

# **BAB I PENDAHULUAN**

## **1.1 Latar Belakang**

Pasar kuliner merupakan arena bisnis yang dinamis serta cepat berubah. Persaingan di dalamnya sangat ketat karena pelanggan memiliki banyak pilihan rumah makan yang beragam. Karena itu, rumah makan harus senantiasa berinovasi dan meningkatkan kualitas produk serta layanan mereka agar tetap menarik minat pelanggan. Untuk bisa bertahan dalam persaingan yang sengit ini, rumah makan perlu memiliki strategi yang kuat, yang mencakup beberapa aspek penting. Pertama, rumah makan harus terus mengembangkan menu mereka dengan menciptakan hidangan-hidangan yang menarik, lezat, dan berkualitas tinggi. Hal ini bisa dilakukan dengan mengikuti tren kuliner terkini, menyesuaikan menu dengan selera pelanggan, serta menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi. Selain itu, pelayanan yang ramah, efisien, dan profesional juga merupakan hal yang penting dalam strategi rumah makan.

Kepuasan pelanggan adalah hal yang sangat penting dalam menjalankan rumah makan. Memberikan perlakuan yang baik dan menciptakan suasana yang nyaman bagi pelanggan saat makan di rumah makan tersebut merupakan kunci untuk menciptakan pengalaman positif bagi mereka, yang pada akhirnya dapat mendorong pelanggan untuk kembali lagi ke rumah makan tersebut. Selain itu, promosi yang efektif juga merupakan bagian yang tak terpisahkan dari strategi rumah makan. Dengan melakukan promosi yang tepat, rumah makan dapat meningkatkan visibilitas mereka di pasar dan menarik minat pelanggan potensial. Promosi dapat dilakukan melalui berbagai cara, seperti penggunaan media sosial, iklan di media lokal, atau kerjasama dengan influencer kuliner. Tidak hanya memperhatikan aspek internal, rumah makan juga perlu memperhatikan faktor-faktor eksternal yang dapat mempengaruhi bisnis mereka. Hal ini termasuk dalam memantau tren pasar, mengidentifikasi perubahan selera konsumen, dan memperhatikan kebijakan pemerintah yang dapat berdampak pada bisnis mereka. Dengan memperhatikan semua aspek ini, rumah makan dapat memperkuat posisinya dalam pasar kuliner yang kompetitif dan meningkatkan profitabilitasnya.

Dengan strategi yang tepat dan menyeluruh, rumah makan memiliki kesempatan untuk memperkuat posisinya dalam pasar kuliner yang kompetitif dan meningkatkan profitabilitasnya. Dengan terus berinovasi dalam hal menu, konsep, dan layanan, serta meningkatkan kualitas produk dan pelayanan kepada pelanggan, rumah makan dapat mempertahankan dan menarik minat konsumen. Selain itu, memperhatikan faktor-faktor eksternal yang memengaruhi bisnis, seperti tren pasar, perubahan selera konsumen, dan

kebijakan pemerintah, juga merupakan hal penting. Dengan memahami dan menyesuaikan diri terhadap dinamika pasar, rumah makan dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk tetap relevan dan bersaing. Dengan komitmen terhadap inovasi, kualitas, dan respons terhadap lingkungan eksternal, rumah makan memiliki peluang untuk sukses di pasar kuliner yang kompetitif ini, bahkan dapat berkembang dan meraih keberhasilan jangka panjang.

