

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Industri makanan merupakan sektor yang memiliki prospek cerah karena berkaitan langsung dengan kebutuhan pokok manusia, yaitu konsumsi sehari-hari. Permintaan yang konsisten membuat sektor ini relatif stabil dan tahan terhadap fluktuasi ekonomi. Selain itu, pertumbuhan jumlah penduduk, peningkatan kesadaran akan pola makan sehat, serta perubahan gaya hidup turut mendorong inovasi dan diversifikasi produk makanan. Faktor-faktor tersebut menarik minat banyak pengusaha untuk terlibat dan mengembangkan bisnis di bidang ini, menjadikannya salah satu sektor unggulan dalam perekonomian (Tang & Chin, 2024, hlm. 34).

Secara umum, industri kuliner berawal dari makanan khas rumahan yang kemudian dikembangkan secara optimal agar memiliki nilai jual tinggi dan diminati di pasaran (Alamsyah, 2008, hlm. 78). Usaha di bidang kuliner menawarkan peluang yang sangat potensial bagi para pelaku bisnis, mengingat tingginya permintaan dan kecenderungan konsumsi masyarakat terhadap berbagai produk makanan dan minuman. Potensi keuntungan yang dapat diraih menjadikan sektor ini semakin diminati dan menjadi pilihan strategis bagi individu maupun kelompok yang ingin membangun dan mengembangkan usaha. Daya tarik inilah yang mendorong banyak orang untuk terlibat dalam industri kuliner secara lebih serius dan berkelanjutan (RM, 2017, hlm. 80).

Menurut data yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada Juni 2022, tercatat sebanyak 11.223 unit usaha di Indonesia yang bergerak di sektor kuliner pada tahun 2020. Dari total tersebut, mayoritas atau sekitar 8.042 unit usaha (71,65%) merupakan restoran atau rumah makan. Sementara itu, sebanyak 269 unit usaha (2,40%) beroperasi sebagai penyedia jasa catering, dan sisanya sebanyak 2.912 unit usaha (25,95%) masuk dalam kategori usaha kuliner lainnya. Data ini menunjukkan bahwa sektor kuliner memiliki keragaman bentuk usaha dengan dominasi pada jenis restoran dan rumah makanan (Angelia, 2022, hlm. 96).

Peringkat pertama dalam jumlah bisnis kuliner di Indonesia pada tahun 2020 ditempati oleh DKI Jakarta dengan total 5.159 entitas. Angka ini jauh melampaui provinsi lainnya, hampir empat kali lipat lebih tinggi dari Jawa Barat menempati peringkat kedua dengan jumlah bisnis kuliner sebanyak 1.414 entitas. Jawa Timur menempati peringkat ketiga dengan total 821 bisnis kuliner. Selanjutnya, Banten menempati peringkat keempat dengan total 539 bisnis kuliner dan Riau di posisi kelima dengan total 475 bisnis kuliner. Provinsi lainnya yang melengkapi 10 besar dengan jumlah bisnis kuliner terbanyak pada tahun 2020 adalah Jawa Tengah, Sumatra Selatan, Lampung, Sulawesi Selatan, dan DI Yogyakarta (Angelia, 2022, hlm. 99).

Dilihat dari aspek lokasi operasional, lebih dari setengah pelaku usaha kuliner di Indonesia memilih pusat perbelanjaan atau mal sebagai tempat menjalankan bisnis, dengan persentase mencapai 53,85%. Selain itu, distribusi lokasi usaha kuliner juga mencakup berbagai area strategis lainnya seperti pusat

kuliner, kawasan wisata, perhotelan, serta sektor-sektor pendukung lainnya. Dalam hal konsumen, sebagian besar pelanggan berasal dari wilayah sekitar tempat usaha, yaitu sebesar 60,11% dari total pelanggan. Adapun konsumen dari luar kabupaten atau kota tercatat sebesar 21,84%, sementara pelanggan yang bersifat sementara atau hanya berkunjung satu kali berkontribusi sebesar 18,05%. Temuan ini menunjukkan bahwa kedekatan lokasi usaha dengan konsumen menjadi faktor penting dalam operasional bisnis kuliner di Indonesia (Angelia, 2022, hlm. 67).

