

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis kuliner makanan dan minuman merupakan salah satu jenis usaha yang banyak dilirik. Sebab makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok setiap individu yang dibutuhkan setiap hari. (Sancoko & Rahmawati, 2019). Jadi tidak disangka bisnis kuliner dapat berkembang disetiap daerah di Indonesia. Kuliner di Indonesia sangatlah bervariasi, disetiap daerah mempunyai ciri khas yang berbeda. Contohnya seperti masakan Padang. Kita dapat menjumpai rumah makan yang menyediakan masakan Padang tak hanya di daerah asalnya (Buana, Azizah, Pratami, & Margaretha, 2020)

Usaha kuliner saat ini berpedoman pada cita rasa khas masing-masing daerah. Dalam bisnis kuliner terdapat beberapa kesamaan seperti nama masakan atau jenisnya tetapi memiliki ciri khas masakan berbeda-beda hal tersebut dapat menjadikan konsumen mengingat produk. Konsumen sebelum membeli akan melakukan riset produk sebelum melakukan keputusan pembelian. (Effendi, Rahadhini, & Suddin, 2016)

Menurut Charles dalam Atmoko (2018) strategi merupakan konsep tentang bagaimana sebuah perusahaan atau institusi mengatur dirinya dan semua kegiatan yang berhubungan dengannya, dengan tujuan agar bisnis yang ia jalankan dapat berhasil dalam persaingan dan melakukan imbal hasil kepada pemegang saham. Dari pengertian ini dapat disimpulkan bahwa strategi dibutuhkan untuk

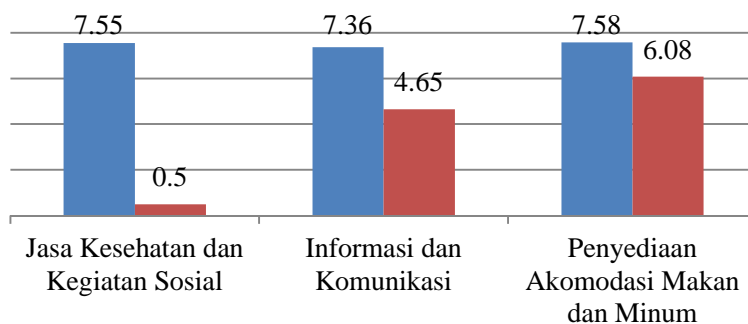
menghadapi persaingan dalam dunia usaha agar bisnis yang kita jalankan tetap bertahan.

Strategi Pemasaran diungkapkan oleh Assauri dalam Atmoko (2018) yakni sebagai serangkaian tujuan, sasaran, kebijakan dan aturan yang digunakan sebagai arah usaha pemasaran perusahaan. Strategi pemasaran digunakan terutama untuk menanggapi ketatnya persaingan usaha yang selalu dinamis.

Badan Pusat Statistik 2020, Ekonomi Jawa Timur tahun 2019 (c-to-c) tumbuh 5,52 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi terjadi pada Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 7,58 persen, diikuti Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial sebesar 7,55 persen.

Ekonomi Jawa Timur Triwulan IV-2019 dibandingkan Triwulan IV-2018 (y-on-y) tumbuh sebesar 5,54 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi terjadi pada Lapangan Usaha Jasa Pendidikan sebesar 8,56 persen, diikuti Lapangan Usaha Informasi dan Komunikasi sebesar 8,39 persen, serta Lapangan Usaha Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum sebesar 8,04 persen. (Hardiwan, 2020)

Grafik Pertumbuhan dan Distribusi Beberapa Lapangan Usaha Tahun 2019 (persen)



Sumber : Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur

Di Indonesia khususnya di Jawa Timur memiliki berbagai ciri khas rasa yang berbeda-beda, sehingga kuliner di Jawa Timur banyak digemari oleh masyarakat. Saat ini banyak bermunculan bisnis kuliner baru yang menyediakan menu makanan yang bervariasi. Tidak hanya bisnis baru, usaha kuliner yang sudah lama juga mengikuti trend dimasa kini.

