

BAB 1

PENDAULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan usaha yang semakin keras, memaksa setiap perusahaan bisnis untuk terus bersaing dan juga bertahan dengan tepat memilih strategi yang akan dijalankan oleh perusahaan. Perusahaan yang perlu didukung oleh strategi bisnis yang tepat dalam menghadapi persaingan tidak hanya perusahaan besar, namun terlebih lagi perusahaan menengah ke bawah yang banyak berkembang belakangan ini perlu didukung strategi bisnis yang baik. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Perusahaan harus berusaha keras untuk mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya. Dengan memahami kebutuhan, keinginan, perbedaan dan permintaan pelanggan, maka akan memberikan masukan penting bagi perusahaan untuk merancang strategi bisnis agar dapat menciptakan keunggulan bersaing. Kunci utama perusahaan untuk memenangkan persaingan adalah memberikan diferensiasi produk dari perusahaan lain serta memberikan kualitas pelayanan yang berkualitas yang dapat menguntungkan bagi perusahaan.

Pilihan produk konsumen berubah secara terus menerus. Sebuah perusahaan harus mempunyai pengetahuan seksama tentang perilaku konsumen agar dapat memberikan definisi pasar yang baik untuk mengikuti perubahan yang konsisten dan terus-menerus ini, serta untuk merancang bauran pemasaran yang tepat. Perilaku konsumen menggambarkan bagaimana konsumen membuat keputusan-keputusan pembelian dan bagaimana mereka menggunakan dan mengatur pembelian barang atau jasa.

Perkembangan bisnis kuliner yang semakin pesat terjadi karena keinginan masyarakat akan kuliner semakin tinggi. Tingginya keinginan tersebut ditandai oleh konsumsi masyarakat akan kuliner bukan hanya sekedar menjadi kebutuhan primer saja, melainkan kuliner sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat.

Bisnis kuliner tidak pernah lekang oleh waktu. Selama masyarakat masih memerlukan pangan maka bisnis kuliner akan semakin berkembang. Seiring berjalannya waktu, dengan perkembangan bisnis kuliner yang sangat pesat dan tingginya keinginan masyarakat akan kuliner ditambah dengan selera konsumen yang sering berubah menyesuaikan dengan perkembangan zaman dapat menciptakan persaingan usaha yang semakin ketat.

Bisnis dalam bidang usaha kuliner yang menghasilkan produk dengan macam yang sejenis akan tetapi rasa makanan, kualitas pelayanan, dan harganya beraneka ragam, membuat persaingan dalam bidang usaha kuliner semakin ketat. Untuk mampu bersaing dan unggul dibanding pesaingnya para pengusaha kuliner seharusnya menciptakan strategi yang berhasil menarik para pelanggan untuk mengonsumsi produk dan menggunakan jasa yang ditawarkan agar pelanggan merasa puas terhadap produk dan jasa yang telah mereka beli. Para pengusaha kuliner perlu melakukan perubahan atau inovasi dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Saat ini manusia mengenal bermacam-macam makanan. Di zaman modern ini, dengan perkembangan teknologi yang sangat pesat, manusia dapat dengan mudah memperoleh makanan siap saji tanpa perlu bersusah payah membuatnya. Berbicara tentang makanan pada dasarnya memang tidak bisa, lepas dari masalah kebudayaan. Suatu bahan makanan, baik itu tumbuh tumbuhan, hewan, maupun bahan hasil olahan, agar dapat dikonsumsi oleh manusia, memerlukan pengesahan budaya sebagaimana yang berlaku dalam sebuah kelompok masyarakat. Namun, karena suatu budaya sudah berlangsung sedemikian lamanya, maka masyarakat yang bersangkutan sering tidak menyadari secara langsung masalah itu. Pada dasarnya untuk keperluan penyediaan makanan, manusia sangat bergantung pada alam. Oleh karena itu terjadinya proses penyediaan bahan makanan sekaligus juga memperlihatkan hubungan antara lingkungan alamnya dan manusia.

