

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dunia usaha di Indonesia telah berkembang sangat pesat dan mengalami perubahan yang lebih baik. Hal ini terlihat sejalan dengan pesatnya perkembangan dunia bisnis, dimana semakin banyak pelaku usaha membuka dan mengembangkan mereka. Dalam kondisi ini para pelaku usaha di tuntut untuk melakukan persaingan guna keberlangsungan usahanya dengan melakukan pemasaran yang tepat. Bisnis yang sedang berkembang di Indonesia saat ini adalah café.

Dewasa ini usaha yang bergerak dalam bentuk cafe berkembang sangat marak di kota Bandung. Hal ini dapat dilihat dari jumlah cafe yang terus bertambah dan tersebar di seluruh pelosok kota, namun tidak semua cafe di kota Bandung banyak di kunjungi oleh konsumen, hal ini dikarenakan beberapa cafe tertentu terlihat sepi pengunjung. Dengan adanya situasi dan kondisi persaingan yang semakin ketat antar cafe, pemilik atau pengelola usaha tidak saja harus memiliki kemampuan untuk menjual produk dan jasanya, tetapi juga harus memiliki kemampuan dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk usahanya, sehingga dapat menjadi yang terbaik dan dapat menguasai peta persaingan.

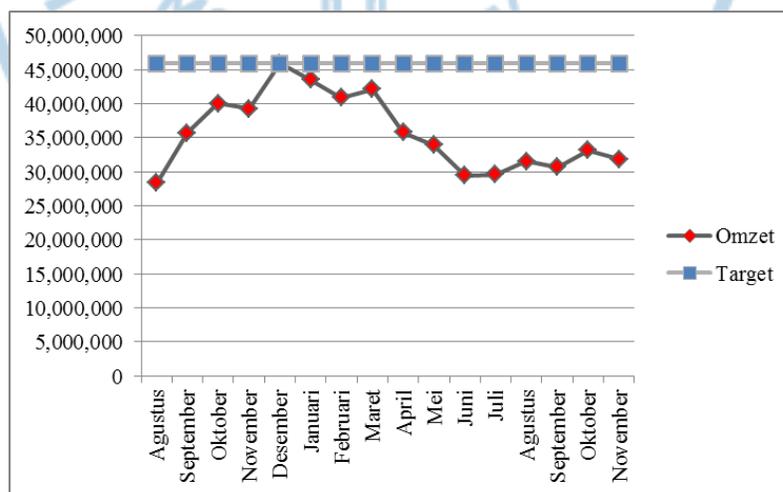
Salah satu usaha cafe yaitu Cikopi Cafe yang berlokasi di Jl.Batununggal Indah Raya no 41 komplek Batununggal Bandung. Cikopi Cafe berdiri di Jl.Batununggal Indah Raya pada bulan Agustus 2015. Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Yanny Uun selaku pemilik di cafe menurut beliau telah terjadi penurunan omzet yang terjadi pada bulan Januari 2016 hingga November

2016. Ibu Yanny mempunyai harapan agar jumlah konsumen yang mengkonsumsi produk dan jasanya tidak semakin menurun, tetapi mengalami peningkatan sehingga target omzet dapat tercapai.

Berikut ini adalah data omzet pendapatan Cikopi Cafe selama 13 bulan terakhir.

Tabel 1.1  
Data Omzet Pendapatan

| Tahun    | Bulan      | Omzet      | Target     |
|----------|------------|------------|------------|
| 2015     | Agustus    | 28,350,000 | 45,910,000 |
|          | September  | 35,725,000 | 45,910,000 |
|          | Oktober    | 40,030,000 | 45,910,000 |
|          | November   | 39,258,000 | 45,910,000 |
|          | Desember   | 45,910,000 | 45,910,000 |
| 2016     | Januari    | 43,550,000 | 45,910,000 |
|          | Februari   | 40,890,000 | 45,910,000 |
|          | Maret      | 42,150,000 | 45,910,000 |
|          | April      | 35,830,000 | 45,910,000 |
|          | Mei        | 33,950,000 | 45,910,000 |
|          | Juni       | 29,460,000 | 45,910,000 |
|          | Juli       | 29,600,000 | 45,910,000 |
|          | Agustus    | 31,550,000 | 45,910,000 |
|          | September  | 30,700,000 | 45,910,000 |
|          | Oktober    | 33,200,000 | 45,910,000 |
| November | 31,850,000 | 45,910,000 |            |