Warung Makan Le Arjan merupakan salah satu restoran di Gorontalo yang dikenal dengan makanan berbumbu pedas dan harga yang terjangkau. Ciri khas ini sangat sesuai dengan selera masyarakat Gorontalo yang mayoritas menyukai hidangan pedas dan lezat. Karena kombinasi cita rasa yang khas dan harga yang bersahabat, warung makan ini diminati oleh berbagai kalangan, mulai dari masyarakat kelas atas hingga menengah ke bawah. Meskipun begitu, Warung Makan Le Arjan menghadapi beberapa tantangan dalam menjalankan bisnisnya di tengah persaingan yang ketat di Gorontalo. Salah satu masalah yang dihadapi adalah persaingan yang sengit dari warung makan lain yang juga menyajikan hidangan yang serupa. Terlebih lagi, keterbatasan produk mereka yang hanya berfokus pada daging ayam menjadi kendala tambahan, terutama dengan naiknya harga daging ayam di pasaran. Selain itu, promosi produk Warung Makan Le Arjan juga belum optimal, karena minimnya penggunaan media sosial untuk mempromosikan usaha mereka. Selain itu, Warung Makan Le Arjan juga mengalami kendala dalam hal ketersediaan tenaga kerja. Beberapa karyawan sering absen karena sakit, yang menyebabkan pelayanan terhadap pelanggan menjadi kurang maksimal. Untuk mengatasi tantangan ini, Warung Makan Le Arjan dapat mempertimbangkan langkah-langkah seperti diversifikasi menu untuk mengurangi ketergantungan pada satu jenis produk, meningkatkan promosi melalui media sosial dan kolaborasi dengan influencer kuliner lokal, serta memperhatikan manajemen sumber daya manusia untuk memastikan ketersediaan karyawan yang optimal dan pelatihan yang tepat bagi staf agar dapat memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Dengan strategi yang tepat, Warung Makan Le Arjan memiliki potensi untuk tetap bersaing dan berkembang di pasar kuliner yang kompetitif di Gorontalo.

Kota Gorontalo, sebagai salah satu kota yang berkembang pesat di Indonesia, menjadi pusat kegiatan ekonomi dan kuliner yang semakin berkembang. Di tengah perkembangan tersebut, industri kuliner menjadi salah satu sektor yang menonjol, dengan kehadiran berbagai warung makan yang menawarkan ragam kuliner lokal maupun internasional. Dalam konteks pasar kuliner yang kompetitif di Kota Gorontalo, Warung Makan Le Arjan merupakan salah satu pemain utama yang telah dikenal oleh masyarakat sebagai penyedia hidangan berkualitas dengan cita rasa yang khas. Namun, dengan pesatnya pertumbuhan industri kuliner di kota ini, persaingan menjadi semakin ketat, memaksa Warung Makan Le Arjan untuk terus berinovasi dan meningkatkan daya saing serta profitabilitasnya. Adapun beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam konteks ini adalah:

1. Persaingan yang Ketat: Pasar kuliner di Kota Gorontalo didominasi oleh berbagai warung makan yang menawarkan beragam pilihan menu. Persaingan yang ketat membutuhkan strategi yang tepat untuk tetap bersaing dalam pasar yang kompetitif ini.
2. Perubahan Preferensi Konsumen: Selera konsumen terus berubah seiring dengan perkembangan tren kuliner dan budaya makan di Kota Gorontalo. Warung Makan Le Arjan perlu memahami dan menyesuaikan diri dengan perubahan preferensi konsumen untuk tetap diminati oleh pasar.
3. Peningkatan Kualitas Produk dan Layanan: Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik minat konsumen baru, Warung Makan Le Arjan harus terus meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, baik dari segi rasa, presentasi, maupun pengalaman pelanggan secara keseluruhan.

Dalam konteks ini, penting bagi Warung Makan Le Arjan untuk merumuskan strategi bisnis yang kokoh dan adaptif guna memperkuat daya saing dan profitabilitasnya di pasar kuliner yang kompetitif di Kota Gorontalo. Strategi ini perlu mengintegrasikan inovasi dalam produk, pelayanan pelanggan, serta efisiensi operasional untuk mencapai keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

