunjukkan bahwa penjualan yang mengalami naik turunnya penjualan secara drastis dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021, dikarenakan adanya kompetitor yang semakin banyak berdatangan dan pula dimasa pandemi covid-19 ini yang menyebabkan penurunan penjualan pada tahun 2020-2021 seperti

strategi pemasaran dari pihak restoran yang masih kurang ditingkatkan. Latar belakang tersebut adalah bagaimana strategi bisnis dalam meningkatkan penjualan sehingga mampu bersaing dengan kafe yang telah maju.

Melalui manajer Aku Coffee and Resto mengungkapkan bahwa data penjualan Aku Coffee and Resto dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021, beriku merupakan jumlah data penjualan dari Aku Coffee and Resto.

Tabel 1. 2 Jumlah Data Penjualan

Bulan	2020	2021
Januari	Rp. 105.040.000	Rp. 103.458.000
Februari	Rp. 97.478.000	Rp. 95.859.000
Maret	Rp. 106.845.000	Rp. 93.790.000
April	Rp. 85.352.000	Rp. 74.152.000
Mei	Rp. 81.498.000	Rp. 81.144.000
Juni	Rp. 74.220.000	Rp. 73.884.000
Juli	Rp. 82.436.000	Rp. 85.740.000
Agustus	Rp. 66.785.000	Rp. 100.560.000
September	Rp. 93.908.000	Rp. 90.896.000
Oktober	Rp. 108.927.000	Rp. 87.326.000
November	Rp. 97.370.000	Rp. 107.348.000
Desember	Rp. 89.605.000	Rp. 113.804.000

Sumber: Narasumber (Manajer Aku Coffee and Resto) (2022)

Berdasarkan hal tersebut penulis memutuskan untuk melakukan penelitian yang dilakukan pada Aku Coffee and Resto, kafe ini sendiri merupakan kafe yang cukup terkenal oleh kalangan masyarakat sekitar dan anak muda yang gemar untuk berkumpul bareng bersama teman-teman dengan menikmati suasana kafe yang cukup nyaman dengan sajian menu yang beragam dari kafe tersebut. Namun disisi lain masih banyaknya pelanggan yang kurang berminat untuk berkunjung atau pergi ke kafe tersebut. Berdasarkan hasil wawancara terhadap pemilik kafe Aku Coffee and Resto menyebutkan bahwa kurangnya minat pelanggan untuk berkunjung, dikarenakan kurangnya strategi pemasaran yang mereka berikan kepada konsumen, seperti kurang mempromosikan makanan dan minuman serta mempromosikan program seperti nonton bareng dan live musik ke akun media sosial.

Seharusnya Aku Coffee and Resto pada bisnis dibidang kuliner yang berada di Prabumulih ini bisa berkembang pesat dan dapat paham akan strategi-strategi yang seharusnya dilakukan apa bila ada pesaing baru, dari mulai menganalisa kondisi internal atau kondisi eksternal sampai dengan cara memasarkan barang yang paling efektif dan efisien. Dalam pemasaran kafe ini masih kurang karena hanya mengandalkan pengenalan produk melalui aplikasi Instagram atau bahkan mengandalkan para pembeli sebelumnya untuk menyebarkan atau memberitahukan kepada orang-orang terdekatnya.

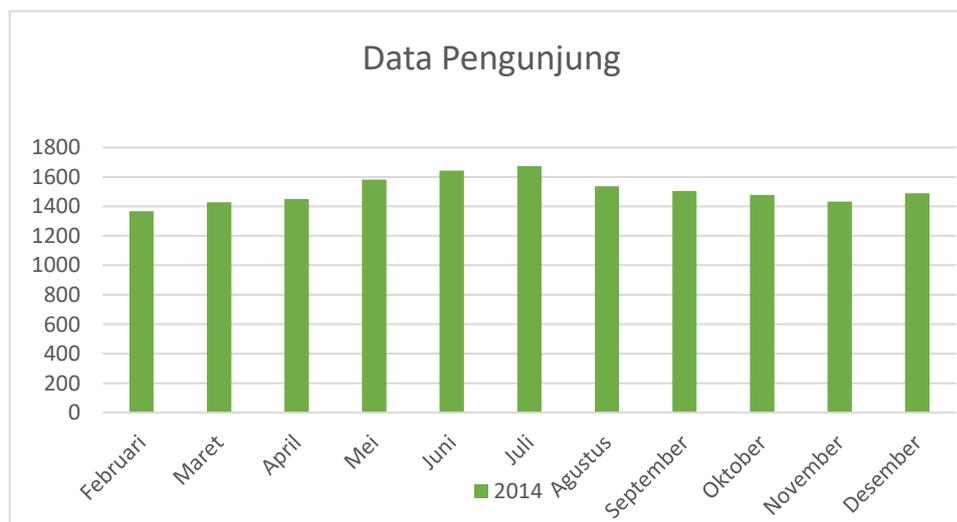
Strategi penjualan Aku Coffee and Resto masih menggunakan katalog fisik yang akan menjadi panduan bagi pembeli atau konsumen pada saat memilih berbagai pilihan makanan dan minuman yang diinginkan sebelum melakukan pembelian di kafe. Dalam pemanfaatan teknologi, Aku Coffee and Resto hanya menggunakan media sosial instagram namun belum dapat memaksimalkannya dengan baik, Aku coffee and Resto ini belum menggunakan katalog digital yang menggunakan google drive atau menggunakan tautan yang dapat diklik melalui *smartphone* konsumen yang akan muncul pada tampilan *smartphone*.