Indonesia merupakan panggung yang menjanjikan bagi bisnis catering, mengingat populasi yang besar dan ekonomi yang terus berkembang. Namun, memulai bisnis catering di Indonesia tidaklah mudah karena terdapat berbagai peraturan dan batasan yang harus dipatuhi serta tantangan dalam menemukan pemasok dan mitra yang cocok. Saat ini, industri catering di Indonesia sedang mengalami perubahan yang dinamis. Fluktuasi dalam situasi ekonomi negara telah menyebabkan beberapa bisnis mengurangi skala operasional atau bahkan gulung tikar, dan hal ini turut memengaruhi sektor catering. Meskipun demikian, banyak perusahaan catering yang masih bertahan dan terus beroperasi di Indonesia, menandakan prospek yang cerah bagi industri ini di masa depan. Secara keseluruhan, kondisi bisnis catering di Indonesia saat ini dapat digambarkan sebagai tidak menentu, namun masih terdapat peluang yang besar untuk pertumbuhan dan pengembangan di masa mendatang (Amin, 2024, hlm. 58).

Data dari Dinas Koperasi dan UKM menunjukkan bahwa jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Provinsi Kalimantan Selatan

mengalami peningkatan dalam dua tahun terakhir. Pada tahun 2021, terdapat 362.847 unit UMKM yang tercatat, dan jumlah ini naik menjadi 364.628 unit pada tahun 2022. Peningkatan tersebut mencerminkan pertumbuhan sebesar 0,49% dalam kurun waktu satu tahun, yang mengindikasikan adanya perkembangan positif dalam aktivitas kewirausahaan dan sektor usaha kecil di wilayah tersebut (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Kalimantan Selatan, 2023).

Peningkatan signifikan dalam sektor usaha catering di Kalimantan Selatan telah menjadi perhatian utama seiring dengan meningkatnya permintaan dari konsumen yang membutuhkan layanan untuk berbagai acara. Peningkatan ini dipengaruhi oleh adanya tradisi masyarakat Kalimantan Selatan, khususnya masyarakat Marabahan yang biasanya menggelar acara seperti pernikahan pertemuan keluarga, rapat, dan acara resmi pemerintah dan berbagai pesta lainnya pada akhir pekan (Adli, 2018, hlm. 45).

Salah satu pelaku usaha kuliner yang cukup menonjol di wilayah Marabahan adalah CV. Catering Singgah Helo, sebuah bisnis yang telah beroperasi selama bertahun-tahun dan berpusat langsung di kota tersebut. Marabahan sendiri merupakan kota kecil yang terletak di Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan. Saat ini, keberadaan berbagai jenis usaha kuliner di Marabahan cukup mudah ditemukan, terutama di sepanjang jalan utama kota. Namun, dari sekian banyak bisnis kuliner yang berkembang di kawasan ini, perhatian peneliti secara khusus tertuju pada CV. Catering Singgah Helo. Usaha catering memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan rumah makan

atau restoran. Meskipun sama-sama menyediakan makanan dan minuman untuk konsumsi masyarakat, usaha catering memiliki fokus utama pada pengolahan makanan dalam jumlah besar, penyajian yang disesuaikan dengan kebutuhan acara, serta sistem pengantaran langsung ke lokasi pelanggan, yang menjadi nilai tambah tersendiri dalam operasionalnya.

Catering ini merupakan salah satu catering legendaris di kota Marabahan. Hal ini berdasarkan sejarah bahwa berdirinya pada tahun 1998 sampai sekarang. Usaha catering ini merupakan usaha catering yang sudah memiliki perizinan yang lengkap yaitu sudah terdaftar berbadan hukum resmi (berbentuk CV), yang menunjukkan keseriusan dan profesionalisme dalam menjalankan kegiatan usahanya. Meskipun telah beroperasi selama 27 tahun, permintaan terhadap jasa catering ini tetap tinggi setiap hari. Keistimewaan utama terletak pada cita rasa masakan yang berasal dari resep warisan keluarga, yang membedakan catering ini dari pesaing sejenis. Konsistensi dalam menjaga kualitas membuat usaha ini tetap diminati, dengan seluruh persediaan makanan yang selalu habis terjual setiap harinya.

Sebagai salah satu pelopor di bidang jasa catering di Marabahan yang mampu bertahan dalam jangka panjang, di tengah munculnya berbagai kompetitor baru. Catering ini juga memiliki keunikan dalam menyajikan masakan khas Banjar yang diolah dari resep warisan keluarga, namun tetap dikemas dengan modern dan sesuai selera pasar saat ini. Selain itu, letak geografis Marabahan sebagai kota kecil menjadikan keberhasilan usaha ini patut dikaji sebagai contoh

bagaimana strategi bersaing diterapkan dalam konteks lokal yang tidak sebesar perkotaan.

