

RANCANGAN USULAN PENELITIAN SKRIPSI

Diajukan Oleh:

Nama : INDAH HUSNUL HOTIMAH

NPM : 190214777

Judul : ANALISI STRATEGI PEMASARAAN DALAM MENINGKATAKAN PENJUALAN PADA WARUNG MAKAN MIE AYAM JAKARTA DI TENGGARONG.

1. Latar Belakang

Rumah Makan adalah salah satu bisnis kuliner yang menjanjikan dan berespek tinggi di Indonesia. Tingginya persaingan bisnis kuliner di Indonesia membuat pemilik usaha memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan memenangkan persaingan bisnis. Berdasarkan pendapat Susilawati & Yakin, (2017:21-22) menyimpulkan bahwa pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok setiap usaha yang dijalankan untuk mempertahankan kelangsungan hidup usaha nya agar bisa terus berkembang dan bertahan untuk memperoleh laba atau untung sesuai dengan tujuan perusahaan baik usaha kecil, menengah, maupun perusahaan yang besar sekalipun harus mampu menganalisis peluang pasar untuk melaksanakan strategi pemasaran produknya untuk mencapai visi dan misi perusahaan dan sesuai dengan perencanaan yang telah ditetapkan, strategi pemasaran akan di perlukan untuk bisameraih tujuan perusahaan. Strategi pemasaran yang berhasil dan efektif untuk meningkatkan volume penjualan perlu memperhatikan lingkungan sekitarnya baik lingkungan internal perusahaan maupun lingkungan eksternal perusahaan. Faktor eksternal yang saat ini menjadi salah satu penghambat pertumbuhan ekonomi adalah Pandemi Covid-19. Yang mendesak para pembisnis untuk lebih memikirkan apa yang dibutuhkan konsumen dan menyusun strategi pemasaran agar bisnisnya bisa bertahan hidup (Ratini, 2014:17).

Dalam rangka memulihkan dan menata kembali kondisi ekonomi Indonesia yang terus melemah akibat Pandemi Covid-19 ini diperlukan strategi dan jalan keluar yang tepat mengingat banyaknya kerugian dan semakin ketatnya persaingan antar pengusaha sehingga harus selalu melakukan pembaharuan dan evaluasi mengenai siklus usaha mengikutikeadaan yang tengah terjadi agar usaha dapat terus bertahan dan berkembang berdasarkan (Azizah & dkk, 2020:55-56). Adanya pembatasan oleh Pemerintah Daerah kepada masyarakat seperti kegiatan sosial terutama di Hotel, Restoran, Warung, dan Cafe begitu juga dengan bisnis Rumah Makan. Situasi ini akan mempengaruhi penjualan sehingga strategi pemasaran yang tepat akan membantu dalam keberlangsungan usaha. Harapannya dengan penerapan strategi pemasaran pada Warung Makan Mie Ayam Jakarta akan membantu meningkatkan penjualan dan bertahan dalam menghadapi berbagai faktor yang dapat mempengaruhi bisnis seperti Pandemi Covid-19.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas pokok masalah di penelitian ini adalah ;

- 2.1 Bagaimana kondisi lingkungan internal dan eksternal Warung Makan Mie Ayam Jakarta di Tenggarong?
- 2.2 Bagaimana bauran pemasaran yang dijalankan oleh pihak manajemen Warung Makan Mie Ayam Jakarta di Tenggarong?

2.3 Strategi pemasaran seperti apakah yang harus diterapkan oleh Warung Makan Jakarta Di Tenggara?

3. Tujuan

3.1 Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang meliputi kekuatan dan kelemahan, faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi Warung Makan Mie Ayam Jakarta di Tenggara

3.2 Menganalisa bauran pemasaran yang di jalankan pada Warung Makan Mie Ayam Jakarta di Tenggara.

3.3 Merumuskan strategi pemasaran yang tepat sesuai kondisi internal dan eksternal yang dilakukan Warung Makan Mie Ayam Jakarta di Tenggara. Metode pengelolaan dan analisis data dilakukan secara deskriptif dan kuantitatif menggunakan analisis lingkungan pemasaran, matrik IFE dan EFE, matrik IE, analisis SWOT untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat Warung Makan Mie Ayam Jakarta di Tenggara.

4. Manfaat Penelitian

4.1 Sebagai bahan pertimbangan dalam merumuskan strategi pemasaran yang tepat bagi pihak manajerial Warung Makan Mie Ayam Jakarta terutama dalam menghadapi persaingan.

4.2 Sebagai bahan informasi bagi pihak yang berkepentingan seperti; pihak manajemen Warung Makan Mie Ayam Jakarta maupun institusional pemerintah dan sebagai pertimbangan dan masukan untuk penelitian selanjutnya.

4.3 Bagi penulis Agar dapat menerapkan teori-teori yang didapat dibangku kuliah didunia kerja yang sesungguhnya dan juga dapat menambah wawasan keilmuan strategi pemasaran.

4.4 Bagi dunia ilmu penelitian ini di harapkan dapat menambah informasi dan pengetahuan sebagai pembandingbagi peneliti selanjutnya sehingga segala kelemahan dan kekurangan yang ada dalam penelitian ini dapat diperbaiki dan di sempurnakan.

