

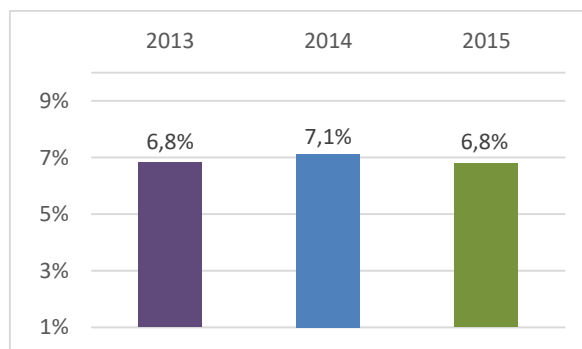
BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang memiliki perkembangan bagus diantara jenis-jenis bisnis lainnya. Potensi keuntungan yang tinggi menjadikan banyak masyarakat terjun untuk menjadikan bisnis kuliner menjadi pilihan bisnis bagi mereka. Ada yang membuka bisnis kuliner dengan skala yang besar, maupun berskala kecil. Hal tersebut bergantung kepada target pasar yang dituju dan sumber daya yang dimiliki.

Kabupaten Sleman merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi D.I Yogyakarta. Sebagai Provinsi yang memiliki banyak perguruan tinggi terkemuka, Yogyakarta menjadi salah satu *market place* yang banyak di bidik oleh pelaku usaha dibidang kuliner. Peluang usaha menjadi terbuka lebar karena banyak pelajar-pelajar dari seluruh penjuru Indonesia yang mengenyam pendidikan tinggi di Yogyakarta. Salah satu parameter yang dapat dijadikan sebagai representatif dari berkembangnya bisnis ini adalah data PDRB (Produk Domestik Regional Bruto) pada sektor lapangan usaha bidang akomodasi dan minuman makanan di Kabupaten Sleman. Berdasarkan data BPS (2018), jumlah pelaku usaha bidang akomodasi dan makanan minuman di Kabupaten Sleman berkembang secara positif dengan angka kenaikan diantara 5% hingga 10% pada tahun 2013 hingga 2015 jika dibandingkan atas dasar harga konstan pada tahun 2010 (Gambar 1.1.).



Gambar 1.1. Laju Pertumbuhan PDRB (BPS, 2018)

Berdasarkan data pada Gambar 1.1., dapat dilihat bahwa setiap tahun laju pertumbuhan pada usaha akomodasi dan makan minum di Kabupaten Sleman tergolong tinggi yaitu di atas 5% dengan kenaikan tertinggi terjadi pada tahun 2014. Tingginya perkembangan bisnis kuliner di Kabupaten Sleman menyebabkan ketatnya persaingan antar pelaku bisnis. Agar dapat mempertahankan dan mengembangkan usaha kuliner, diperlukan strategi yang tepat agar pelaku bisnis di bidang ini dapat terus berkembang dan mendapatkan *profit* yang diharapkan.

Salah satu *brand* kuliner yang cukup terkenal di wilayah Yogyakarta adalah Restoran *Chicken Crush*. *Chicken Crush* adalah restoran *fast food* dengan produk andalannya berupa ayam goreng tepung dan beberapa menu pendukung lainnya. Usaha kuliner *Chicken Crush* berdiri sejak April 2017 dengan membuka *outlet* pertama di Jalan Kaliurang KM 14,5 Sleman Yogyakarta. Saat ini, telah banyak *competitor* yang bergerak pada usaha sejenis dan dengan keunggulan produk masing-masing. Munculnya *competitor* tentu memberikan pengaruh terhadap ketatnya persaingan pada bisnis kuliner. Akan tetapi menurut *owner* Restoran *Chicken Crush*, bisnis mereka akan tetap memiliki tempat untuk meraih keuntungan dengan keunikan dan kualitas produk yang dimiliki. Hingga saat ini, pihak *Chicken Crush* belum memiliki strategi pemasaran berkenaan dengan posisi bisnisnya. Pada penelitian ini, peneliti ingin memberikan strategi pemasaran dengan melihat posisi *Chicken Crush* baik dari segi internal maupun eksternal perusahaan. Strategi pemasaran dibuat agar *Chicken Crush* lebih siap dalam melaksanakan persaingan dengan *competitor* dengan melihat faktor-faktor internal perusahaan maupun eksternal perusahaan. Terdapat pula perhitungan peramalan atau *forecasting* permintaan produk dari Restoran *Chicken Crush*. Tujuan dari perhitungan peramalan adalah untuk mengetahui jumlah permintaan pada periode waktu kedepan serta menghindari *over stock* atau stok berlebih maupun kekurangan stok. Restoran *Chicken Crush* menggunakan sistem produksi MTS (*Make To Stock*), dimana pihak restoran akan memproduksi produk berdasarkan jumlah permintaan pada periode bulan sebelumnya. Peramalan akan sangat membantu Restoran *Chicken Crush* menentukan jumlah produksi yang paling efisien untuk menghindari kerugian. Data peramalan juga akan membantu pihak Restoran *Chicken Crush* untuk menentukan strategi pemasaran pada periode yang akan datang.

