

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar belakang penelitian

Persaingan dalam dunia bisnis semakin hari semakin ketat. Hal ini dapat kita lihat dari jumlah perusahaan-perusahaan baik itu di bidang barang ataupun jasa yang sama-sama bersaing untuk menarik sekaligus mengunggulkan produknya supaya dapat diterima oleh konsumen. Seiring dengan semakin berkembangnya perekonomian, perusahaan pada saat ini saling bersaing satu sama lain untuk menghasilkan barang dan jasa dengan menawarkan kelebihanannya masing-masing.

Pengukuran kinerja merupakan salah satu faktor yang penting bagi organisasi bisnis karena pengukuran kinerja perusahaan merupakan hal yang diperlukan untuk melakukan evaluasi terhadap performa perusahaan dan tujuan perusahaan di masa mendatang. Di dalam sistem pengendalian manajemen pada suatu organisasi bisnis, pengukuran kinerja merupakan usaha yang dilakukan pihak manajemen untuk mengevaluasi hasil-hasil kegiatan yang telah dilaksanakan oleh masing-masing pusat pertanggung jawaban yang dibandingkan dengan tolak ukur yang telah ditetapkan.

Menurut Fatimah (2019:7) analisis SWOT merupakan akronim atau singkatan dari 4 kata *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logikayang dapat memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*),

namun secara bersamaan dapat menimbulkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threat*). Dengan adanya strategi pemasaran yang tepat dengan menggunakan analisis STP dan analisa SWOT diharapkan mampu untuk meningkatkan pertumbuhan kafe atau kedai dengan perkembangan zaman yang semakin maju dan persaingan di dunia bisnis semakin ketat.

Menurut Prasetyo,dkk (2018:45) *Segmenting* adalah aktivitas membuat pasar relative lebih homogen dengan mengelompokkan pangsa pasar, sehingga kita dapat membeda-bedakan secara spesifik antara satu dan lainnya. Dengan cara mengelompokkan pangsa pasar akan mempermudah dalam melakukan pemasaran.

Menurut Prasetyo,dkk (2018:57) *Targeting* adalah persoalan bagaimana memilih, menyeleksi, dan menjangkau pasar. Dengan adanya penentuan target pasar, pemasar harus mampu memilih serta menyeleksi terlebih dahulu sehingga target yang dipilih tepat.

Menurut Prasetyo,dkk (2018:65-66) *Positioning* merupakan hal yang penting dalam pemasaran namun banyak orang yang masih saja menyamakan positioning dengan segmen ataupun target.

Kafe dapat dikatakan seperti tipe restoran yang bisa menyediakan tempat duduk di dalam dan di luar ruangan. Kafe juga biasanya tidak menyediakan makanan berat tetapi lebih fokus kepada menu makanan ringan seperti kue, roti atau sup. Untuk minuman biasanya disajikan menu kopi, teh, susu atau aneka jus. Serta kenyamanan tempat dengan diberi fasilitas wifi sehingga pelanggan akan loyal dan kembali lagi ke kafe tersebut.

Tidak dapat dipungkiri bahwa jumlah perusahaan yang bergerak pada sektor jasa yang menyajikan makanan dan minuman seperti kafe , restoran

hingga kedai semakin meningkat, sehingga dituntut untuk para pengusaha memberikan pelayanan dan kenyamanan serta daya tarik tersendiri yang membuat unggul dari usaha di bidang sejenisnya untuk mampu bersaing.

Salah satunya adalah *Loodst Caffee* yang mana merupakan usaha yang bergerak pada bidang jasa dengan melayani produk makanan dan minuman. *Loodst Caffee* berada di Jl. Raden Wijaya No. 57 Kota Mojokerto. Usaha tersebut berdiri pada lokasi yang strategis dan tidak jauh dari pusat kota serta di kelilingi oleh sekolah dan kampus sehingga akses untuk menuju usaha ini sangat mudah. Sejak mulai berdirinya *Loodst Caffee* hingga sekarang ini kualitas pelayanan berjalan dengan baik dari aspek manajemen yang diterapkannya.

Dalam penjualan di *Loodst Caffee* tidak stabil, hal tersebut diketahui dari data penjual di *Loodst Caffee* Mojokerto, oleh karena itu untuk perusahaan dapat menerapkan analisis SWOT dan STP. Keunggulan penerapan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan, analisis STP untuk mengetahui *segmenting*, *targeting* dan *positioning*. Dengan melakukan analisa tersebut akan mengetahui posisi *Loodst Caffee Mojokerto* dalam menggunakan analisa SWOT dan STP, serta mengetahui strategi yang lebih tepat digunakan di *Restaurant Loodst Caffee Mojokerto*.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **ANALISIS STRENGTHS, WEAKNESSES, OPPORTUNITIES, THREATS (SWOT) DAN ALISIS SEGMENTING, TARGETING, POSITIONING (STP) SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN LOODST CAFFEE MOJOKERTO.**

B. Rumusan masalah

Dalam penulisan penelitian ini, agar mencapai fokus dan tujuan yang diharapkan, maka penulis membatasi permasalahan yang akan dibahas seputar strategi pemasaran tersebut hanya menekankan pada bagaimana strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan dalam meningkatkan pertumbuhan di *Loodst Caffee* Mojokerto.

Maka dapat disajikan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana posisi *Loodst Caffee* Mojokerto dalam analisis SWOT?
2. Bagaimana posisi *Loodst Caffee* Mojokerto dalam analisis STP?
3. Strategi apa yang sebaiknya digunakan oleh *Loodst Caffee* Mojokerto?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui posisi *Loodst Caffee* Mojokerto dalam analisis SWOT.
2. Untuk mengetahui posisi *Loodst Caffee* Mojokerto dalam analisis STP.
3. Untuk mengetahui strategi apa yang sebaiknya digunakan oleh *Loodst Caffee* Mojokerto.

D. Manfaat penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang memerlukannya. Adapun manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Bagi mahasiswa Fakultas Ekonomi khususnya mahasiswa jurusan Manajemen, peneliti ini bermanfaat sebagai bahan referensi dan menambah ilmu yang berhubungan dengan analisis SWOT dan STP

b. Teori Praktis

1. Bagi Objek Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat membantu dalam mengambil keputusan dalam meningkatkan pertumbuhan usaha

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai saran dan bahan untuk penelitian yang berkenaan dengan masalah analisis SWOT dan STP

3. Bagi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat membantu sebagai referensi bagi penelitian – penelitian selanjutnya.

4. Bagi Penulis

Sebagai tambahan wawasan dan pengetahuan serta bisa membantu menyumbangkan pikiran bagi perusahaan.