Makanan tradisional atau makanan daerah merupakan salah satu ciri khas dari suatu kelompok masyarakat yang sangat mudah ditemukan dan mudah untuk dikenali. Makanan tradisional merupakan wujud budaya yang berciri kedaerahan, spesifik, beraneka ragam, dan jenisnya mencerminkan potensi alam daerah masing-

masing. Indonesia merupakan negara yang memiliki cakupan wilayah yang luas, di setiap daerah memiliki makanan tradisional yang menjadi ciri khas dari daerah tersebut, sehingga Indonesia memiliki beraneka ragam makanan tradisional. Makanan tradisional saat ini mulai tergeser dengan makanan cepat saji. Hal ini disebabkan karena budaya masyarakat yang lebih suka makanan cepat saji yang mudah ditemui dan cara penyajiannya mudah. Perlu adanya upaya untuk mengembangkan dan mengenalkan makanan tradisional pada masyarakat khususnya para generasi muda.

Kebab merupakan salah satu makanan khas Turki yang telah populer di Indonesia sejak tahun 2017 hingga 2024. Makanan ini terbuat dari daging yang dibumbui dan dipanggang di atas roti pipih. Kebab dapat disajikan dengan berbagai macam topping, seperti sayuran, keju, dan saus. Perkembangan dunia bisnis yang berkembang pesat pada era globalisasi sekarang menuntut pelaku bisnis agar selalu kreatif dan inovatif dalam membuat sebuah strategi guna mendapatkan konsumen yang lebih banyak serta mempertahankan usaha yang telah dijalankan, tidak menutup kemungkinan eksistensi di dunia bisnis berpengaruh dalam mencapai pertumbuhan tertentu.

Bengkalis merupakan daerah yang kaya dengan berbagai macam makanan dan minuman. Salah satu pesona makanan tradisional yang memiliki beraneka ragam bentuk dan rasa dan menjadi daya tarik masyarakat maupun mahasiswa wilayah Bengkalis untuk datang dan merasakannya. Salah satu makanan tradisional yang cukup sederhana dan sangat cocok untuk menjadi makanan konsumsi yaitu Kebab Turki Zahara yang ada di Kecamatan Bengkalis. Untuk membuat makanan tradisional ini sangatlah sederhana dan pembuatan makanan ini akan lebih dilakukan secara higienis serta akan dijual dengan harga yang dapat dijangkau semua kalangan, tentunya hal ini akan bisa menarik minat masyarakat.

Kebab Turki Zahara adalah salah satu makanan favorit di Kecamatan Bengkalis, kebab ini terlokasi di Jl. Ahmad Yani, Bengkalis kota, Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, Riau. Makanan ini terdiri dari daging yang dipanggang, biasanya daging domba atau daging sapi, yang kemudian disajikan dengan berbagai bahan tambahan seperti roti, sayuran, dan saus. Kebab memiliki

rasa yang lezat dan tekstur yang unik, membuatnya menjadi pilihan favorit bagi banyak orang.

Kebab Turki Zahara salah satu merek makanan yang sedang berkembang pesat. Menghadirkan kelezatan kebab Turki otentik dengan sentuhan lokal, Kebab Turki Zahara memiliki potensi besar untuk menarik perhatian konsumen yang menginginkan makanan cepat saji yang lezat dan bergizi. Namun, di tengah pesatnya pertumbuhan industri kuliner, persaingan semakin ketat, dengan berbagai merek kebab lainnya yang menawarkan produk serupa seperti pondok kebab, kebab monster, nurfa kebab dan lain lain.

Fenomena yang muncul di pasar menunjukkan bahwa konsumen saat ini semakin selektif dalam memilih makanan, dengan kecenderungan untuk memilih makanan yang tidak hanya enak, tetapi juga mudah diakses, praktis, dan memiliki nilai lebih, baik dari segi harga maupun kualitas. Disisi lain, kemajuan teknologi, khususnya dalam bidang pemasaran digital, membuka peluang bagi merek seperti Kebab Turki Zahara untuk menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial, website, serta *platform e-commerce*.

Selain itu, kehadiran Kebab Turki Zahara di pasar juga memanfaatkan tren terbaru dalam dunia pemasaran, seperti pemasaran melalui media sosial (instagram, facebook, tiktok, dan lainnya), serta sistem dropship atau reseller yang dapat membantu memperluas jangkauan dan memperkenalkan kebab kepada audiens yang lebih besar dengan biaya yang lebih efisien. Menawarkan sampel produk juga menjadi salah satu strategi untuk memperkenalkan kebab kepada pelanggan baru dan memberikan mereka kesempatan untuk merasakan kualitas produk yang ditawarkan.

