

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang, dunia bisnis mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini membuat persaingan antar bisnis makin lama menjadi semakin ketat. Situasi ini menuntut para pelaku bisnis untuk merumuskan serta menerapkan strategi-strategi bisnis agar tidak hanya dapat bertahan dan mengembangkan bisnis yang dijalani namun juga dapat bersaing dalam merebut dan menguasai pangsa pasar yang ada, untuk itu strategi menjadi kunci dari pencapaian keunggulan bersaing dalam keberhasilan sebuah bisnis.

Dalam menghadapi persaingan pasar yang begitu ketat, maka diharuskan adanya pembedaan dalam menetapkan kreativitas strategi yang dilakukan oleh para pelaku bisnis, keunggulan dasar yang diperoleh pelaku bisnis adalah ketika mampu untuk menerapkan kreativitas strategi yang dilakukan dapat meningkatkan kinerja pemasaran, perilaku kreatif seseorang dipengaruhi juga oleh adanya motivasi berkekrativitas, kebebasan dan sumber daya manusia. Seseorang juga akan mempunyai motivasi intrinsik yang tinggi, tertarik, menikmati, dan puas atas tantangan dalam pekerjaannya, dalam hal ini membuat strategi bisnis yang tepat guna.

Dalam memilih strategi keunggulan bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh sebuah bisnis, pelaku bisnis perlu melihat situasi dan kondisi pasar serta menilai kedudukan atau posisi usaha bisnis di pasar. Hal tersebut dapat dilakukan dengan cara analisis terhadap lingkungan baik lingkungan eksternal maupun lingkungan internal. Biasanya ini disebut dengan analisis SWOT. Hal tersebut dimaksudkan untuk mengidentifikasi peluang (*opportunity*) dan ancaman (*threat*) yang berasal dari lingkungan eksternal bisnis serta mengidentifikasi kekuatan (*strength*) dan kelemahan (*weakness*) yang berasal dari lingkungan internal bisnis.

Bekasi adalah sebuah kabupaten yang berada di provinsi Jawa Barat, Indonesia yang mempunyai Cikarang sebagai Ibu kotanya. Kabupaten ini tepat berada disebelah timur Jakarta, berbatasan langsung dengan Kota Bekasi dan Provinsi DKI Jakarta di barat dan utara, Kabupaten Karawang di timur, serta Kabupaten Bogor di selatan. Kabupaten Bekasi

terdiri atas 23 Kecamatan, yang dibagi lagi atas sejumlah desa dan kelurahan yang mempunyai suku asli yaitu Suku Sunda. Sebagian besar wilayah Kabupaten Bekasi juga merupakan tempat yang sangat cocok bagi para pelaku Industri yang ingin mengembangkan usahanya, karena perekonomian Kabupaten Bekasi ditopang oleh banyak industri manufaktur yang juga tergabung dalam Zona Ekonomi Internasional yang memiliki fasilitas khusus dibidang perpajakan, infrastruktur, keamanan, dan fiskal. Maka dari itu dengan banyaknya per-industrian ini menyebabkan banyaknya migrasi yang terjadi. Inilah yang membuat Kabupaten Bekasi memiliki sangat banyak penduduk yang menetap dan membuat hal ini menjadi sebuah peluang bisnis yang dimanfaatkan oleh para pelaku usahanya.

Dari sekian banyak jumlah penduduk di Kabupaten Bekasi, Sebagian orang memilih berbisnis dibidang kuliner khususnya pelaku UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) UMKM adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perorangan ataupun badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro yang sebagaimana dibatasi dalam undang-undang. Pemberdayaan usaha UMKM menjadi sangat strategi, karena potensinya yang besar dan meningkatkan kegiatan ekonomi di masyarakat serta sekaligus menjadi tumpuan sumber pendapatan sebagian masyarakat dalam meningkatkan perekonomiannya,

Tabel 1.1
Perkembangan Jumlah UMKM di Kabupaten Bekasi

Kabupaten	Jumlah (unit)				
	2017	2018	2019	2020	2021
Kabupaten Bekasi	245.277	260.515	276.576	293.752	311.925

Sumber : *Open Data* Jabar (2022)

Tabel 1.1 menurut *Open Data* Jabar dan UMKM Kabupaten Bekasi menunjukkan jumlah usaha UMKM menurut sektor ekonomi tahun 2017-2018. Eksistensi dan peran UMKM perkembangan dan pertumbuhannya sangat diperhatikan oleh pemerintah karena dari tahun ke tahun yang semakin meningkat, pencapaian pengembangan para pelaku UMKM sangat tinggi diberbagai kegiatan dan pelatihan bagi UMKM di Kabupaten Bekasi. Hal ini yang menjadikan pengurangan tingkat kemiskinan dalam perkembangan nasional

Saat ini, salah satu persaingan bisnis terjadi sangat ketat pada bisnis yang bergerak dibidang kuliner khususnya cafe. Hal ini dikarenakan pesatnya perkembangan bisnis pada bidang kuliner khususnya café diberbagai kota termasuk di Kabupaten Bekasi. Banyak orang memilih berbisnis dibidang kuliner karena bisnis tersebut dianggap paling menguntungkan, karena pada dasarnya makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Perkembangan bisnis kuliner di Kabupaten Bekasi ditandai dengan semakin banyaknya jumlah bisnis kuliner baik yang berkonsep tradisional maupun modern diberbagai sudut Kabupaten Bekasi.

