

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran yang baik merupakan kunci sukses utama dari setiap bisnis untuk dapat memajukan usahanya, baik dalam bidang manufaktur maupun perindustrian pangan. Hal ini dapat terlihat dari tidak sedikitnya usaha-usaha yang masih dapat berdiri walaupun sudah berjalan selama bertahun-tahun selain dikarenakan inovatif juga diimbangi dengan pemasaran yang baik. Pemasaran yang baik tidak dilakukan oleh perusahaan besar saja, melainkan bidang usaha kecil sekalipun melakukan berbagai bentuk pemasaran untuk dapat mempertahankan usahanya.

Zaman sekarang ini makanan seperti daging ayam dan sapi sudah umum untuk dikonsumsi masyarakat. Di samping makanan yang sudah umum tersebut, ada jenis makanan lain yang sudah lumayan lama lazim untuk dikonsumsi, seperti swieke yaitu masakan Tionghoa Indonesia yang terbuat dari paha kodok. Namun untuk pemakan swieke itu sendiri terdapat orang-orang yang benar-benar favorit makan swieke dan ada juga orang-orang yang hanya sesekali ingin merasakan swieke.

Penulis melakukan penelitian di suatu rumah makan swieke yaitu Rumah Makan “Swieke” yang dimiliki oleh Mba Kristina. Rumah makan ini sudah berdiri kurang lebih selama 11 tahun yang saat ini berlokasi di Jl. Interchange Tol Karawang Barat. Lokasi Rumah Makan “Swieke” ini sangatlah strategis, dikarenakan merupakan jalan utama akses Tol Karawang Barat yang juga banyak dilalui karyawan dan juga dekat dengan dua perumahan. Jalan utama akses Tol Karawang Barat juga merupakan salah satu akses masuk orang-orang dari luar kota untuk masuk Karawang.

Menurut Mba Kristina selaku pemilik Rumah Makan “Swieke” ini adalah menurunnya omset penjualan rata-rata sebesar 8,08% selama 4 tahun terakhir. Pada tahun 2011 rata-rata omset yang diterima oleh Mba Kristina

sebesar \pm Rp.200.000.000,-. Namun tahun 2012 mengalami penurunan menjadi sebesar \pm Rp.187.000.000,- (6,5%). Pada tahun 2013 juga mengalami penurunan menjadi sebesar \pm Rp.160.000.000,- (14,44%). Pada tahun 2014 dan 2015 juga terus mengalami penurunan sebesar \pm Rp.144.000.000,- (10%) dan \pm Rp.142.000.000,- (1,39%). Apabila permasalahan ini tidak segera ditanggulangi, maka akan mengakibatkan Rumah Makan “Swieke” mengalami kerugian yang besar dan penurunan penjualan lebih banyak lagi.



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Omset

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertimbangan kondisi Rumah Makan “Swieke” dimana omset yang menurun dari tahun ke tahun, maka faktor yang mungkin menyebabkan omset menurun tersebut antara lain:

1. Rumah Makan “Swieke” tidak mampu bersaing dengan Rumah Makan “Swieke” lain yang merupakan pesaing di Karawang kota.
2. Pihak Rumah Makan “Swieke” belum memahami apa yang terjadi dalam kesadaran konsumen mulai dari adanya rangsangan dari luar sampai

hingga munculnya keputusan pembelian konsumen Rumah Makan “Swieke” untuk menerapkan strategi pemasaran yang sesuai.

3. Belum diketahuinya faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih rumah makan swieke.
4. Adanya tempat makan alternatif lain selain Rumah Makan “Swieke” seperti kantin, *foodcourt* dan jajanan kuliner lainnya.
5. Adanya karakteristik dari tiap golongan perilaku konsumen swieke yang belum diketahui oleh pihak Rumah Makan “Swieke”.
6. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* Rumah Makan “Swieke” belum tepat.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Akibat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain:

1. Penelitian hanya dilakukan di Rumah Makan “Swieke”.
2. Tidak dilakukan penelitian terhadap kantin, *foodcourt* dan jajanan kuliner lainnya di sekitar Rumah Makan “Swieke”.
3. Tidak membahas mengenai persaingan.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana karakteristik dari tiap golongan perilaku konsumen dalam membeli swieke?
2. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan swieke?
3. Bagaimana posisi variabel penelitian berdasarkan dari persepsi responden mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut yang ada di Rumah Makan “Swieke”?

4. Variabel mana sajakah yang dinilai memuaskan dan tidak memuaskan oleh Rumah Makan “Swieke”?
5. Bagaimana strategi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang diusulkan untuk Rumah Makan “Swieke”?
6. Apa saja upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh Rumah Makan “Swieke” agar dapat meningkatkan penjualannya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan dari dilakukannya penelitian terhadap Rumah Makan “Swieke” antara lain adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui karakteristik dari tiap golongan perilaku konsumen dalam membeli swieke.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan swieke.
3. Untuk mengetahui posisi variabel penelitian berdasarkan dari persepsi responden mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kinerja setiap atribut yang ada di Rumah Makan “Swieke”.
4. Untuk mengetahui variabel-variabel yang dinilai memuaskan dan tidak memuaskan oleh Rumah Makan “Swieke”.
5. Untuk mengetahui dan mengusulkan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* Rumah Makan “Swieke”.
6. Untuk mengetahui upaya-upaya seperti apa yang harus dilakukan oleh Rumah Makan “Swieke” untuk meningkatkan penjualannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 : STUDI PUSTAKA

Berisikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan berbagai macam hal yang digunakan di dalam penelitian.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan urutan langkah yang dilakukan dalam pembuatan laporan ini dari awal sampai akhir yang dibuat dalam bentuk diagram alir dan berisi penjelasannya.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi data umum perusahaan dan data-data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian lanjutan.