



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.LATAR BELAKANG

Menghadapi pesaingan bisnis di era globalisasi yang semakin ketat pedagang harus fokus pada konsumen sebagai pemegang kendali dalam menghadapi persaingan bisnis. Strategi yang tepat dapat digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi peluang baru dan mengantisipasi persaingan pasar. Persaingan pasar merupakan pesaing yang lebih besar mereka juga harus mempertimbangkan dan memperhatikan pesaing dengan tingkat yang sama. Kemampuan untuk mempertahankan dan meningkatkan kemampuan bersaing dapat dilakukan antara lain dengan menerapkan strategi bisnis yang tepat.

Salah satu usaha yang mampu membaca selera pasar adalah usaha di bidang kuliner. Para usaha kuliner bersaing untuk mempertahankan eksistensinya dan mempertahankan kepercayaan konsumen. Usaha kuliner pada saat ini memiliki peran yang sangat penting karena mereka dianggap memiliki kemampuan untuk menciptakan lapangan kerja baru masyarakat mulai berpikir untuk mendirikan usaha kuliner yang memiliki inovatif dalam mengelola bisnisnya. (Wahyudi, 2019) Berikut tabel data usaha Makanan dan Minuman di Indonesia



No.	Nama Data	Nilai
1	Makanan	1.510.000
2	Kayu (Non-Furnitur)	632.100
3	Pakaian Jadi	591.300
4	Tekstil	287.700
5	Barang Galian Bukan Logam	234.000
6	Pengolahan Lainnya	221.600
7	Pengolahan Tembakau	197.300
8	Furnitur	141.000
9	Barang Logam Bukan Mesin	118.300
10	Minuman	93.200

Gambar 1: Usaha Kuliner

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/20/bps-7174-usaha-makanan-minuman-di-indonesia-gunakan-media-online-untuk-promos>

Berdasarkan survey pada tabel diatas pelaku usaha dibidang kuliner memiliki angkah paling tinggi dengan nilai 1.510.000 oleh sebab itu usaha yang mampu membaca selera pasar untuk saat ini adalah usaha dibidang kuliner. Dibandingkan dengan usaha kayu (non furnitur) menduduki angkah kedua dengan jumlah 632.100.

Strategi bisnis yang tepat dapat dilihat dari stabilitas tingkat penjualan atau akan lebih baik bila dapat meningkat dari tahun ke tahun. Banyaknya usaha yang tidak dapat bertahan lama dalam menjalankan usahanya karena kurang tepatnya strategi bisnis yang dijalankan. (Wahyudi, 2019) menjelaskan bahwa strategi merujuk pada suatu perencanaan kegiatan yang komprehensif, tersusun secara sistematis, dan bersifat umum, sehingga dapat diakses oleh semua pihak, baik di dalam maupun di luar perusahaan. (Rachmat, 2014) menerangkan bahwa ada 4



macam strategi, diantaranya: strategi integrasi, strategi intensif, strategi diversifikasi dan strategi bertahan.

Strategi bertahan merupakan kemampuan untuk mempertahankan suatu usaha dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungannya. Strategi bertahan dapat diartikan sebagai cara yang digunakan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk mempertahankan eksistensinya yang bernilai atau dianggap baik. Kemampuan perusahaan untuk bertahan hidup sangat terkait dengan strategi bertahan hidup mereka. Usaha kecil-menengah memiliki kemampuan bertahan lebih baik. karena sifat bisnis itu sendiri yang langsung dikelola oleh pemiliknya. Dalam sosiologi, pilihan untuk menggunakan strategi bertahan hidup biasanya menjadi pilihan karena ada banyak ancaman yang dapat merusak kearifan komunitas.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Yohana Meilani Putrid, Rica Agatha, Reefa Dhifta Novta Amelia tahun 2023 dengan judul “Strategi Bertahanya Warung Kelontong Dalam Gempuran Market Modern” menyatakan bahwa dalam mempertahankan toko kelontong dengan cara membuka layanan Delivery melalui Whatshapp serta beradaptasi dengan perubahan zaman yaitu dengan mengubah toko dengan fasilitas seperti toko modern. Sedangkan dalam penelitian yang dilakukan oleh Eko Adi Susilo pada tahun 2022 dengan judul “Strategi Bertahan Usaha Mikro UMKM di warung Buk Tik Bendowulung Sanankulon, Kabupaten Blitar,” menyatakan bahwa UMKM warung Buk Tik menggunakan



strategi analisis SWOT agar mengetahui kelebihan dan kekurangan dalam usahanya. Terakhir, dalam penelitian yang dilakukan oleh Salsabila Priska Adiristi pada tahun 2022 dengan judul “Strategi Bertahan Usaha Kuliner di Masa Pandemi” menyatakan, untuk bertahan dalam usahanya, mereka menggunakan pemasaran digital dengan Media Whatsapp.

Usaha kuliner bakso termasuk golongan Usaha Mikro seperti yang kita ketahui bakso adalah salah satu makanan yang banyak disukai oleh setiap kalangan masyarakat baik dari kalangan anak-anak sampai orang tua Selain itu, usaha bakso mudah untuk ditemukan karena banyak orang yang memilih untuk berbisnis di bidang kuliner. (Malondo, Moniharapon, & Loindong, 2019).