Tabel 1.2
Jumlah Usaha Kuliner Kabupaten Bekasi Tahun 2021

Kabupaten	Jumlah Usaha
Kabupaten Bekasi	111.617

Sumber : *Open Data Jabar (2022)*

Tetapi walaupun banyak juga usaha Kuliner di Kabupaten Bekasi ada juga usaha yang tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan kegiatan usahanya karena kurang tepatnya strategi bisnis yang dilakukan. Maka dari itu pengusaha selalu dituntut untuk dapat menjalankan usahanya dengan strategi bisnis yang tepat untuk mempertahankan kelangsungan dari usahanya dari tahun ke tahun

Gubuk Ningrat yang berada di Perum, Desa, Telaga Murni, Kecamatan Cikarang Barat, Kabupaten Bekasi merupakan salah satu usaha bisnis dibidang kuliner dengan nuansa modern yang menyajikan berbagai macam menu makanan dan minuman tekhususnya pada kopi. Berbagai macam strategi telah diterapkan pada Gubuk Ningrat untuk dapat merebut dan menarik pelanggan serta dapat mengimbangi persaingan yang cukup ketat dalam dunia bisnis, mulai dari tempat yang bernuansa klasik yang memberi kesan mewah, pelayanan yang selalu dituntut untuk dapat memuaskan pelanggan, serta cita rasa makanan yang baik, saat ini jumlah pegawai Gubuk Ningrat berjumlah 12 pegawai.

Saat ini Gubuk Ningrat lebih menekankan pada strategi kualitas produk dan inovasi tempat. Dengan mempertahankan cita rasa makanan dan melakukan inovasi tempat tiap bulannya agar selalu memberi kesan yang berbeda kepada pengunjung café serta menyajikan *live music* disetiap minggunya. Pada tahun 2021 Gubuk Ningrat mengadakan *event* “Kopi Ikhlas” yang bekerja sama dengan banyak café lainnya dan tentu bertujuan

untuk memperluas pasar yang semula hanya berfokus di daerah Cikarang Barat menjadi Bekasi, dan juga Gubuk Ningrat telah melakukan ekspansi tempat menjadi lebih besar guna membuat pelanggan lebih leluasa dalam memilih tempat dan memberikan kenyamanan tempat bagi pelanggan.

Café Gubuk Ningrat saat ini juga memiliki beberapa permasalahan seperti karyawan baru yang terus berganti ditiap beberapa bulannya, pelanggan yang belum puas dengan pelayanan dan kualitas rasa makanan, beberapa pelanggan yang datang hanya untuk menggunakan *wifi* saja, ini juga berakibat pada pendapatan yang menjadi tidak stabil tiap bulannya, serta Gubuk Ningrat harus menghadapi beberapa pesaing terdekat seperti :

Tabel 1.3
Daftar Pesaing Terdekat Café Gubuk Ningrat

No	Nama Café
1	Café Priboemi Fanama
2	Kopi Iko
3	Koju

Untuk dapat mempertahankan bisnis serta menghadapi tantangan persaingan perlu diterapkan strategi yang paling tepat agar Gubuk Ningrat dapat bertahan ditengah persaingan, harus dilihat dari kondisi perusahaan yaitu dengan menganalisis faktor internal dan eksternal perusahaan tersebut. Analisis SWOT digunakan antara lain untuk menetapkan strategi dari perusahaan dalam upaya dan usahanya untuk mencapai tujuan dan agar dapat bersaing dari para pesaing yang ada didalam suatu bisnis yang sejenis.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Analisis Strategi Bersaing Café Gubuk Ningrat Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis”**

1.2 Identifikasi Masalah

1. Seringnya mengalami perubahan karyawan pada bagian *waitress* yang berdampak pada pelayanan yang kurang maksimal, karena setiap pergantian karyawan pasti melakukan dan harus melewati tahap pembelajaran.

- 2 Banyaknya pelanggan yang komplain mengenai pelayanan dan cita rasa yang disajikan. Seperti lambatnya pesanan yang diantar kepada pelanggan, dan cita rasa yang di sajikan terkadang kurang memuaskan pelanggan.
- 3 Banyaknya pengunjung yang datang di Gubuk Ningrat tidak untuk memesan makanan atau minuman tetapi hanya untuk melihat *live music* dan memanfaatkan *wifi* saja.
- 4 Pendapatan mengalami ketidakstabilan setiap bulannya.
- 5 Gubuk Ningrat juga memiliki beberapa pesaing yang ada disekitarnya seperti Kopi Iko, Priboemi Fanama, Koju.

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, penulis akan membatasi masalah guna untuk menghindari adanya penyimpangan ataupun pelebaran pokok permasalahan, agar penelitian ini lebih terarah dan memudahkan dalam pembahasan, sehingga tujuan penelitian dapat tercapai. Penelitian ini difokuskan pada identifikasi faktor internal dan faktor eksternal dari Café Gubuk Ningrat Bekasi agar dapat menganalisis strategi bisnis yang tepat untuk diterapkan di Café Gubuk Ningrat

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, permasalahan pokok dalam penelitian ini adalah “Strategi apa yang diterapkan di Café Gubuk Ningrat dalam menjalankan usahanya agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis?”

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas maka penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang akan diterapkan oleh Café Gubuk Ningrat dalam menjalankan usahanya agar dapat bertahan dalam menghadapi persaingan bisnis.

sumber data, Teknik pengumpulan data, dan Teknik analisis data.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang terjadi dilapangan penelitian

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak objek penelitian.

BAB VI

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.