Berdasarkan fenomena-fenomena yang telah disebutkan, bisnis Warung Makan Le Arjan masih memerlukan pengembangan yang signifikan, terutama dalam hal sumber daya manusia dan pemasaran. Pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam kesuksesan bisnis, karena merupakan ujung tombak dari keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini ditujukan untuk menganalisis lingkungan internal dan eksternal Warung Makan Le Arjan, serta merumuskan strategi yang tepat sesuai dengan kondisi yang ada. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah menganalisis lingkungan internal Warung Makan Le Arjan. Ini mencakup evaluasi terhadap sumber daya manusia yang ada, termasuk kualifikasi, keterampilan, dan motivasi karyawan. Selain itu, analisis juga dilakukan terhadap proses operasional, keuangan, dan manajemen yang ada di dalam warung makan. Dengan pemahaman yang mendalam tentang lingkungan internal, akan lebih mudah untuk mengidentifikasi kelemahan dan potensi yang dapat ditingkatkan. Selanjutnya, penelitian ini akan menyoroti lingkungan eksternal Warung Makan Le Arjan. Ini meliputi analisis terhadap pasar kuliner di Gorontalo, tren konsumen, persaingan, serta faktor-faktor eksternal lainnya seperti regulasi pemerintah dan kondisi ekonomi. Dengan memahami dinamika lingkungan eksternal, Warung Makan Le Arjan dapat menyesuaikan strategi mereka dengan lebih baik untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang yang ada.

Berdasarkan hasil analisis internal dan eksternal, penelitian ini akan merumuskan strategi yang tepat untuk Warung Makan Le Arjan. Strategi ini haruslah sesuai dengan kondisi spesifik warung makan tersebut, termasuk potensi yang dimiliki serta tantangan yang dihadapi. Beberapa strategi yang mungkin diusulkan antara lain, diversifikasi menu untuk mengatasi

keterbatasan produk, peningkatan promosi melalui media sosial dan kerjasama dengan influencer kuliner lokal, serta perbaikan manajemen sumber daya manusia untuk memastikan ketersediaan karyawan yang optimal dan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan. Dengan implementasi strategi yang tepat dan komprehensif, diharapkan Warung Makan Le Arjan dapat memperkuat posisinya di pasar kuliner Gorontalo, meningkatkan profitabilitasnya, dan tetap bersaing dalam lingkungan bisnis yang kompetitif.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan deskripsi yang telah diberikan, beberapa masalah yang dapat diidentifikasi dalam bisnis Warung Makan Le Arjan adalah sebagai berikut:

1. Persaingan yang Ketat: Warung Makan Le Arjan menghadapi persaingan yang sengit dari warung makan lain yang menawarkan hidangan serupa di Gorontalo. Persaingan ini dapat mengancam posisi pasar mereka dan mempengaruhi profitabilitas.
2. Keterbatasan Produk: Warung Makan Le Arjan hanya fokus pada hidangan daging ayam, yang menjadi kendala saat harga daging ayam naik di pasaran. Keterbatasan ini dapat membatasi daya tarik mereka terhadap berbagai segmen pasar.
3. Promosi yang Kurang Optimal: Promosi produk Warung Makan Le Arjan belum maksimal, terutama karena minimnya penggunaan media sosial untuk memperluas jangkauan promosi mereka.
4. Ketersediaan Tenaga Kerja: Absensi karyawan karena sakit dapat menyebabkan kurangnya pelayanan terhadap pelanggan dan mempengaruhi pengalaman pelanggan secara keseluruhan.
5. Manajemen Sumber Daya Manusia: Kemungkinan masalah dalam manajemen sumber daya manusia, seperti kurangnya pelatihan atau pengelolaan karyawan yang kurang efektif, dapat mempengaruhi kinerja staf dan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah dilakukan, rumusan masalah untuk penelitian Warung Makan Le Arjan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana mengatasi persaingan yang ketat dari warung makan sejenis di Gorontalo agar Warung Makan Le Arjan dapat mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar dan profitabilitasnya?
2. Bagaimana mengelola keterbatasan produk, terutama dalam hal fokus pada hidangan daging ayam, mengingat fluktuasi harga daging ayam di pasaran, sehingga Warung Makan Le Arjan tetap menarik bagi berbagai segmen pasar?
3. Bagaimana meningkatkan efektivitas promosi, khususnya melalui media sosial, untuk meningkatkan visibilitas dan daya tarik Warung Makan Le Arjan di pasar kuliner Gorontalo?

