

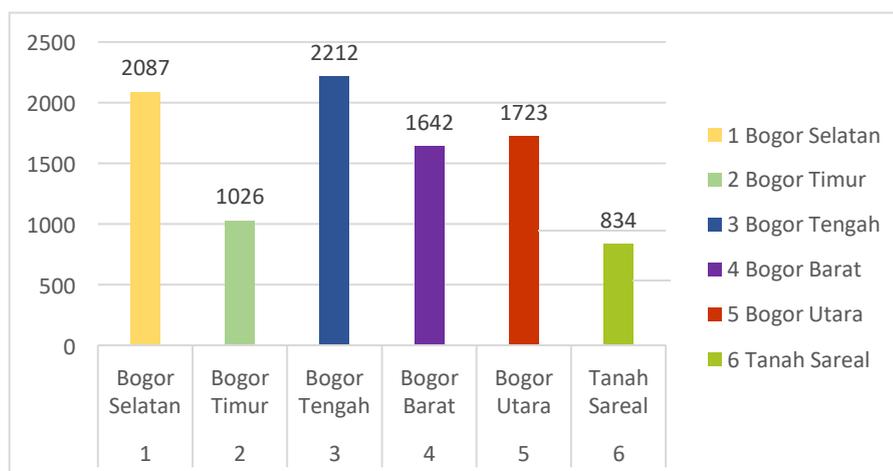
BAB 1 PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Industri Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) sektor kuliner telah menjadi bagian integral perekonomian di banyak negara, termasuk Indonesia. Diatur dalam Undang-Undang (UU) Republik Indonesia Nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM. Dalam bab 1 pasal 1 yang dimaksud dengan usaha kecil adalah usaha produktif yang dimiliki oleh orang perseorangan dan suatu badan ekonomi Tunggal yang mempengaruhi kriteria usaha mikro.

Seiring dengan meningkatnya kesadaran konsumen akan kuliner lokal, permintaan terhadap produk UMKM kuliner pun semakin meningkat. Industri kuliner menawarkan potensi besar, namun sejumlah kendala menghambat pertumbuhan dan pengembangannya. Salah satu kendala utama adalah keterampilan manajemen bisnis yang terbatas. Kurangnya pengetahuan dan keterampilan manajemen bisnis menjadi faktor yang menghambat kemajuan UMKM kuliner (Fitriani & Zulfikar, 2021). Tantangan dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, baik dari pelaku bisnis sejenis maupun industri besar, juga menjadi permasalahan yang harus diatasi oleh UMKM kuliner.

Jumlah UMKM yang tercatat dalam Solusi Kota Bogor berdasarkan perkembangan wilayah Kota Bogor pada tahun 2023 sebagai berikut:



Gambar 1. 1. Proyeksi Jumlah UMKM Wilayah Kota Bogor 2023

Sumber: solusi.kotabogor.go.id

Gambar di atas menunjukkan perkembangan UMKM di Kota Bogor disetiap kecamatan. Seperti Jumlah UMKM dalam bentuk grafik cukup berbeda antara keenam Kecamatan Kota Bogor. Data UMKM Kecamatan Bogor Selatan sebanyak 2087 UMKM, Kecamatan Bogor Timur sebanyak 1026 UMKM, Bogor Tengah sebanyak 2212 UMKM, Bogor Barat sebanyak 1642 UMKM, Bogor Utara sebanyak 1723 UMKM dan Tanah Sareal sebanyak 834 UMKM. Adapun salah satu UMKM “*Japanese Food Cak Aryo*” yang berada di Jalan pajajaran No. 17, Kota Bogor, Kecamatan Bogor Utara (Depan Ruko Raja Audio). Melalui data diatas, Wilayah Kecamatan Bogor Utara Jumlah perkembangan UMKM urutan ketiga yang mendirikan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). *Japanese Food Cak Aryo* sendiri merupakan UMKM dengan total omzet rata-rata per tahun adalah Rp. 36.000.000 juta rupiah, dengan total omzet per bulan rata-rata adalah Rp. 3.000.000 juta rupiah. Dan berdasarkan hasil wawancara peneliti *Japanese Food Cak Aryo* untuk jumlah makanan di hari weekdays mengeluarkan 200 porsi dan untuk weekend mengeluarkan 250 porsi per hari untuk keseluruhan menu.