UMKM merupakan salah satu bagian terpenting dari perekonomian masyarakat adanya UMKM juga bisa membantu pemerintah dalam menciptakan pekerjaan baru baik usaha di desa ataupun dikota. Dalam kondisi perekonomian Negara yang mengalami krisis moneter UMKM mampu bertahan dan tetap berkembang. Kemampuan dalam mempertahankan suatu usaha tergantung pada strategi yang diterapkan dengan adanya strategi yang tepat maka akan meminimalisir kegagalan usaha. Berikut adalah tabel data Usaha dibidang Makanan dan Minuman (kuliner) yang ada di Kabupaten Jombang



No	Kecamatan	Jumlah Usaha Kuliner
1.	Bandar Kedungmulyo	50
2.	Bareng	96
3.	Diwek	141
4.	Gudo	49
5.	Jogoroto	140
6.	Jombang	76
7.	Kabuh	12
8.	Kesamben	90
9	kudu	0
10.	Megaluh	109
11.	Mojoagung	103
12.	Mojowarno	101
13.	Ngoro	163
14.	Ngusikan	19
15.	Perak	64
16.	Peterongan	72
17.	Plandaan	16
18.	Ploso	78
19.	Sumobito	176
20.	Tembelang	40
21.	Wonosalam	14

Tabel 1 Data Pengusaha Kuliner Di Kabupaten Jombang

Berdasarkan survey pada tabel diatas daerah Kecamatan Kesamben terdapat 90 Usaha yang bergerak dibidang Kuliner dan menempati posisi ke 9 dibandingkan dengan Kecamatan yang lain Wilaya Kecamatan Kesamben masih menempati posisi 10 besar dengan jumlah Usaha Kulineranya. Salah satu Usaha yang bergerak di bidang Kuliner di Kecamatan Kesamben adalah Usaha Warung Bakso Gaul Usaha Warung Bakso Gaul adalah salah satu usaha yang berada di Dsn Sidowengku Ds Kedungbetik Kec Kesamben Kab Jombang. Dengan menerapkan strategi yang digunakan Usaha Warung Bakso Gaul dapat menjalankan dan mempertahankan usahanya dari tahun ke tahun. Meskipun banyak pedagang yang berjualan makanan yang serupa dan juga ada sebagian



pedagang bakso yang menutup usaha tetapi Usaha Warung Bakso Gaul tetap bertahan. Dengan menjaga kualitas produk dan cara pemasaran dengan memanfaatkan media sosial Warung Bakso Gaul jadi sangat muda untuk membaca selera pasar begitupun juga dengan variasia menu yang disediakan juga banyak macamnya.

Oleh sebab itu penulis akan meneliti dengan judul **“STRATEGI BERTAHAN PADA USAHA WARUNG BAKSO GAUL DI KECAMATAN KESAMBEN KABUPATEN JOMBANG ”**.

1.2. RUMUSAN MASALAH

1. Bagaimana faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi keberhasilan strategi bertahan pada Usaha Warung Bakso Gaul di Kesamben?
2. Bagaimana strategi bertahan yang digunakan dalam mempertahankan Usaha Warung Bakso Gaul di Kesamben?

1.3.TUJUAN PENELITIAN

1. Untuk mengetahui bagaimana faktor internal dan eksternal mempengaruhi keberhasilan strategi bertahan pada Usaha Warung Bakso Gaul di Kesamben
2. Untuk mengetahui bagaimana strategi bertahan dalam mempertahankan Usaha Warung Bakso Gaul di Kesamben

1.4.MANFAAT PENELITIAN

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan akan menambah pengetahuan, khususnya tentang manajemen strategi. Penelitian ini juga dapat memperkaya wawasan tentang strategi bertahan dalam usaha kuliner.

2. Secara praktis

- a. Bagi Pelaku Usaha Bakso Gaul: sebagai masukan dan saran agar dapat menjalankan strategi bertahan pada usahanya.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya: dapat digunakan sebagai sumber literature yang bermanfaat bagi penelitian yang dilakukan.

1.5.SISTEMATIKA PENULISAN

sistematikan penulisan proposal skripsi ini menggambarkan secara singkat masing masing bab mengenai pembahasan yang ada didalam penelitian, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami gambaran penulisan proposal skripsi, berikut sistematikan penulisan :

BAB I Pendahuluan

Bagian ini membahas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematikan penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Bagian ini membahas tentang penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan penelitian, landasan teori mengenai teori teori yang





digunakan dalam penelitian, kerangka penelitian yang secara garis besar membahas alur berjalanya penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Bagian ini membahas mengenai metode yang digunakan dalam proses penelitian yang memuat metode penelitian, jenis pendekatan, penetapan lokasi penelitian, focus penelitian, pemilihan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik triangulasi data.

BAB IV Pembahasan.

Bagian ini berisi tentang pembahasan mengenai temuan yang dilakukan setelah melakukan wawancara dengan pelaku usaha Warung Bakso Gaul tentang Strategi yang digunakan dalam usahanya.

BAB V Kesimpulan dan Saran.

Bagian ini berisi kesimpulan mengenai seluruh hasil penelitian serta saran setelah mengetahui hasil penelitian bagi pelaku usaha dan bagi pembaca.