Dalam melaksanaka bisnis, para pelaku bisnis juga memerlukan pengetahuan teori manajemen strategi yang merupakan suatu rangkaian keputusan serta tindakan pada level manajerial yang menentukan kinerja perusahaan jangka panjang. Manajemen strategi juga meliputi perumusan strategi (perencanaan strategi atau

perencanaan jangka panjang), implementasi strategi, pengamatan lingkungan serta evaluasi dan *control* (Hunger & Wheelen, 2015).

Seperti yang pernah dilakukan oleh penelitian terdahulu yang diteliti oleh Agatha Cristy Wahyono tahun 2016 yang berjudul “Formulasi Strategi Tingkat Devisi Pada PT. Dixa Medica area Samarinda Untuk Tahun 2017-2022” berkaitan dengan manajemen strategi pada Dixa Medica dan pemberian bobot pada masing-masing faktor internal maupun eksternal dan memberikan bobot pada masing-masing faktor tersebut sesuai dengan metode pengisian matriks EFE dan IFE. Setelah itu total nilai kedua matrix diintegrasikan ke matriks IE. Strategi pengembangan pasar atau strategi terintegrasi seperti *backward integration*, *forward integration*, dan *horizontal integration* serta strategi penetrasi pasar. Selain itu juga, bisnis harus dapat dengan cerdas serta cermat dalam melihat kesempatan sehingga dapat memaksimalkan pemberian pelayanan dan kualitas produk, berinovasi serta meningkatkan riset pengembangan teknologi bahan baku alami.

Berdasarkan uraian atau penjelasan di atas, bisnis kuliner Prabumulih khususnya pada Aku Coffee and Resto mengalami naik turunnya dari beberapa aspek dalam jangka waktu tahun 2020 sampai dengan tahun 2021, padahal dari awal berdirinya kafe mengalami peningkatan.



Gambar 1. 5 Data Pengunjung tahun 2014

Sumber: Olahan Penelitian (2022)

Aku Coffee and Resto mengalami terjadinya penurunan penjualan dari beberapa aspek yang di alami para pelaku bisnis kuliner Kota Prabumulih, penulis melakukan penelitian guna untuk mengatasi kondisi dan permasalahan dalam menghadapi daya saing yang di alami pada Aku Coffee and Resto Kota Prabumulih dengan judul penelitian “**Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan pada Aku Coffee and Resto**”

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, penulis dapat merumuskan beberapa masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apa saja faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal usaha yang mempengaruhi keadaan bisnis pada Aku Coffee and Resto Kota Prabumulih?
- b. Bagaimana kondisi bisnis usaha Aku Coffee and Resto berdasarkan hasil dari matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan Evaluasi Faktor Internal?
- c. Strategi pemasaran apa yang sesuai untuk meningkatkan penjualan pada Aku Coffee and Resto Kota Prabumulih?

1.4 Fokus Penelitian

- a. Responden dalam penelitian adalah pemilik, manager *cafe*, dan pengunjung Aku Coffee and Resto Kota Prabumulih.
- b. Fokus penelitian ini adalah variabel dependen dalam penelitian ini adalah Meningkatkan Penjualan (Y) dan variabel independen dalam penelitian ini adalah Strategi Pemasaran (X).

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan poin Rumusan masalah diatas, berikut ini adalah tujuan penelitian:

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor lingkungan eksternal dan internal yang mempengaruhi keadaan bisnis pada usaha Aku Coffee and Resto kota Prabumulih.
- b. Untuk menganalisis kondisi bisnis usaha Aku Coffee and Resto berdasarkan matriks Evaluasi Faktor Eksternal dan Evaluasi Faktor Internal.
- c. Untuk menyusun strategi pemasaran pada Aku Coffee and Resto dengan menggunakan matriks IE.

1.6 Manfaat penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat peraktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada Aku Coffee and Resto Kota Prabumulih dalam menyusun rancangan strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan.

b. Manfaat teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai tambahan referensi bagi peneliti lain di bidang yang berkaitan di masa yang akan datang.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada Aku Coffee and Resto Kota Prabumulih. Kegiatan penelitian dilaksanakan pada periode bulan Desember 2021 – Maret 2022.

1.8 Sistematika Penulisan

Pembahasan penelitian ini terbagi menjadi lima bab yang terdiri dari beberapa sub-sub. Sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan secara umum mengenai objek penelitian, latar belakang, identifikasi masalah, tujuan, manfaat dan sistematika penulisan

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dengan penelitian. Tujuan dari landasan teori tersebut yaitu untuk membentuk kerangka berpikir yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini diuraikan tentang pendekatan, metode, dan teknisk yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data sehingga dapat menjawab atau menjelaskan masalah penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini diuraikan mengenai karakteristik informasi, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini disajikan penafsiran dan pemaknaan penelitian terhadap hasil analisis temuan penelitian, yang disajikan dalam kesimpulan penelitian dan saran yang diberikan kepada objek penelitian.