Keberhasilan tersebut menunjukkan kemampuan usaha dalam mempertahankan ciri khas di tengah ketatnya persaingan. Eksistensi CV. Catering Singgah Helo tidak hanya menjadi bukti ketahanan bisnis, tetapi juga berkontribusi dalam pelestarian kuliner tradisional lokal yang patut dijaga. Besarnya potensi pasar di sektor catering di Kota Marabahan turut mendorong munculnya kompetitor lain, sehingga menciptakan persaingan yang cukup tinggi di bidang usaha ini. Persaingan ini dapat dilihat dari jumlah perusahaan catering yang ada di Kota Marabahan seperti yang terdapat di tabel dibawah ini.

**Tabel 1.1 Daftar Usaha Catering di kota Marabahan pada tahun 2023**

NO.	Nama Catering	Alamat
1.	CV. Catering Singgah Helo	Jl. Aes Nasution No. 98, Marabahan Kota, Barito Kuala.
2.	Jaya Catering	Jl. Keramat, Marabahan Kota, Barito Kuala
3.	Quinn Barito Kuala Catering	Jl. R. A Kartini No. 7 Marabahan kota, Barito Kuala
4.	Aira Catering	Lepasan, Bakumpai, Barito Kuala
5.	Zikri Catering	Jl. Pahlawan Gg. Pemuda, Marabahan Kota, Barito Kuala
6.	Liana Catering	Jl. Ulu Benteng, Marabahan, Barito Kuala

Sumber: *baritokualakab.go.id*, 2023

Berdasarkan gambaran di atas, persaingan dalam usaha kuliner catering di Marabahan tergolong cukup ketat, di mana para pelaku usaha berusaha terus meningkatkan kualitas layanan untuk menarik minat pelanggan. Meskipun jenis masakan yang ditawarkan mayoritas serupa, perbedaan dalam aspek harga dan

porsi menjadi pemicu utama persaingan, terutama dalam hal penetapan harga yang kompetitif. Selain itu, kualitas produk seperti cita rasa dan kekhasan bumbu yang digunakan juga menjadi faktor pembeda yang memengaruhi preferensi konsumen. Setiap pengusaha catering berupaya menjaga konsistensi rasa dan mutu agar tetap diminati, karena konsumen tentu akan memilih produk dengan kualitas dan cita rasa yang paling unggul di antara berbagai pilihan yang tersedia (Sumiyati, 2022, hlm. 34).

Di tengah maraknya kemunculan berbagai usaha baru, para pelaku bisnis dituntut untuk terus berinovasi dan bersaing secara positif agar usahanya dapat berkembang dan bertahan dalam jangka panjang. Upaya mempertahankan keberlangsungan dan kemajuan bisnis tidak semata-mata bertujuan untuk meraih kesuksesan secara materi, tetapi juga harus dijalankan dengan cara yang etis, sehat, dan disertai niat untuk memperoleh keberkahan dari setiap rezeki yang diperoleh melalui usaha tersebut (Khalid, 2023, hlm. 11). Sebagaimana Allah Swt. berfirman dalam Q.S. Al-Baqarah/2:148 yang berbunyi:

وَلِكُلِّ وِجْهَةٌ هُوَ مُوَلِّيُّهَا فَاسْتَبِيحُوا الْحَيَّاتِ آيْنَ مَا تَكُونُوا يَأْتِ بِكُمْ اللَّهُ جَمِيعًا إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Artinya: *"Dan setiap umat mempunyai kiblat yang dia menghadap kepadanya. Maka berlomba-lombalah kamu dalam kebaikan. Di mana saja kamu berada, pasti Allah akan mengumpulkan kamu semuanya. Sungguh, Allah Mahakuasa atas segala sesuatu"* (Al-Qur'an Dan Terjemahannya, 2019).

Bagi seorang muslim, menjalankan usaha bisnis merupakan bagian dari upaya dalam menunaikan perintah Allah untuk mencari karunia-Nya yang tersebar luas di muka bumi. Oleh karena itu, tujuan dalam berbisnis tidak semata-mata berfokus pada keuntungan duniawi, melainkan juga menjunjung tinggi nilai-nilai kejujuran dan etika. Seorang muslim tidak akan menghalalkan segala cara demi memenangkan persaingan, melainkan akan berusaha menjadi yang terbaik melalui penyediaan produk yang berkualitas, penetapan harga yang adil tanpa merugikan pihak lain, serta memberikan pelayanan yang optimal sebagai bentuk tanggung jawab moral dan spiritual dalam berbisnis.

Firman Allah SWT. dalam Q.S. Al-Mulk/67: 15.

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

Artinya: *“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”* (Al-Qur’an dan Terjemahannya, 2019).

