

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, kini para pengusaha harus mengembangkan usahanya agar bisa maju dan besar serta menjadi pengusaha yang sukses, pengembangan usaha yang baik dimulai dari diri sendiri walaupun banyak kendala yang dihadapi dalam dunia usaha, maka diperlukan strategi dalam pengembangan usaha agar usaha dapat bertahan lama dan tidak gulung tikar.

Pengembangan usaha adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan untuk menciptakan sesuatu dengan mengembangkan dan mentransformasikan berbagai sumber daya menjadi barang/jasa yang diinginkan konsumen, peluang usaha, dan lapangan pekerjaan, serta peningkatan pada pertumbuhan ekonomi. Pengembangan usaha merupakan tugas dan proses dalam menganalisis potensi pertumbuhan, dukungan dan pemantauan terhadap implementasi potensi pertumbuhan usaha, tetapi tidak mencakup keputusan tentang strategi dan implementasi peluang pertumbuhan usaha

Menurut Rudianto (2013) memaparkan bahwa strategi merupakan pola dari suatu aksi yang terutama dan dipilih sebagai perwujudan dari suatu visi perusahaan. Rencana tindakan yang spesifik, dan beberapa tujuan yang tersusun disebut strategi, yang jika berhasil maka akan memberikan persaingan yang sehat dan sesuai harapan. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa strategi adalah solusi atas permasalahan pada perusahaan agar

tercapainya tujuan yang dirancang. Strategi ini merupakan langkah yang harus ditetapkan oleh suatu perusahaan dalam mencapai tujuan.

Menurut Pandji Anoraga (2011) pengembangan dari sebuah usaha merupakan pekerjaan setiap wirausaha atau pengusaha yang memerlukan ide yang inovatif, kreatif dan fleksibel. Jika semua pengusaha dapat melakukan ini, maka besar kemungkinan usaha kecil dapat dijadikan usaha skala kecil menjadi menengah hingga menjadi usaha dengan skala yang besar.

Mulyadi Nitisusantro (2010) memaparkan bahwa pengembangan usaha merupakan usaha pemerintah, pemerintah daerah, stakeholder, dan masyarakat yang dilakukan sebagai upaya dalam memberdayakan sebuah usaha dengan memberikan bimbingan pendampingan, fasilitas, dan bantuan penguatan untuk meningkatkan dan mengembangkan daya saing dan kemampuan dari suatu usaha.

Definisi yang sudah dipaparkan, maka dapat disimpulkan suatu pengembangan usaha merupakan suatu tindakan untuk mengembangkan usaha yang berdaya saing tinggi dan lebih besar melalui bimbingan pendampingan, dan pelengkapan fasilitas yang kemudian disertai kreativitas dan motivasi dalam usaha tersebut serta dilakukan oleh berbagai pihak yang terlibat seperti pemerintah, pemerintah daerah, publik dan pengusaha yang merupakan tokoh utamanya.

Di era pandemi ini, para pengusaha dituntut membuat usahanya tetap bertahan walaupun dalam guncangan hebat dan menguji para pengusaha maka pengusaha harus memiliki strategi yang khusus. Berdasarkan hasil data

survey Badan Pusat Statistik (BPS) dampak *covid* terhadap pelaku usaha pada tahun 2020 terlihat bahwa beberapa sektor usaha mengalami penurunan pendapatan yang drastis dari biasanya dikarenakan adanya pandemi ini, adapun beberapa sektor usaha tersebut yang mengalami penurunan pendapatan pada masa pandemi ini yaitu sektor usaha bidang akomodasi dan makan minum sebesar 92,47%, transportasi dan pergudangan sebesar 90,34% serta air dan pengolahan sampah sebesar 68,00%. Pandemi ini memberikan tantangan kepada semua kalangan sektor yang salah satunya adalah sektor usaha pangan yang merupakan objek dari penelitian ini. Berdasarkan data tersebut sector akomodasi dan makan minum mengalami penurunan terbesar dari lainnya yaitu sebesar 92,47%. Situasi krisis saat ini tentu sangat berdampak kepada berbagai sektor ekonomi, salah satunya keberadaan Usaha katering GABE makanan siap saji.