5. Tinjauan Pustaka

5.1 Lingkungan Internal

5.2 Lingkungan Eksternal

5.3 Matrik Internal Factor Evaluation (IFE) dan Matrik External Factor Evaluation (EFE)

5.4 Analisis Lingkungan Internal.

5.5 Analisis Strategi dengan IFE dan EFE

6. Penelitian Terdahulu

6.1 Iskandar, Hutagalung, Dedi Januar, Adawiyah, Raudatul (2019) The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company "Tirta Mahakam" Kutai Kartanegara Indonesia. (Iskandar et al., 2019)

- 6.2 Palinggi, Yonathan, Soegiarto, Eddy Faizal, Reza Purwanti, Silviana (2022) Human Capital, Difusion Model, and Endogenous Growth: Evidence From Arrelano-Bond Specification(Palinggi et al., 2022)
- 6.3 Sabran, Ekowati, Vivin Maharani, Supriyanto, Achmad Sani Pratiwi, Vilnanda Ulvilia, Masyhuri (2021) Assessing The Impact of Empowerment on Achieving Employee Performance Mediating Role of Information Communication Technology(Sabran et al., 2021)
- 6.4 Sabran, Ekowati, Vivin Maharani Supriyanto, Achmad Sani (2022) The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses(Sabran et al., 2022)
- 6.5 Sari, Nilam Anggar, Adawiyah,Raudatul (2019) The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption (Sari & Adawiyah, 2019)
- 7. Variabel Penelitian
 - 7.1 Price (Harga) (X1)
 - 7.2 Product (produk) (X2)
 - 7.3 Prmotion (promosi (X3)
 - 7.4 Place (distribusi) (Y)
- 8. Indikator Variabel
 - 8.1 Harga
 - a) Harga terjangkau oleh kemampuan daya beli konsumen.
 - b) Kesesuaian antar harga dengan kualitas.
 - c) Harga memiliki daya saing dengan produk lain yang sejenis.
(Philip Kloter & Amstrong (2008;278)
 - 8.2 Produk
 - a) Bentuk (From)
 - b) Ciri -Ciri Produk (Featrues)
 - c) Kinerja (Perfromance)
 - d) Ketepatan / keseuaian (CONFROMANCE)
 - 8.3 Promosi
 - a) Advertising
 - b) Sales Promotion
 - c) Public relations an publicity
 - d) Personal seling
 - e) Direct marketing
 - 8.4 Distribusi
 - a) tempat, yaitu ketersediaan produk atau jasa di suatu lokasi yang nyaman bagi pelanggan potensial.

- b) Waktu, yaitu ketersediaan produk atau jasa yang diinginkan oleh seorang pelanggan.
- c) Bentuk, yaitu produk diproses, disiapkan dan siap dimanfaatkan serta dalam kondisi yang tepat.

9. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci (Sugiono, 2015). Penelitian lapangan merupakan suatu penelitian yang dilakukan di lapangan atau di lokasi penelitian, suatu tempat yang dipilih sebagai lokasi untuk menyelidiki gejala

objektif sebagai terjadi dilokasi tersebut, yang dilakukan juga untuk penyusunan laporan ilmiah. (Fathoni, 2006: 96) Penelitian ini diawali dengan melihat fenomena yang ada di rumah makan barokah banjarnegara yaitu mencari informasi terkait strategi pemasaran yang kemudian penyusun teliti. Sedangkan pendekatan penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif yaitu suatu metode penelitian untuk menggambarkan, meringkas berbagai fenomena sosial yang ada di masyarakat, dan berupaya menarik realitas sosial itu ke permukaan sebagai ciri, karakter, sifat, model, tanda, atau gambaran fenomena tertentu (Bungin, 2009: 68) .

10. Alat Analisis

Penelitian ini menggunakan alat analisis SWOT. SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (strengths), peluang (Opportunity), namun secara bersamaan dapat

meminimalkan kelemahan (Weakness) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategi dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (Strategi planning) harus menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman) dalam kondisi saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Dalam suatu usaha, kinerja perusahaan dapat ditentukan oleh kombinasi faktor internal dan eksternal.

DAFTAR PUSTAKA

- Iskandar, I., Hutagalung, D. J., & Adawiyah, R. (2019). The Effect of Job Satisfaction and Organizational Commitment Towards Organizational Citizenship Behavior (OCB): A Case Study on Employee of Local Water Company “Tirta Mahakam” Kutai Kartanegara Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 8(3), 236. <https://doi.org/10.26418/jebik.v8i3.35001>
- Palinggi, Y., Soegiarto, E., Faizal, R., & Purwanti, S. (2022). *Human Capital, Difussion Model, And Endogenous Growth: Evidence From Arellano-Bond Specification*. 19(2), 6265–6278. <http://www.webology.org>
- Sabran, Ekowati, V. M., & Supriyanto, A. S. (2022). The Interactive Effects of Leadership Styles on Counterproductive Work Behavior: An Examination Through Multiple Theoretical Lenses. *Quality - Access to Success*, 23(188), 145–153. <https://doi.org/10.47750/QAS/23.188.21>
- Sabran, Ekowati, V. M., Supriyanto, A. S., Pratiwi, V. U., & Masyhuri. (2021). Assessing the impact of empowerment on achieving employee performance mediating role of information communication technology. *Quality - Access to Success*, 22(184), 211–216. <https://doi.org/10.47750/QAS/22.184.27>
- Sari, N. A., & Adawiyah, R. (2019). Economics Development Analysis Journal The Impact of 900VA Electricity Tariff Adjustment on Household Consumption. *Economics Development Analysis Journal*, 8(2), 200–214. <https://doi.org/10.15294/edaj.v8i2.31124>