

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Rumah makan adalah bisnis yang menyajikan makanan dan minuman serta menyediakan fasilitas tempat bagi konsumennya. Setiap menjalankan bisnis pastinya *owner* atau pemilik usaha tersebut memiliki strategi untuk menjadikan usahanya lebih berkembang. Seperti Joglo Prembun Angkringan yang merupakan rumah makan atau restoran yang sudah dikenal banyak orang di Kecamatan Prembun dimana memiliki menu yang berbeda dari rumah makan lainnya atau memiliki ciri khas tersendiri. Saat ini industri rumah makan atau restoran berkembang semakin modern. Hal ini bisa dilihat dari banyaknya rumah makan atau resto yang bermunculan dikarenakan resto sudah menjadi *lifestyle* bagi banyak orang.

Joglo Prembun The Angkringan merupakan sebuah restoran dan cafe mewah bertema tradisional nan asri. Dengan latar Rumah Joglo tempo dulu dengan kombinasi antara nuansa angkringan yang khas dan modern milenial. Dimana kehadiran restoran ini dinilai sesuai dengan *lifestyle* saat ini. Suasana resto dan kafe yang nyaman, pilihan menu yang berkualitas serta *view* yang indah merupakan alasan bagi masyarakat untuk memilih Joglo Prembun

The Angkringan sebagai tempat untuk *hang out* dan berkumpul dengan teman, kerabat ataupun keluarga. Makanan dan minuman yang ditawarkan pun beragam dari makanan untuk camilan, makanan utama dan berbagai macam jenis olahan makanan dan minuman. Joglo Prembun The Angkringan terletak di Jl. Raya Prembun No. 232, Kabekelan, Bagung, Kec. Prembun, Kab. Kebumen.

Semakin banyaknya usaha yang berkembang, khususnya usaha rumah makan, tidak semuanya mampu bertahan lama. Sebagian besar usaha tersebut jatuh atau bangkrut karena beberapa faktor, antara lain faktor manajemen yang masih sederhana, kekurangan modal usaha dan hilangnya konsumen. Dalam bidang pemasaran, kondisi paling sulit adalah mempertahankan konsumen untuk selalu menggunakan produk dari penjual, atau sering disebut loyalitas pelanggan. Untuk mampu menciptakan loyalitas pelanggan tersebut, para pengembang usaha perlu memiliki strategi pemasaran yang jitu dalam memasarkan produknya, karena strategi pemasaran juga merupakan alat fundamental yang direncanakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang digunakan untuk melayani pasar sasaran.

Keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produk-produk sangat tergantung pada strategi pemasaran yang dilakukan karena dengan penerapan strategi yang tepat perusahaan dapat menciptakan dan memelihara serta mengembangkan permintaan konsumen serta

menyakinkan dan berkesinambungan. Apabila omset penjualan mengalami peningkatan yang lambat, maka harus dianalisis apakah hal tersebut disebabkan kurang efisiennya strategi pemasaran yang dilakukan.

Peneliti mengambil objek rumah makan. Penelitian ini penting untuk dilakukan karena bertujuan untuk mengetahui bagaimana rancangan strategi pemasaran yang digunakan oleh pemilik rumah makan dalam menghadapi persaingan usaha dan rancangan strategi pemasaran pada setiap rumah makan pasti berbeda-beda. Sedangkan pada saat ini banyak sekali masyarakat yang membuka usaha rumah makan, dan hampir semua menu-menu yang disediakan sama, hanya satu atau dua jenis makanan yang berbeda. Oleh karena itu, pemilik rumah makan harus cepat tanggap terhadap perubahan dalam menghadapi persaingan, seperti menambahkan menu yang disukai oleh banyak orang, yang belum tersedia di rumah makan tersebut, agar tetap mampu bersaing dengan yang lain, dan usaha yang mereka jalankan berjalan sesuai dengan yang diinginkan.

Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti ingin mengetahui bagaimana strategi pemasaran yang dapat diterapkan Joglo Prembun The Angkringan dalam menghadapi perusahaan. Dengan dasar tersebut, diharapkan dapat disusun perencanaan bisnis yang sesuai dengan formulasi bisnis yang telah ditentukan seperti misi, tujuan, strategi dan kebijakan. Dalam menyusun perencanaan

bisnis yang baik diperlukan banyak latihan dan pengamatan langsung di lapangan, sehingga dapat tersusun strategi yang sesuai dengan fakta yang ada di lapangan. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian dengan judul “EFISENSI PEMASARAN PADA JOGLO PREMBUN THE ANGKRINGAN”.

## **B. Pembatasan Masalah**

Untuk memberikan gambaran yang jelas didalam pemecahan masalah, maka peneliti perlu memberikan batasan tentang sistem pemasaran pada Joglo Prembun Angkringan.

## **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan batasan masalah diatas, maka pokok masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Strategi pemasaran apa yang diterapkan Joglo Prembun Angkringan?
2. Apa solusi Joglo Prembun Angkringan dalam menghadapi pesaing agar mampu mempertahankan bisnis?

#### D. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahpahaman tentang pengertian judul di atas, maka peneliti memberikan penjelasan sebagai berikut:

##### 1. Efisiensi

Efisiensi merupakan cara atau kemampuan untuk mendapatkan suatu usaha dengan mengeluarkan sedikit uang, waktu dan tenaga untuk mencapai hasil atau target yang maksimal.<sup>1</sup>

Efisiensi menganggap bahwa tujuan-tujuan yang benar telah ditentukan dan berusaha untuk mencari cara-cara yang paling baik untuk mencapai tujuan tersebut.

##### 2. Sistem Pemasaran

Sistem pemasaran adalah lembaga atau organisasi yang melaksanakan tugas pemasaran, barang dan jasa serta faktor-faktor lingkungan yang saling memberikan pengaruh dan memberntuk serta mempengaruhi hubungan perusahaan dengan pasarnya.<sup>2</sup>

##### 3. Strategi Pemasaran

Strategi pemasaran adalah rencana yang menjelaskan secara detail suatu harapan atau rencana perusahaan dampak dari

---

<sup>1</sup>*ibid*, hal. 40

<sup>2</sup>Philip Kotler Dan Gary Armstrong (2006), *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, hal 59

berbagai macam aktivitas atau program pemasaran terhadap permintaan produk di pasar sasaran tertentu.<sup>3</sup>

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui strategi pemasaran yang diterapkan Joglo Prembun Angkringan
2. Mengetahui solusi Joglo Prembun Angkringan dalam mempertahankan bisnis

#### **F. Kegunaan Penelitian**

1. Secara Teoretis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan pengetahuan dan keilmuan bagi mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya dalam bidang Ekonomi Islam pada umumnya.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bersifat positif dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan dalam mencapai tujuannya.

---

<sup>3</sup>Danang Sunyoto (2015), *Strategi Pemasaran*. Jakarta: CAPS, hal. 2

b. Bagi Fakultas

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai salah satu bentuk atau wujud nyata dari penerapan tugas dan fungsi perguruan tinggi. Khususnya bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAINU Kebumen.

c. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengalaman dalam kehidupan berbisnis mengenai teori yang di pelajari serta fakta yang terjadi di lapangan dengan dukungan hasil penelitian berupa wawancara.