Dalam Surah Al-Mulk ayat 15 di atas, disebutkan bahwa Allah menjadikan bumi mudah untuk dijelajahi dan rezeki untuk dimanfaatkan, yang mengisyaratkan pentingnya usaha dan kerja keras dalam mencari nafkah. Selain itu juga menekankan bahwa keberhasilan dalam bisnis kuliner memerlukan ketekunan, inovasi, dan eksplorasi peluang pasar yang luas. Strategi bersaing yang efektif harus didasarkan pada upaya keras dan pemanfaatan sumber daya yang optimal untuk mencapai keunggulan kompetitif (Septiana, 2023, hlm. 45).

Perkembangan dunia bisnis yang terus meningkat dari tahun ke tahun ditandai dengan semakin banyaknya jumlah pelaku usaha yang bermunculan. Kondisi ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat di berbagai sektor, termasuk usaha kuliner. Oleh karena itu, peningkatan kapasitas dan kemampuan dalam mengelola usaha secara kompetitif menjadi hal yang mutlak diperlukan. Pelaku usaha dituntut untuk mampu beradaptasi, berinovasi, dan merancang strategi yang efektif agar dapat mempertahankan eksistensi serta keberlanjutan bisnisnya di tengah dinamika pasar yang terus berubah (Sukamdani, 2023, hlm 43). Bertahannya suatu bisnis tidak terlepas dari strategi yang digunakan wirausaha (Cholil & Agustiar, 2022, hlm 20).

Dalam ajaran Islam, Allah telah menetapkan aturan dalam seluruh aspek kehidupan, termasuk dalam bidang ekonomi, di mana setiap individu diwajibkan untuk berusaha dalam rangka memperoleh rezeki yang halal guna memenuhi kebutuhan hidupnya. Islam meyakini bahwa Allah Maha Pemurah dan rezeki-Nya terbentang luas bagi setiap hamba yang bersungguh-sungguh dalam ikhtiar. Di tengah kondisi global yang penuh ketidakpastian seperti saat ini, hanya individu atau bangsa yang memiliki kreativitas, kemampuan berinovasi, dan keunggulan strategis yang mampu bertahan dan memenangkan persaingan pasar. Oleh karena itu, memahami keunggulan dalam berbisnis menjadi hal yang sangat penting dalam penyusunan rencana usaha. Hal ini tidak terlepas dari prinsip dasar ekonomi, yakni bagaimana menjalankan operasional usaha secara efisien dengan menekan biaya seminimal mungkin dan memaksimalkan keuntungan secara optimal (fuad, 2003, hlm. 15).

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memiliki ketertarikan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai strategi bersaing yang diterapkan dalam mempertahankan keberhasilan usaha CV. Catering Singgah Helo. Dalam menghadapi persaingan yang semakin kompetitif, tentu dibutuhkan strategi khusus agar sebuah usaha dapat bertahan dan terus berkembang. Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk memahami secara mendalam bagaimana strategi bisnis yang dijalankan oleh CV. Catering Singgah Helo mampu menjaga eksistensinya di tengah kompetisi. Maka dari itu, peneliti tertarik mengangkat judul penelitian tentang “Strategi Bersaing Usaha Kuliner (Studi Pada CV. Catering Singgah Helo Marabahan)”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, peneliti merumuskannya menjadi rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi bersaing usaha kuliner CV. Catering Singgah Helo Marabahan?
2. Bagaimana kendala yang dihadapi usaha kuliner CV. Catering Singgah Helo Marabahan?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, peneliti merumuskannya tujuan penelitian adalah:

1. Untuk mengetahui strategi bersaing usaha kuliner CV. Catering Singgah Helo Marabahan.
2. Untuk mengetahui kendala yang dimiliki usaha kuliner CV. Catering Singgah Helo Marabahan.

#### **D. Signifikansi Penelitian**

Apabila penelitian ini dapat terlaksana dengan baik, maka hasilnya diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak yang berkepentingan, baik dari segi teoritis maupun praktis. Ada pun kegunaan penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis penelitian ini berguna untuk:
  - a. Menjadi sumber informasi ilmiah yang bermanfaat dalam menambah wawasan bagi penulis maupun pembaca secara umum.
  - b. Memberikan kontribusi keilmuan yang memperkaya koleksi karya ilmiah di Perpustakaan UIN Antasari Banjarmasin.
  - c. Menjadi referensi bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa dari sudut pandang berbeda dan mendukung aktivitas akademik.
  - d. Memberikan masukan yang berguna bagi CV. Catering Singgah Helo dalam mengembangkan strategi usaha ke depannya.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi ilmiah di bidang ekonomi, khususnya dalam memberikan pemahaman terkait strategi bersaing dalam dunia usaha, dengan fokus pada sektor industri kuliner.