Terdapat pula minat Masyarakat terhadap hidangan makanan jepang tersebut, baik yang otentik maupun telah diadaptasi secara lokal. Di Indonesia sudah banyak orang yang membuka usaha kuliner bernuansa makanan jepang, contohnya yaitu warung tenda *Japanese Food Cak Aryo* yang terdapat di Kota Bogor. Menu yang disajikan merupakan menu khas Jepang diantaranya mie goreng, nasi goreng, *beef yakiniki*, *chicken teriyaki*, tempura, spesial salad, *wafuyaki*, serta tumis toge. *Japanese Cak Aryo* berdiri sejak tahun 1990 yang beralamat di Jalan pajajaran No. 17, Kota Bogor, Kecamatan Bogor Utara berdekatan Warung Jambu. Menurut laporan "Global Digital Ad Spending 2021" dari eMarketer, "Industri kuliner diharapkan menjadi salah satu yang paling banyak menghabiskan untuk iklan digital pada tahun 2021 menunjukkan bahwa bisnis kuliner mengakui pentingnya digital marketing dalam mempromosikan produk dan layanan mereka" (eMarketer, 2021).

Pada penelitian ini, penulis bermaksud untuk menganalisis Strategi Pemasaran dalam meningkatkan bisnis *Japanese Food Cak Aryo*. Usaha ini sudah berdiri cukup lama sejak tahun 1990. Peneliti bertujuan untuk mengembangkan Pemasaran yang tepat pada *Japanese Food Cak Aryo* untuk meningkatkan Bisnis. Setelah peneliti Wawancara dengan *Owner Japanese Food Cak Aryo* masih ada hal yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah *Japanese Food Cak Aryo* masih memiliki keterbatasan dalam aktifitas marketingnya, dimana saat ini *Japanese Food Cak Aryo*

hanya menggandalkan strategi pemasaran yang masih sangat konvensional yaitu *mouth to mouth* dan belum memiliki *channel* pemasaran digital. Maka dari itu melalui penelitian ini berfokus pada strategi pemasaran dalam meningkatkan Bisnis *Japanese Food Cak Aryo* dengan menggunakan metode Bisnis Model Canvas dan analisis SWOT matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*).

Business Model Canvas atau BMC dapat membantu Perusahaan memahami aspek bisnisnya dan model yang dijalankannya saat ini, serta aspek Perusahaan yang perlu ditambah atau diubah. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk menentukan arah bergerak Perusahaan dan mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada bisnis yang dijalankan (Suharti, 2015). *Business Model Canvas* merupakan salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi. Perencanaan strategi bisnis diperlukan agar bisnis *Japanese Food Cak Aryo* dan semakin terkenal oleh Masyarakat luas. Untuk menganalisis strategi bisnis *Japanese Food Cak Aryo* menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang diharapkan dapat mengembangkan strategi bisnis untuk masa sekarang maupun masa yang akan datang. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi, menganalisis dan mengembangkan model bisnis pada *Japanese Food Cak Aryo* dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

Sedangkan SWOT dengan waktu yang bersamaan dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan meminimalkan kelemahan dan ancaman dari faktor internal maupun eksternal, sehingga nantinya dapat memberikan strategi yang tepat untuk melakukan pengembangan dan perluasan pasar (Rangkuti, 2004). Analisis SWOT menjelaskan tentang bagaimana kombinasi strategi yang tepat dalam faktor internal dan faktor eksternal dalam kegiatan suatu usaha. Analisis SWOT menggunakan matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*) dengan alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi Perusahaan agar dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya.

