

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Manusia secara pokok mempunyai kebutuhan dan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya tersebut untuk dapat bertahan hidup. Kebutuhan ini akan meningkat seiring dengan perkembangan jaman terutama mengenai kebutuhan yang paling pokok yang harus selalu dipenuhi sepanjang hidupnya yaitu kebutuhan akan makanan. Makanan adalah hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari manusia. Kebutuhan akan makanan itu semakin besar seiring dengan populasi manusia yang begitu besar dan terus bertambah setiap saat.

Dengan adanya perkembangan jaman, gaya hidup manusia juga cenderung berubah. Seperti telah kita ketahui bahwa dulu banyak ibu rumah tangga yang sering memasak untuk anggota keluarga, tetapi kondisi itu sekarang sudah banyak berubah, dimana ibu rumah tangga semakin jarang memasak tetapi mereka lebih senang membeli makanan jadi dengan alasan tidak punya waktu lebih dikarenakan faktor tertentu dan juga ada yang mengatakan repot bila memasak karena jumlah anggota keluarga yang sedikit.

Kenyataan tersebut mendorong banyak orang berpikir untuk membuka usaha yang berhubungan dengan makanan. Usaha rumah makan ini banyak diminati karena pengusaha menyadari bahwa makanan adalah kebutuhan utama manusia dan posisi

makanan sebagai kebutuhan mendasar membuat usaha rumah makan relatif tidak pernah surut.

Salah satu bisnis yang berhubungan dengan makanan contohnya adalah kantin. Yang dimaksud dengan kantin adalah sebuah fasilitas makan dan minum yang biasanya diperuntukkan khusus untuk melengkapi fasilitas sebuah perusahaan/lembaga pendidikan, atau sebuah kawasan dengan komunitas terbatas.

Dalam skripsi ini penulis meneliti Kantin Sedap yang terletak di perumahan Taman Kopo Indah II. Persaingan yang dihadapi kantin ini cukup ketat karena di Taman Kopo Indah banyak usaha sejenis lainnya. Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis ini tidak dapat dihindarkan lagi. Bahkan, persaingan tersebut semakin hari semakin bertambah ketat, baik antar perusahaan sejenis maupun tidak sejenis. Dapat dikatakan, tidak ada produk atau jasa yang dipasarkan tanpa melewati arena persaingan, sehingga untuk dapat memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu meningkatkan kinerja dan kualitas dalam melayani konsumen. Apabila konsumen tidak puas atas pelayanan yang diberikan Kantin Sedap, maka konsumen akan dengan mudah pindah ke pesaing lain. Hal ini disebabkan karena pesaing dari bisnis ini cukup banyak.

Pihak kantin harus melaksanakan konsep pemasaran yang ada karena akan sangat menentukan kelangsungan hidup dari kantin itu sendiri. Untuk memenangkan persaingan *marketing mix* pada kantin tersebut, pihak kantin harus dapat memuaskan pelanggan. Kantin harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Strategi pemasaran ini harus disesuaikan dengan konsep pemasaran yang ada dengan menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan sebuah organisasi atau perusahaan terdiri dari penentuan

kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. dan memenuhinya dengan cara yang lebih efektif dan efisien dibandingkan para pesaing.

Kepuasan akan yang terjadi apabila mutu dari makanan dan pelayanan yang diberikan dapat memuaskan pelanggan. Arti mutu di sini adalah keseluruhan citra serta sifat makanan dan pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan. secara teori konsep pemasaran adalah upaya pemasaran terkoordinasi yang berfokus pada pasar dan berorientasi kepada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan sebagai kunci untuk mencapai keberhasilan organisasi atau perusahaan. Apabila pelanggan tidak puas, maka mereka dapat melakukan tindakan yang dapat merugikan perusahaan, seperti membeli produk ke tempat makanan lain dan memberitahukan hal buruk tentang produk atau pelayanan kantin kepada relasinya.

Pemikiran yang berorientasi kepada pelanggan mengharuskan kantin untuk memiliki pemahaman yang mendalam tentang apa yang dianggap penting oleh konsumen dan bagaimana penilaian mereka atas pelayanan yang sudah diberikan sehingga dengan demikian kesenjangan yang terjadi dapat diantisipasi dan kepuasan konsumen dapat tercapai.

Berdasarkan uraian tersebut penulis tertarik untuk mengadakan penelitian yang berjudul : "*Importance – Performance Analysis* atas Atribut-Atribut *Marketing Mix* pada Kantin Sedap, Bandung".

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka permasalahan

yang dapat teridentifikasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepentingan atribut *marketing mix* Kantin Sedap menurut konsumen?
2. Bagaimana persepsi konsumen atas kinerja *marketing mix* Kantin Sedap?
3. Kinerja *marketing mix* manakah yang perlu mendapatkan prioritas penanganan karena dianggap penting oleh konsumen tetapi kinerja dari Kantin Sedap dianggap buruk?
4. Kinerja *marketing mix* manakah yang perlu dipertahankan pelaksanaannya karena dianggap penting oleh konsumen dan kinerja dari Kantin Sedap sudah memuaskan?
5. Kinerja *marketing mix* manakah yang dapat dikurangi pelaksanaannya karena dianggap tidak penting oleh konsumen tetapi kinerja dari Kantin Sedap berlebihan?
6. Kinerja *marketing mix* manakah yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan kinerja dari Kantin Sedap juga biasa-biasa saja?

1.3. Maksud Tujuan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian mengenai permasalahan yang telah diuraikan di atas, Maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang jelas mengenai :

1. Untuk mengetahui tingkat kepentingan *marketing mix* Kantin Sedap menurut konsumen.
2. Untuk mengetahui persepsi konsumen atas kinerja *marketing mix* Kantin Sedap
3. Untuk mengetahui kinerja *marketing mix* yang perlu mendapatkan prioritas penanganan karena dianggap penting oleh konsumen tetapi kinerja dari Kantin Sedap dianggap buruk.
4. Untuk mengetahui kinerja *marketing mix* yang perlu dipertahankan pelaksanaannya karena dianggap penting oleh konsumen dan kinerja dari Kantin Sedap sudah memuaskan.
5. Untuk mengetahui kinerja *marketing mix* yang dapat dikurangi pelaksanaannya karena dianggap tidak penting oleh konsumen tetapi kinerja dari Kantin Sedap berlebihan.
6. Untuk mengetahui kinerja *marketing mix* yang dianggap tidak penting oleh konsumen dan kinerja dari Kantin Sedap juga biasa-biasa saja.

1.4. Kegunaan Penelitian

Sesuai dengan maksud dan tujuan penelitian yang telah dipaparkan diatas, penelitian ini diharapkan dapat memberikan beberapa manfaat sebagai berikut :

1. Perusahaan

Perusahaan yang diteliti dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan yang dimiliki sehingga menjadi masukan yang berguna dalam mengembangkan usaha di masa yang akan datang, khususnya yang berhubungan dengan analisis atribut-atribut *marketing mix*.

2. Penulis

Penulis dapat mengerti dan melihat penerapan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dan dapat memahami kesulitan dalam kenyataan yang ada di kehidupan sehari-hari.

3. Pembaca

Pembaca dapat memperoleh pemahaman yang lebih lagi tentang hal ini dan hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai tambahan informasi dan pengetahuan bagi pihak-pihak yang membutuhkan.