## **E. Definisi Operasional**

Untuk menghindari terjadinya kekeliruan dan kesalahpahaman dalam pelaksanaan maupun penafsiran hasil penelitian ini, penulis merasa perlu untuk memberikan penjelasan mengenai definisi operasional dari istilah-istilah yang digunakan, agar makna yang dimaksud dapat dipahami secara tepat sesuai konteks penelitian. Adapun definisi operasional tersebut dijelaskan sebagai berikut berikut:

### **1. Strategi Bersaing**

Strategi dapat dimaknai sebagai suatu pendekatan, metode, atau cara yang dirancang dan diterapkan secara terencana untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks kehidupan, penerapan strategi yang tepat memiliki peran penting dalam menjaga kelangsungan dan keberlanjutan aktivitas manusia, baik dalam aspek sosial, ekonomi, maupun profesional (Tejasari, 2008, hlm. 304). Strategi bersaing adalah suatu strategi yang secara mantap memposisikan perusahaan terhadap pesaing dan memberikan keunggulan pesaing bersaing paling besar (Kotler et al., 2008, hlm. 211). Strategi bersaing yang dimaksud dalam penelitian ini adalah bagaimana cara CV. Catering Singgah Helo dalam mempertahankan eksistensi dan keberlangsungan usahanya di tengah persaingan dengan bisnis sejenis. Penelitian ini menganalisis strategi tersebut secara deskriptif kualitatif dengan menggunakan kerangka teori strategi bersaing (*Porter's Five Forces Model*) dari Michael Porter. Selain itu, pendekatan analisis juga dikaitkan dengan prinsip-prinsip dalam ajaran Islam guna melihat kesesuaian strategi usaha dengan nilai-nilai etika dan spiritual yang diajarkan dalam islam.

## 2. Catering Singgah Helo

Peneliti akan melakukan penelitian pada usaha Catering Singgah Helo Marabahan yang menjual berbagai macam masakan khas banjar yang bertempat di Jalan Aes Nasution No. 98 Marabahan, Kecamatan Marabahan Kota, Barito Kuala, Kalimantan Selatan.

## F. Sistematika Penulisan

Bab I berfungsi sebagai pendahuluan yang memuat latar belakang masalah, yaitu uraian mengenai alasan pemilihan topik serta gambaran umum permasalahan yang menjadi fokus penelitian. Permasalahan tersebut kemudian dirumuskan dalam bentuk rumusan masalah, yang selanjutnya menjadi dasar dalam penyusunan tujuan penelitian. Tujuan penelitian menjelaskan capaian yang diharapkan dari proses penelitian ini. Signifikansi penelitian menguraikan manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini, baik secara teoritis dalam pengembangan ilmu pengetahuan, maupun secara praktis dalam penerapannya. Definisi operasional diberikan untuk memperjelas makna istilah-istilah yang digunakan dalam judul penelitian agar tidak menimbulkan multitafsir. Sementara itu, sistematika penulisan menguraikan susunan bab-bab dalam skripsi secara menyeluruh.

Bab II berisi kajian teori yang relevan dengan strategi bersaing dalam dunia usaha, khususnya dalam menghadapi kompetitor. Dalam bab ini juga disajikan telaah pustaka yang memuat referensi dari berbagai penelitian terdahulu

yang memiliki keterkaitan dengan topik penelitian, sehingga memperkuat landasan teoritis dan memperjelas posisi penelitian ini dalam ranah akademik.

Bab III menguraikan metode penelitian yang digunakan, meliputi jenis dan pendekatan penelitian, lokasi tempat penelitian dilaksanakan, serta subjek dan objek yang diteliti. Selain itu, dijelaskan pula jenis data yang digunakan, sumber data, metode pengumpulan data, dan teknik analisis data. Semua unsur tersebut dijabarkan secara rinci untuk menjamin validitas dan reliabilitas penelitian.

Bab IV menyajikan hasil penelitian dan analisis data. Data yang diperoleh di lapangan disusun secara sistematis dan dianalisis secara mendalam untuk menjawab rumusan masalah yang telah ditetapkan sebelumnya, dengan menggunakan pendekatan teori yang relevan.

Bab V merupakan bagian penutup yang berisi kesimpulan dari temuan penelitian serta saran yang diberikan berdasarkan hasil analisis. Saran-saran ini ditujukan untuk pengembangan lebih lanjut baik dalam praktik usaha maupun dalam penelitian berikutnya.