

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin meningkatnya kemajuan jaman dan teknologi dapat mempengaruhi persaingan dalam dunia usaha. Persaingan dalam dunia usaha pada saat ini terasa semakin kuat karena terdapat banyaknya trend dengan produk-produk berkualitas yang bermunculan seingga memaksa para pelaku usaha untuk menciptakan sesuatu yang baru guna memenangkan persaingan, kondisi ini berdampak kepada prinsip-prinsip yang dilakukan oleh kalangan pelaku bisnis atau pengusaha untuk menentukan strategi bersaing yang mampu menjadikan usahanya bertahan dan mampu bersaing dengan yang lain serta dalam hal menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa atau membeli produk (Utomo, 2018)

Tingginya persaingan usaha saat ini sangat menuntut bagi setiap pemilik usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk usahanya yang berkualitas sehingga dapat sesuai dengan yang diharapkan oleh para konsumen sehingga tidak membuat usahanya merugi karena ditinggalkan konsumen. Perkembangan usaha yang semakin bersaing disebabkan oleh pola pikir konsumen yang dinamis. Oleh karena hal tersebut kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh setiap organisasi atau usaha yang berbentuk laba atau nirlaba harus dapat memenuhi kebutuhan pola pikir konsumen yang dinamis ke arah tercapainya tujuan organisasi atau usaha yang dijalankan (Latief, 2018)

Pemasaran merupakan salah satu faktor yang terpenting dalam menunjukan perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dalam bidang barang dan jasa. Tujuan pemasaran adalah mengenal dan memahami pelanggan sedemikian rupa sehingga produk cocok dengannya dan dapat terjual dengan sendirinya (Wangarry *et al.*, 2018).

Usaha yang dilakukan terdapat berbagai bentuk usaha diantaranya bakso, lalapan ayam, ayam geprek, ikan bakar, nasi goreng dan salah satu makanan yang sekarang menjadi makanan favorit kalangan remaja adalah ayam geprek. Ayam geprek merupakan salah satu inovasi yang berasal dari ayam goreng tepung yang dicampur dengan cabai dan rempah lainnya dengan cara di geprek. Rumah makan ayam geprek mulai menjadi favorit warga kota kefamenanu khususnya pelajar dan mahasiswa karena kebanyakan memiliki harga yang terjangkau. Persaingan antar rumah makan ayam geprek yang sangat ketat dapat membuat pihak pengusaha ayam geprek harus pandai-pandai dalam menawarkan atau mempromosikan keunggulan produknya masing- masing. Usaha bisnis di bidang kuliner termasuk salah satu kuliner yang banyak diminati atau disukai oleh banyak masyarakat apalagi jika ada produk baru

yang memiliki cita rasa yang berbeda akan banyak masyarakat yang berminat untuk memulai usaha dengan melirik tren kuliner yang sedang banyak diminati.

Kabupaten Timor Tengah Utara memiliki iklim usaha yang sehat dapat diartikan sebagai faktor-faktor yang bersifat khusus dan berdimensi lokal yang menciptakan insentif dan kesempatan bagi para pelaku usaha kecil, menengah, dan besar untuk berinvestasi secara produktif, menciptakan lapangan pekerjaan, dan mengembangkan jenis dan kegiatan usahanya (Marbun *et al*, 2009). Iklim usaha dapat berpengaruh terhadap penurunan tingkat kemiskinan secara langsung karena iklim usaha yang sehat membuka kesempatan yang lebih luas bagi kelompok miskin untuk menjadi pelaku usaha dan tenaga kerja. Sedangkan secara tidak langsung, perbaikan kondisi iklim usaha akan mengurangi kemiskinan melalui peningkatan pertumbuhan ekonomi (Bona, 2020)

Kota Kefamenanu memiliki keadaan ekonomi yang pertumbuhannya cukup baik, hal ini ditandai dengan adanya beberapa pedagang ayam geprek tetap dan tentunya setiap ayam geprek mempunyai harga jual yang berbeda-beda pula. Rumah makan Boom Steak memiliki berbagai keunggulan, seperti memiliki surat ijin usaha, tempat yang strategis, ketersediaan bahan baku, pelayanan yang baik, memiliki cita rasa yang enak, dan mempunyai harga yang relatif murah, berkisar antara Rp. 15.000 – Rp.19.000/ porsi.

Rumah makan Boom steak beralamat di Jl. L. Lake, Benpasi Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara (TTU). Rumah makan Boom Steak dibuka pada setiap hari mulai dari pukul 09.00 sampai pukul 22.00 WITA. Pemilik dari rumah makan Boom Steak yaitu atas nama Sri Muryanti. Dengan melihat uraian diatas tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji tentang **“Analisis Matriks BCG dan Analisis Pemasaran Terhadap Usaha Ayam Geprek Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Kefamenanu” (Studi Kasus Rumah Makan Boom Steak).**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana tingkat pertumbuhan pasar dan pangsa pasar relatif terhadap usaha ayam geprek di rumah makan Boom steak Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara?
2. Bagaimana strategi pemasaran usaha ayam geprek di rumah makan Boom steak Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha ayam geprek di rumah makan Boom Steak Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara?

1.3 Tujuan

1. Untuk mengetahui tingkat pertumbuhan pasar relatif terhadap usaha ayam geprek di rumah makan Boom steak Kota Kefamenanu, Kabupaten Timor Tengah Utara.
2. Untuk mengetahui strategi pemasaran usaha ayam geprek di rumah makan Boom steak Kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara.
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan usaha ayam geprek di rumah makan Boom Steak Jl. L. Lake, Benpasi, di kota Kefamenanu Kabupaten Timor Tengah Utara.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Sebagai referensi dan bahan tambahan untuk memberikan informasi kepada para pengusaha maupun lainnya tentang pengembangan usaha dan dapat melatih kreativitas yang dimiliki setiap mahasiswa dalam melakukan sebuah penelitian.
2. Bagi kalangan umum untuk dapat menjadi bahan informasi untuk pihak-pihak yang membutuhkan dan sebagai bahan perbandingan untuk penelitian selanjutnya yang ada dengan penelitian ini.