

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Makanan dan minuman dikatakan sebagai kebutuhan utama atau kebutuhan pokok manusia. Kebutuhan akan makanan dan minuman akan terus meningkat, karena dengan adanya makanan dan minuman kebutuhan manusia akan terpenuhi. Pada awalnya masyarakat hanya melihat makanan dan minuman sebagai pengisi perut saja untuk bertahan hidup, namun seiring berjalannya waktu masyarakat terus berinovasi dalam menciptakan makanan- makanan yang semakin bervariasi. Hal ini dapat menjadi suatu peluang usaha untuk berbisnis di bidang kuliner.

Berkembangnya budaya dan teknologi mempengaruhi keanekaragaman makanan dan minuman yang semakin bervariasi. Kebutuhan makanan dan minuman berbanding lurus dengan pertumbuhan penduduk, tentu saja kebutuhan akan makanan dan minuman akan semakin meningkat juga. Peningkatan jumlah penduduk pun menjadikan peluang pada bisnis makanan yang menjanjikan. Masyarakat akan selalu ingin mencoba makanan- makanan yang baru dan sedang *trend*.

Masyarakat terus bersaing untuk meningkatkan perekonomian dan tingkat pengangguran dengan membuka usaha perorangan maupun badan. Orang selalu berfikir kreatif dan inovatif dalam menciptakan hal baru agar tidak tertinggal dan mampu untuk bersaing, salah satunya di bidang kuliner. Usaha kuliner adalah suatu bisnis yang paling banyak digeluti oleh berbagai kalangan anak muda. karena daya jual dalam bidang ini cukup menjanjikan serta bisa menarik perhatian banyak konsumen.

Salah satu usaha kuliner yang sedang berkembang di daerah Cicalengka adalah usaha kuliner Mantra RN yang berlokasi di Jalan. Rd. Dewi Sartika No. 680, Tenjolaya, Kec. Cicalengka, Kabupaten Bandung, Jawa Barat 40395. Usaha kuliner ini telah di rintis pada tahun 2020. Mengingat pada tahun tersebut lonjakan covid semakin tinggi dan mulai ada penerapan berbagai kebijakan seperti *social distancing* atau *physical distancing* bahkan *lockdown*. Pandemi ini tidak hanya berdampak serius pada kesehatan masyarakat namun juga merusak stabilitas ekonomi masyarakat. Banyak orang yang beralih profesi dan memutuskan untuk mencoba membuka usaha khususnya di bidang kuliner. Situasi pandemik memberikan tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan usaha kuliner.

Dalam mengembangkan usahanya Mantra RN mencoba menjual berbagai makanan dan minuman yang sedang di gandrungi oleh masyarakat. Melakukan berbagai pendekatan kepada masyarakat dan mencari informasi serta inovasi sebanyak banyaknya melalui internet. Beberapa makanan dan minuman yang ditawarkan diantaranya Alpukat Kocok, Croffle, Lukumades, Roti bakar dan kukus, dan Beef Enoki Roll. Berbagai makanan dan minuman ini memiliki ciri khas dan rasa yang berbeda sehingga pelanggan bisa memilih sesuai dengan apa yang mereka inginkan.

Pemilihan Produk yang dijual pun terus mengalami perubahan dan penyesuaian zaman dan terus di modifikasi sesuai keinginan pelanggan. Sehingga usaha kuliner Mantra RN terus membuat inovasi dan memodifikasi makanan yang sedang di gandrungi masyarakat dan tidak banyak yang menjualnya. Dari segi harga Mantra RN menjual produk dengan harga yang terjangkau, kisaran Rp 8000 s.d Rp 15.000. Dari segi tempat berada di tengah pemukiman penduduk dan berada di pusat kota sehingga

mudah di jangkau. Dari segi promosi Mantra RN melakukan media social Instagram beberapa akun yang jangkauan nya luas di daerah Cicalengka.