Mengacu pada konteks usaha, sebuah strategi mendeskripsikan bagaimana perjalanan usaha yang mempengaruhi lingkungan yang dipilih dan alokasi sumberdaya serta upaya sebuah usaha. Lingkungan eksternal dan kapasitas internal perusahaan sangatlah diperhatikan dalam strategi suatu usaha. Strategi usaha sangat memperhatikan kesesuaian kapasitas internal perusahaan dan lingkungan eksternal. Katering GABE merupakan sebuah usaha pada jasa penyediaan makanan dan minuman siap saji khas Batak. Katering GABE ini awalnya di dirikan di Jalan Tritura Kota Medan sejak tahun 1995 namun seiring berkembangnya usaha katering ini pindah ke Jalan Mekatani No. 53 Marindal Kota Medan. Selama 2 tahun pada saat awal

mulanya usaha Katering GABE ini di dirikan hanya melayani 50 porsi hingga 100 porsi pada acara acara syukuran keluarga saja dengan mengelola sendiri tanpa memiliki karyawan. Sejalan dengan berjalannya waktu, saat ini Katering GABE mampu mengolah pesanan makanan hingga 2500 kotak. Namun ada beberapa hambatan yang menghambat operasional usaha yaitu naiknya harga bahan baku dan susahnya bahan baku didapatkan.

Proses perjalanan usaha katering GABE banyak menghadapi persaingan usaha yang semakin dinamis, mulai dari permasalahan pandemi *covid-19* yang sangat berdampak negatif karena membatasi mobilitas masyarakat sehingga berkurangnya produksi makanan katering dan masyarakat lebih memilih untuk mengolah makanannya sendiri. Selain itu katering GABE juga punya strategi dimana usaha ini bisa bertahan dibandingkan dengan usaha lain pada saat terjadinya penyakit *Cholera* pada tahun 2019 di Indonesia terkhususnya Sumatera Utara.

Usaha katering GABE memiliki visi untuk menjadikan usaha katering yang terpercaya dalam mewujudkan keinginan, permintaan, dan harapan dari setiap pelanggan agar memberikan layanan dan kepuasan rasa yang menjunjung tinggi dan menegaskan bahwa pelanggan adalah raja adapun misi katering GABE dalam mencapai visi tersebut yaitu untuk mencapai kepuasan konsumen dengan memperhatikan efisiensi, produktivitas, dan profesionalisme seperti memberikan pelayanan yang baik, melayani dengan tepat waktu, dan menyediakan hidangan yang bersih, berkualitas, dan

memiliki rasa yang enak. Keunggulan bersaing lainnya yang dimiliki oleh katering GABE menjalin hubungan dalam jangka panjang dengan konsumen.

Menurut prasurvey yang peneliti lakukan dengan beberapa pelanggan, usaha katering makanan siap saji GABE berhasil karena cita rasa makanan yang disajikan berbeda dengan yang lain, mulai dari rasa yang kaya akan rempah-rempahnya, kebersihan, dan pelayanan juga pemilihan bahan yang berkualitas dan tidak mengecewakan para pelanggan. Usaha ini juga berhasil dengan perkembangannya selama 26 tahun sejak tahun 1995 hingga saat ini. Tidak hanya itu, katering ini tidak hanya dipesan saat pesta pernikahan ataupun arisan tapi juga pesta besar lainnya seperti acara ulang tahun Gereja, acara pesta syukuran Gereja yang mampu menerima pesanan hingga 2500 porsi. Dari latar belakang dan permasalahan yang dipaparkan maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang **“Strategi Bauran Pemasaran Katering GABE”**

1.2 Fokus Penelitian

Agar penelitian ini tepat sasaran maka perlu dilakukan pembatasan masalah yang diteliti, sehingga penelitian ini hanya terfokus pada strategi bauran pemasaran katering GABE di kota Medan.

1.3 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka dirumuskan masalah sebagai berikut;

“Bagaimana strategi bauran pemasaran yang dilakukan katering GABE di kota Medan?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk dapat mengetahui strategi bauran pemasaran Katering GABE di Kota Medan

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi beberapa pihak yang berkepentingan. Secara rinci, manfaat penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut :

1) Secara Teoritis

Menambah ilmu pengetahuan serta variabel baru terkhusus dalam dunia usaha yang berkaitan dengan strategi bauran pemasaran pada katering

2) Secara Praktis

- a. Bagi Wirausaha, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi pengusaha dalam mempertahankan usaha melalui strategi bauran pemasaran
- b. Bagi Masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi dan dapat mengedukasi masyarakat untuk memulai usaha katering
- c. Bagi Peneliti lain, penelitian ini dapat dijadikan acuan dalam penelitian tambahan terkait dengan variabel yang dibahas dalam penelitian ini yaitu strategi bauran pemasaran pada katering.