Salah satunya di Jombang yang memiliki perkembangan bisnis kuliner yang sangat pesat, mulai dari bisnis makanan sampai restoran (Nurmayanti, 2020). Bagi pelaku bisnis kuliner dapat meraup keuntungan cukup banyak dan tidak akan gulung tikar apabila mempunyai strategi pemasaran yang tepat. Bisnis kuliner dapat dilakukan oleh siapa saja, ibu rumah tangga, karyawan, mahasiswi ataupun profesi lainnya.

Dari kuliner makanan yang bermunculan, kuliner makanan bervariasi di Jombang sedang marak. Banyak sekali masyarakat Jombang dari kalangan remaja hingga dewasa menyukai makanan yang bervariasi. Di Jombang terdapat beberapa warung yang menyediakan makanan bervariasi salah satunya Warung Semox.

Warung Semox merupakan bisnis kuliner di Jombang yang dikembangkan oleh Dwi Adi Mallboro. Warung Semox adalah bisnis kuliner yang menyediakan makanan bervariasi dengan menu banyak salah satunya yang menjadi ciri khas adalah masakan Trancam. Masakan Trancam yaitu olahan sayur-sayuran mentah tanpa direbus seperti timun, kemangi, kacang panjang, dan cambah yang dipadukan dengan bumbu khas kelapa parut dengan rasa yang pedas, manis dan gurih. Masakan Trancam disediakan dengan nasi hangat dan aneka lauk pauk.

Tabel 1. 1 Daftar Menu Trancam Warung Semox

| Makanan | Harga |
|---------|-------|
|---------|-------|

|                                   |            |
|-----------------------------------|------------|
| Nasi Trancam lauk tahu            | Rp. 5.000  |
| Nasi Trancam lauk telur           | Rp. 8.000  |
| Nasi Trancam lauk ayam            | Rp. 12.000 |
| Nasi Trancam lauk sate ati ampela | Rp 12.000  |
| Nasi Trancam lauk ikan gurami     | Rp. 25.000 |

Sumber : Dwi Adi Mallboro Owner Warung Semox

Selain Trancam yang menjadi ciri khas di Warung Semox, Warung Semox juga menambahkan lauk pauk, menu pendamping lain nya,aneka jajanan pasar dan minuman, berikut ini beberapa menu pendamping di Warung Semox :

Tabel 1 . 2 Daftar Menu Makanan Pendamping dan Minuman Warung Semox

| Makanan            | Minuman          |
|--------------------|------------------|
| Rawon              | Es Jeruk/ Hangat |
| Soto Daging        | Es The/ Hangat   |
| Kare Ayam          | Kopi             |
| Ikan Khutuk Goreng | Es Nutrisari     |

Sumber : Warung Semox



Gambar 1 .1 Aneka Menu Pendamping Warung Semox  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Sedangkan dalam bulan puasa Warung Semox bisa membuat 25 macam masakan seperti kikil, aneka botokan, sayur asem, sayur lodeh. Semua menu di Warung Semox di masak sendiri, tidak menerima masakan titipan. Karna menurut beliau masakan titipan tidak bisa menjaga kualitas.

Menurut tabel terdapat pilihan menu dan minuman bervariasi di Warung Semox, Karena setiap konsumen di Warung Semox memiliki selera yang berbeda ada yang suka dengan Trancam dan ada juga yang tidak suka. Jadi Warung Semox menambahkan menu tambahan agar konsumen bisa menikmati masakan Warung Semox.

Untuk lokasi Warung Semox tepat nya beralamat di Jln.Megaluh-Jombang No 06, Megaluh, Kec Megaluh, Kabupaten Jombang.Keberadaan Warung Semox ini berada didekat bangunan tugu megaluh tepat nya di sebelah timur, di perempatan jalan desa setempat dibawah pohon keres. Yang merupakan akses menuju sungai brantas dekat tepian atau tangkis sungai brantas, yakni sungai terbesar di Jawa Timur.



Gambar 1 .2 Lokasi Warung Semox  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Warungnya biasa saja, bahkan tergolong sederhana dan lumayan jorok. Bangunannya hanyalah rangka kayu yang sebagian berinding anyaman bamboo.