Gambar 1.1  
Data Grafik Omzet

Berdasarkan data yang di peroleh diatas dapat dilihat bahwa pada bulan Desember 2015 Cikopi Café mampu mencapai target omzet Rp 45.910.000 sedangkan pada Januari 2016 hingga November 2016 target omzet Cikopi Café tidak pernah tercapai seperti bulan Desember 2015.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada di Cikopi Cafe. Berdasarkan masalah yang ada diperusahaan saat ini, penulis melakukan identifikasi yaitu:

1. Cikopi Cafe belum tepat dalam menetapkan *Segmentation, Targetting*, dan *Positioning*.
2. Cikopi Café belum mampu bersaing dengan kompetitor sejenis (berada di sekitar Jl.Batununggal)
3. Cikopi Cafe belum mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen.
4. Konsumen Cikopi Cafe belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Cikopi Cafe.
5. Kinerja yang diberikan Cikopi Café belum maksimal
6. Daya beli konsumen menurun.
7. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Cikopi Cafe terhadap konsumen belum tepat.

## 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Agar kesimpulan dan usulan yang di dapatkan pada penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan lingkup pembahasan, maka diberikan pembatasan masalah, yaitu :

1. Tidak meneliti daya beli konsumen terhadap omzet Cikopi Cafe
2. Hanya membahas pesaing sejenis yang berada di sekitar Jl.Batununggal. (Karena lokasi Cikopi Café berada di dalam kompleks Batununggal)

### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas. Dari permasalahan yang di dapat maka dapat di rumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk Cikopi Cafe?
2. Faktor-faktor apa yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih Cafe?
3. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Cikopi Cafe?
4. Faktor-faktor apa saja yang membuat konsumen Cikopi Café tidak merasa puas?
5. Bagaimana kinerja yang saat ini dilakukan di Cikopi Café?
6. Strategi pemasaran apa yang perlu dilakukan di Cikopi Cafe dalam menjalankan usahanya agar dapat memenangkan persaingan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan di Cikopi Cafe ini adalah sebagai berikut :

1. Menentukan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat di Cikopi Café.
2. Mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam mengunjungi Cafe
3. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Cikopi Cafe
4. Mengetahui faktor-faktor yang membuat konsumen Cikopi Café tidak merasa puas
5. Menganalisis perbaikan kinerja yang perlu ditingkatkan di Cikopi Cafe
6. Mengusulkan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh Cikopi Café

## 1.6 Sistematika Penulisan

Di dalam proses penelitian ini, sistematika pembahasan yang digunakan adalah sebagai berikut:

### **Bab 1 Pendahuluan**

Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

### **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang dapat membantu serta menjadi referensi dalam pengerjaan laporan Tugas Akhir mengenai teori tentang Strategi Bauran Pemasaran dan Metodologi Penelitian.

### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Pada bab ini berisi *flowchart* mengenai awal mulainya melakukan penelitian proses penelitian, pengolahan data sampai selesai beserta penjelasan-penjelasan untuk setiap langkah yang dilakukan. .

### **Bab 4 Pengumpulan Data**

Berisi tentang data-data yang berhasil dikumpulkan yaitu data umum dari perusahaan dan data hasil kuesioner. Data tersebut digunakan untuk melakukan pengolahan data dan analisis.

### **Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis**

Berisi tentang cara pengolahan data yang diperoleh serta analisis dan usulan gabungan untuk menghasilkan skala prioritas perbaikan.

### **Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan serta saran yang berguna untuk penelitian lebih lanjut.