Analisis yang digunakan dalam melakukan strategi pemasaran adalah menggunakan STP (*Segmentation, Targeting, dan Positioning*). Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan pendekatan SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threat*) dan GE (*General Electric*). Analisis SWOT dipilih sebagai metode dalam perumusan strategi pada penelitian ini dikarenakan metode ini mengkombinasikan faktor internal dan eksternal. Kedua faktor tersebut dipertimbangkan dalam analisis kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Analisis GE (*General Electric*) digunakan untuk dapat melihat posisi Restoran *Chicken Crush* pada matriks GE untuk dapat mendefinisikan strategi yang dapat dilakukan. Terdapat beberapa pendekatan lain berkenaan dengan manajemen strategi yaitu BCG (*Boston Consulting Group*). Metode BCG tidak dipilih karena merupakan alat analisis yang digunakan pada beberapa jenis usaha dan digunakan pada level perusahaan korporat. Pada Saat melakukan peramalan akan dicoba untuk diterapkan tiga metode yaitu Metode *Moving Average* (MA), *Exponential Smoothing* (ES) dan Regresi Linier. Penggunaan tiga metode itu didasarkan oleh *review* jurnal yang menyebutkan bahwa penggunaan tiga metode tersebut dapat diterapkan bila jenis data peramalan adalah berdasarkan waktu periode.

Pada penelitian yang berjudul *Demand Forecasting with Four Parameter Exponential Smoothing* oleh Liljana, Blaz, & Ales, (2016), menyatakan bahwa *Exponential Smoothing methods are powerful tools for denoising time series, predicting future demand and decreasing inventory cost*. Penelitian yang dilakukan oleh Widhy & Achmad (2015), menyatakan bahwa peramalan produksi pada PT. PKK sebaiknya menggunakan Metode Regresi Linier. Penelitian yang dilakukan oleh Hari, Mesran, & Natalia (2016) menjelaskan bahwa *Moving Average* dapat diterapkan untuk proses peramalan permintaan kebutuhan tenaga kerja karena menggunakan sejumlah data aktual permintaan sebelumnya. Ketiga referensi tersebut akan menjadi dasar pemilihan ke tiga metode peramalan untuk dapat di uji pada penelitian ini.

Pemilihan model analisis haruslah dapat sesuai dengan kondisi perusahaan dan dapat memberikan *output* yang sesuai dengan keinginan perusahaan. Pendekatan SWOT dan GE dapat digunakan dalam penelitian ini dikarenakan dapat memberikan strategi pemasaran

pada tingkat unit bisnis dan dapat menjawab tantangan untuk mengembangkan Restoran *Chicken Crush*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan diatas, maka rumusan masalah yang diangkat adalah:

1. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat dilakukan berdasarkan analisis STP dengan menggunakan pendekatan SWOT dan Matriks GE pada Restoran *Chicken Crush*.
2. Bagaimana peramalan permintaan serta hubungannya terhadap penyusunan strategi pemasaran pada Restoran *Chicken Crush*.

1.3. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini untuk lebih mengarahkan permasalahan yang akan dibahas maka diperlukan pembatasan ruang lingkup, beberapa batasan masalah yang digunakan diantaranya sebagai berikut:

1. Menggunakan analisis STP dalam perancangan strategi pemasaran.
2. Menggunakan pendekatan SWOT dan GE dalam melakukan analisis STP.
3. Menggunakan Metode peramalan yaitu Metode *Moving Average* (MA), *Eskponential Smoothing* (ES) dan Regresi Linier dalam penyusunan perhitungan peramalan.
4. Penelitian dilakukan di restoran *Chicken Crush outlet* Jalan Kaliurang KM 14,5 Sleman, Yogyakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran berdasarkan analisis STP menggunakan pendekatan SWOT dan Matriks GE pada Restoran *Chicken Crush* serta mengetahui jumlah permintaan pada periode kedepan menggunakan metode peramalan yang akan mendukung strategi pemasaran yang dilakukan.

1.5. Sistematika Penulisan

Agar penelitian ini terstruktur, maka sistematika penulisan disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi penjelasan secara umum tentang latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II KAJIAN LITELATUR

Kajian pustaka berisi tentang konsep dan prinsip dasar yang diperlukan untuk memecahkan masalah penelitian dan memuat uraian tentang hasil penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh peneliti lain yang berhubungan dengan penelitian yang dilakukan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Berisi uraian tentang kerangka dan bagan alur penelitian, teknik yang dilakukan, bahan atau materi, alat, tata cara penelitian dan data yang akan dikaji serta cara analisis yang akan digunakan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang data yang diperoleh selama penelitian dan bagaimana menganalisa data tersebut. Hasil pengolahan data ditampilkan baik dalam bentuk tabel maupun grafik. Bab ini merupakan acuan untuk pembahasan hasil pada bab V yaitu analisa dan pembahasan.

BAB V PEMBAHASAN

Bab ini berisi pembahasan hasil yang diperoleh dalam penelitian dan kesesuaian hasil dengan tujuan penelitian sehingga dapat menghasilkan sebuah saran.

BAB VI PENUTUP

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan analisis yang dibuat, saran-saran atas hasil yang dicapai dan rekomendasi untuk dikaji pada penelitian berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