Gambar 1. 3 Tampak Depan Warung Semox  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Warung Semox terletak ditengah-tengah yang dikelilingi penjual/warung lain mulai yang berjualan getuk, jus buah, gorengan dan lain sebagainya. Warung Semox terletak di tepian atau tangkis sungai brantas.



Gambar 1 . 4 Tampak Belakang Warung Semox  
Sumber : Dokumentasi Peneliti

Jam buka Warung Semox yaitu mulai dari jam 3 sore sampai jam 4 pagi, kecuali untuk hari sabtu Warung Semox mulai buka pukul 2 sore sampai jam 2 sore ke esokan hari nya atau hari minggu karena hari minggu pagi banyak orang bersepeda goes, orang ngetril, orang kejaksaan untuk sarapan pagi.



Gambar 1 . 5 Warung Semox Buka Malam Hari

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Pelayanan Warung Semox sangatlah cepat, karna di bantu dengan 16 pelayan yang stay di Warung Semox membuat para konsumen tidak perlu menunggu lama untuk menikmati masakan Warung Semox, apalagi dengan pelayanan yang begitu ramah menjadikan konsumen merasa nyaman dan senang. Dengan tempat duduk yang memadai dan banyak sehingga ketika konsumen mengantri bisa sambil duduk. Jadi meskipun antri panjang, konsumen merasa senang karena tidak peduli itu teman atau orang lain tetap antriannya tertib sesuai urutan.



Gambar 1 . 6 Pelayanan Di Warung Semox

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Penjualan Warung Semox semakin hari semakin meningkat. Konsumen Warung Semox mulai dari kalangan remaja sampai lansia. Dari meningkat nya konsumen Warung Semox, omset Warung Semox pun ikut meningkat. Per hari Warung Semox bisa mendapatkan keuntungan sampai 15 juta.

Tabel 1 . 3 Data Pengunjung Warung Semox

| <b>Bulan/Tahun/Hari</b> | <b>2019</b> | <b>2020</b> | <b>2021</b> |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Januari                 | 3.850 / 130 | 5.350 / 180 | 6.200 / 207 |
| Februari                | 4.550 / 160 | 5.750 / 205 | 6.150 / 220 |
| Maret                   | 5.500 / 185 | 6.300 / 210 | 7.100 / 240 |

Sumber : Dwi Adi Mallboro Owner Warung Semox

Berdasarkan latar belakang yang di tulis oleh penulis, ini yang membedak Warung Semox dengan warung – warung yang lain. Yaitu dengan ciri khas berbeda Warung Semox menghadirkan masakan Trancam yang belum sering dijumpai di warung – warung lain nya, dengan kondisi warung yang sederhana dan lumayan jorok Warung Semox tetap dikunjungi oleh pengunjung karena jam buka yang hampir 24



jam bisa menjangkau konsumen jika tengah malam merasa lapar. Walaupun jarak kota ke Warung Semox lumayan memakan waktu tetapi Warung Semox memiliki tempat yang nyaman untuk berkumpul dengan keluarga dan menikmati suasana ruang terbuka dengan pemandangan di tangkis sungai brantas.

Jadi penulis tertarik melakukan penelitian Strategi Pemasaran di Warung Semox

## **1.2 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka peneliti berfokus pada strategi pemasaran di Warung Semox

## **1.3 Rumusan Masalah**

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan, maka penulis mencoba merumuskan masalah di penelitian ini yaitu “Strategi pemasaran apa yang digunakan Warung Semox untuk menarik konsumen,??”

## **1.4 Batasan Masalah**

Pada penelitian ini masalah dibatasi yaitu untuk mengetahui Strategi Pemasaran Warung Semox.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui Strategi Pemasaran Warung Semox.

## **1.6 Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Untuk mengembangkan pengetahuan khususnya dibidang manajemen pemasaran

### **2. Manfaat Praktis**

Sebagai menambah informasi dan wawasan bagi pebisnis khususnya dibidang kuliner guna untuk mengembangkan bisnis di tengah persaingan usaha.