4. Bagaimana mengatasi masalah ketersediaan tenaga kerja, terutama dalam menghadapi absensi karyawan karena sakit, guna memastikan kualitas layanan dan pengalaman pelanggan yang optimal?
5. Bagaimana meningkatkan manajemen sumber daya manusia, termasuk pelatihan karyawan dan pengelolaan yang efektif, untuk memastikan karyawan dapat memberikan pelayanan yang berkualitas dan memenuhi kebutuhan operasional Warung Makan Le Arjan?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhi daya saing rumah makan di pasar kuliner yang kompetitif.
2. Untuk mengevaluasi strategi-strategi yang dapat meningkatkan daya saing rumah makan di pasar kuliner.
3. Untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan produk dan layanan di rumah makan.
4. Untuk merumuskan strategi-strategi yang dapat meningkatkan penjualan produk dan layanan di rumah makan.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1. Manfaat Teoritis**

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah

1. Pengembangan Teori dan Konsep: Hasil penelitian dapat membantu dalam pengembangan teori dan konsep terkait strategi pengembangan bisnis, terutama dalam konteks pasar kuliner yang kompetitif.
2. Referensi bagi Penelitian Selanjutnya: Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang yang sama atau terkait, sehingga dapat memperluas cakupan pengetahuan dalam industri kuliner.
3. Pengembangan Metodologi Penelitian: Penelitian ini dapat membantu dalam pengembangan metodologi penelitian yang lebih baik dalam menganalisis strategi pengembangan bisnis di pasar kuliner.

##### **1.5.2. Manfaat Praktis**

###### **1. Bagi Pemerintah**

Penelitian ini juga memberikan manfaat bagi pemerintah dalam beberapa hal, antara lain:

- a. Pengembangan Industri Kuliner: Dengan mengidentifikasi strategi-strategi yang efektif untuk rumah makan, pemerintah dapat mendukung pengembangan industri kuliner lokal yang lebih kompetitif. Dengan demikian, hal ini dapat membantu meningkatkan citra dan daya tarik destinasi kuliner suatu daerah.

- b. **Penciptaan Lapangan Kerja:** Pertumbuhan rumah makan yang didukung oleh strategi yang efektif dapat membuka peluang baru untuk penciptaan lapangan kerja bagi masyarakat setempat. Hal ini dapat mengurangi tingkat pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.
- c. **Peningkatan Pendapatan Daerah:** Dengan meningkatkan daya saing dan profitabilitas rumah makan, pemerintah dapat mengalami peningkatan pendapatan dari sektor kuliner. Pendapatan pajak dari rumah makan yang berkembang dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan bagi pemerintah daerah, yang dapat digunakan untuk pembangunan infrastruktur dan pelayanan publik lainnya.

## **2. Bagi Peneliti**

Manfaat bagi peneliti dalam penelitian ini meliputi:

- a. **Pengembangan Pengetahuan:** Peneliti dapat mengembangkan pengetahuan dan pemahaman yang lebih baik tentang strategi pengembangan bisnis di industri kuliner yang kompetitif. Melalui analisis dan penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memperdalam pemahaman mereka tentang dinamika pasar kuliner, faktor-faktor yang memengaruhi daya saing dan profitabilitas bisnis, serta strategi yang efektif untuk menghadapi tantangan tersebut.
- b. **Pengalaman Penelitian:** Peneliti dapat memperoleh pengalaman berharga dalam merancang dan melaksanakan penelitian di lapangan, khususnya dalam konteks bisnis kuliner. Hal ini dapat meliputi pengalaman dalam melakukan wawancara dengan pemilik dan pengelola rumah makan, pengumpulan data pasar, analisis data, dan menyusun rekomendasi strategis. Pengalaman ini dapat meningkatkan keterampilan penelitian dan analisis peneliti, serta memperluas wawasan mereka dalam bidang bisnis dan manajemen.