Oleh karena itu, dengan melihat potensi pasar yang besar, Kebab Turki Zahara mengembangkan strategi pemasaran yang tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada pendekatan yang lebih inovatif dan terintegrasi dengan teknologi pemasaran digital. Penggunaan website toko *online*, serta memanfaatkan influencer dan konten kreatif di media sosial, dapat membantu meningkatkan visibilitas dan menarik lebih banyak pelanggan.

Kebab Turki Zahara berhasil menarik perhatian berkat kombinasi kelezatan kebab otentik dengan cita rasa lokal yang memikat disesuaikan dengan selera masyarakat. Selain kebab klasik, juga menawarkan berbagai varian menu yang dapat disesuaikan dengan preferensi konsumen, seperti pilihan saus, isian, dan tingkat kepedasan yang dapat dipilih sesuai selera serta menawarkan pengalaman kuliner yang tidak hanya mengutamakan kualitas, tetapi juga memanfaatkan tren pasar yang semakin beralih kepada pilihan makanan cepat saji yang praktis, sehat, dan terjangkau. Dengan keunikan produk yang dihadirkan, Kebab Turki Zahara berpotensi menjadi pilihan utama konsumen yang mencari hidangan lezat dan bergizi di tengah padatnya kegiatan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan teknologi digital dan semakin berkembangnya pasar kuliner, Kebab Turki Zahara berpeluang besar untuk terus memperluas jangkauan pasar dan memperkuat posisi merek melalui strategi pemasaran yang inovatif dan efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana strategi pemasaran pada usaha Kebab Turki Zahara di Kecamatan Bengkalis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal dalam menerapkan strategi pemasaran pada usaha Kebab Turki Zahara Bengkalis.
2. Untuk menganalisis strategi pemasaran yang sedang diterapkan oleh usaha Kebab Turki Zahara dalam menjangkau dan mempertahankan pangsa pasar di Kecamatan Bengkalis.
3. Untuk menganalisis kendala dan solusi dalam menjalankan strategi pemasaran pada usaha Kebab Turki Zahara Bengkalis.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan penelitian ini maka yang diharapkan adalah sebagai berikut :

1. **Bagi Penulis**

Hasil Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pembelajaran dan wawasan guna mengembangkan ilmu pengetahuan serta pengalaman daya pikir tentang analisis strategi pemasaran usaha kebab.

2. **Bagi Politeknik Negeri Bengkalis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi jurusan administrasi niaga prodi bisnis digital, mampu memberikan informasi atau referensi serta diharapkan mampu memberikan gambaran dan menjadi bahan pembelajaran yang dapat memperkaya ilmu pengetahuan di lingkungan jurusan administrasi niaga prodi bisnis digital terkait analisis strategi pemasaran usaha Kebab Turki Zahara di Kecamatan Bengkalis.

3. **Bagi UMKM Kebab Turki Zahara**

Memberikan informasi kepada pengelola UMKM Kebab Turki zahara untuk dijadikan pertimbangan dalam menerapkan strategi pemasaran.

1.5 Tempat Pelaksanaan Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan secara langsung di tempat Kebab Turki Zahara ,yang terletak di Jl. Ahmad Yani, Bengkalis Kota, Kecamatan Bengkalis, Kabupaten Bengkalis, sebagai lokasi utama usaha yang menjadi fokus penelitian dan waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada rentang waktu Mei-Juli 2025.

1.6 Sistematika Penulisan Laporan

Sistematika penulisan diharapkan mampu menunjukkan hasil penelitian yang mudah dipahami, berikut sistematika Penulisan Laporan ini.

BAB 1 PENDAHULUAN

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan tempat pelaksanaan penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab 2 ini akan diuraikan mengenai pemasaran, konsep pemasaran, bauran pemasaran, perilaku pemasaran dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Dalam bab 3 ini akan diuraikan kerangka pemikiran, rencana persiapan penelitian, persiapan & penyelesaian penelitian.

BAB 4 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum usaha Kebab Turki Zahara.

BAB 5 HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini akan diuraikan gambaran umum analisis penelitian, hasil analisis, penyelesaian penelitian dan laporan penelitian.

BAB 6 PENUTUP

Pada bab ini terdapat sejumlah kesimpulan dan saran sebagai uraian tugas akhir.