Semakin luasnya peluang bisnis makanan yang berkembang padasaat ini menyebabkan banyaknya persaingan sesama entrepreneur lainnya. Banyak bisnis yang tidak mampu bertahan dikarenakan beberapa faktor, diantaranya faktor manajemen yang masih sederhana, kurangnya modal usaha dan hilangnya pelanggan karena merasa tidak puas akan pelayanan dll. Kondisi paling sulit dalam memasarkan produk adalah memperluas jaringan pelanggan dan mempertahankan pelanggan untuk selalu membeli produk dari penjual atau sering disebut loyalitas pelanggan.

**TABEL 1.1 DATA PENJUALAN**

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Omset Perbulan
1	Januari	126	Rp 2.512.800
2	Februari	241	Rp 5.702.600
3	Maret	293	Rp 8.573.800
4	April	222	Rp 4.773.800

Sumber: Diolah Peneliti (2022)

Tabel diatas menunjukkan *progress* dari Mantra RN yang masih mengalami kenaikan dan penurunan di setiap bulan nya. Untuk mengstabilkan dan meningkatkan penjualan, para pelaku usaha harus memiliki suatu strategi pemasaran yang baik dan tepat dalam memasarkan setiap produknya sehingga dapat bersaing dengan lawan bisnis usaha makanan lainnya. Strategi pemasaran yang mendukung dalam memasarkan produk agar memberikan kepuasan terhadap pelanggan yaitu dengan

menggunakan *marketing mix* (bauran pemasaran). Bauran pemasaran pada usaha kuliner ini terdiri dari unsur – unsur strategis yang digunakan untuk mendorong pembeli melakukan transaksi. Tujuan dari kegiatan bauran pemasaran ini bukan hanya untuk menarik minat konsumen, tetapi juga untuk menunjang produktivitas dan menciptakan kepuasan konsumen, meningkatkan volume penjualan dan menciptakan profit yang maksimal sebagai tujuan akhir.

Oleh karena itu, hal tersebut dapat dijadikan pertimbangan peneliti untuk melakukan analisis strategi marketing mix/ bauran pemasaran yang digunakan oleh Usaha Kuliner Mantra RN. Dengan demikian penulis memilih judul penelitian sebagai berikut: “ Analisis Strategi Mix/ Bauran Pemasaran pada Usaha Kuliner Mantra RN”.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti berfokus pada implementasi strategi mix/bauran pemasaran yang terdiri dari Produk (*Product*), Tarif (*Price*), Tempat/Lokasi (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang/ Partisipan (*People*), Sarana Fisik (*Physical Evidence*) dan Proses (*Process*) untuk meningkatkan pelanggan dan meningkatkan profit penjualan dari Usaha Kuliner Mantra RN.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka pokok permasalahan yang dapat diidentifikasi dalam penelitian ini dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana strategi marketing mix/ bauran pemasaran yang dilakukan oleh Mantra RN ?
- b. Bagaimana kendala – kendala dalam implementasi Marketing Mix/ Bauran Pemasaran di Usaha Kuliner Mantra RN?

- c. Marketing Mix/ Bauran pemasaran manakah yang dominan terhadap peningkatan penjualan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui strategi marketing mix/ bauran pemasaran usaha kuliner Mantra RN yang dilakukan untuk meningkatkan pelanggan.
- b. Untuk mengetahui kendala – kendala dalam implementasi Marketing Mix/ Bauran Pemasaran di Usaha Kuliner Mantra RN
- c. Untuk mengetahui Marketing mix/ Bauran pemasaran yang dominan terhadap peningkatan penjualan.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat bagi:

- a. Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu administrasi bisnis dan meningkatkan pengalaman serta dapat menganalisis antara teori dengan prakteknya dilapangan khususnya mengenai strategi pemasaran.

- b. Praktisi

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan evaluasi serta inspirasi bagi mahasiswa yang ingin menjadi seorang entrepreneur dan memulai bisnisnya.

#### **1.6 Sistematika Penulisan**

Untuk penelitian dengan metode/ pendekatan kuantitatif, sebagai berikut :

- a. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penelitian, lokasi dan waktu penelitian.