Maka dari itu, penelitian ini sangat penting dilakukan dengan kombinasi antara Bisnis Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT untuk menganalisis rekomendasi strategi pemasaran yang tepat dan efektif untuk meningkatkan bisnis UMKM ini serta

mengevaluasi aktifitas marketing yang sudah dilakukan saat ini. Dari permasalahan yang ada dalam latar belakang diatas, maka peneliti ingin meneliti lebih dalam dan memberi judul skripsi: “**Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Bisnis *Japanese Food Cak Aryo* Kecamatan Bogor Utara, Kota Bogor**”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas dan berdasarkan pengamatan peneliti lakukan di lapangan, maka Adapun permasalahan sebagai berikut:

1. Keterbatasan aktivitas marketing pada *Japanese Food Cak Aryo* yang membuat bisnis ini hanya mengandalkan marketing yang konvensional.
2. Minimnya inovasi aktivitas pemasaran digital pada *Japanese Food Cak Aryo* yang mana hal ini dapat ditingkatkan lagi.
3. Banyaknya persaingan dalam bisnis UMKM serupa sehingga *Japanese Food Cak Aryo* perlu memberikan inovasi baru baik dari sisi pemasaran maupun dari sisi bisnis dan produk.

1.3. Pembatasan Masalah

1. Peneliti hanya berfokus pada *Japanese Food Cak Aryo* yang berada di Kota Bogor Utara.
2. Membuat Bisnis Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT sebagai strategi pemasaran pada usaha.

1.4. Rumusan Masalah

Bedasarkan latar belakang masalah diatas, rumusan masalah diuraikan sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi dan struktur bisnis *Japanese Food Cak Aryo* jika dianalisis menggunakan Bussines Model Canvas (BMC)?
2. Bagaimana mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman pada *Japanese Food Cak Aryo* melalui analisis SWOT matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*)?
3. Bagaimana strategi yang diterapkan oleh *Japanese Food Cak Aryo* dalam menghadapi tantangan di pasar?
4. Mengidentifikasi elemen BMC

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang akan diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Menganalisis kondisi dan struktur bisnis *Japanese Food Cak Aryo* menggunakan Bussines Model Canvas (BMC).

2. Mengidentifikasi kelebihan, kekurangan, peluang dan ancaman pada *Japanese Food Cak Aryo* melalui analisis SWOT matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) dan matriks EFE (*Eksternal Factor Evaluation*).
3. Menganalisis strategi pemasaran untuk memahami dan mengevaluasi pendekatan pemasaran yang digunakan oleh *Japanese Food Cak Aryo* dalam menarik pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar di industri makanan Jepang.
4. Untuk mengidentifikasi komponen dalam bisnis model canvas (BMC).

1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian yang akan diangkat pada penelitian ini adalah:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini akan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan khususnya pada bagian strategi pemasaran *Japanese Food Cak Aryo* dalam meningkatkan Bisnis.

2. Manfaat praktis

Diharapkan penelitian ini bisa menjadi kontribusi atau masukan untuk *Japanese Food Cak Aryo* untuk menjadi bahan pertimbangan atau evaluasi terhadap strategi pemasaran dalam meningkatkan Bisnis *Japanese Food Cak Aryo*.

1.7. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan, penulisan laporan penelitian ini terbagi dalam lima bab yang secara singkat akan diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang penjelasan secara singkat mengenai Latar Belakang, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematik Penulisan. Pada bab ini bertujuan untuk menjelaskan seluruh ruang lingkup penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai dasar-dasar teori yang mengandung Analisis Strategi Pemasaran Dalam meningkatkan Bisnis *Cak Aryo*. Pada bab ini bertujuan untuk menjabarkan seluruh teori pendukung yang digunakan dalam laporan penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang metodologi yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu pendekatan penelitian, jenis dan sumber data yang digunakan, Teknik pengumpulan data, dan metode analisis.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

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

DAFTAR PUSTAKA

Dibagian bab ini berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang digunakan dalam Menyusun penelitian ini.