

BAB 1

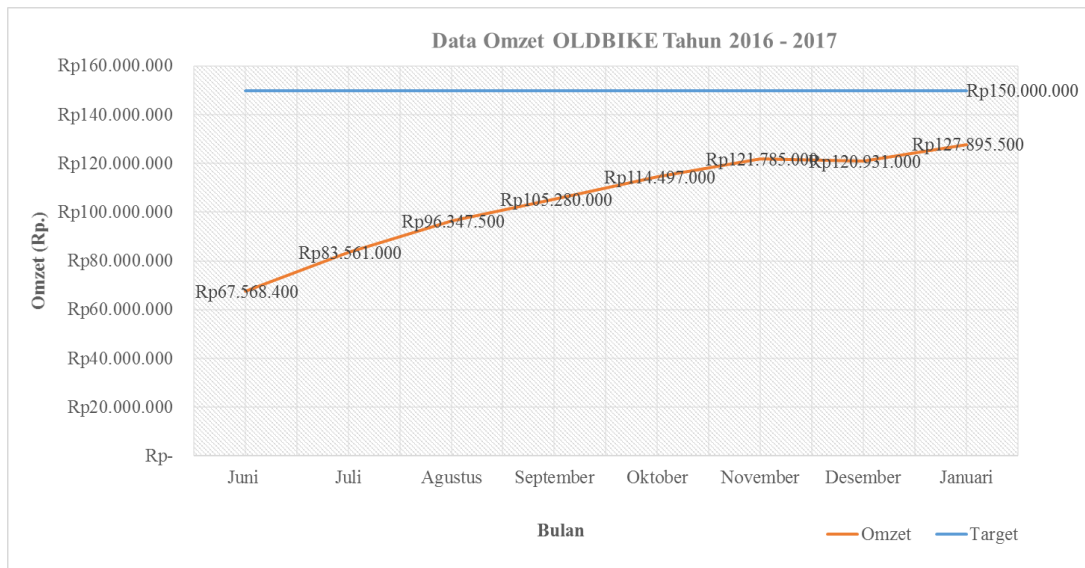
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini, industri di Indonesia telah berkembang dengan pesat, sehingga muncul berbagai jenis usaha baru untuk memenuhi kebutuhan pasar. Hal ini juga terlihat dengan semakin banyaknya ide – ide kreatif dalam membangun suatu usaha. Salah satunya adalah bisnis *café* yang saat ini sedang marak di kalangan masyarakat modern.

Café adalah suatu usaha yang menyediakan tempat makan dan tempat untuk berkumpul bersama dengan teman, kerabat, keluarga dan rekan kerja. Maraknya jenis usaha ini dapat terlihat dengan banyaknya *café* di tempat – tempat strategis. Hal ini dipengaruhi oleh gaya hidup masyarakat modern. Berbagai macam *café* bermunculan dengan berbagai konsep yang berbeda, seperti tradisional dan modern. Makanan serta minuman yang disajikan oleh setiap *café* pun berbeda antara satu dengan lainnya. Ada *café* yang menyajikan makanan daerah dan adapula yang menyajikan makanan khas luar negeri. Banyaknya variasi ini membuat para pengusaha *café* untuk saling bersaing mendapatkan konsumen.

OLD BIKE *Coffee and Eatery* merupakan salah satu *café* di Bandung yang dibuka mulai dari Juni tahun 2016 yang berada pada jalan Surya Sumantri nomor 53B Bandung. *Café* ini memiliki jam operasional untuk setiap harinya dimulai pada pukul 09.00 hingga 23.00 WIB. Berikut adalah data omzet *café* tahun 2016 -2017:



Gambar 1.1
Data Omzet OLD BIKE tahun 2016-2017

Berdasarkan wawancara pendahuluan dengan pemilik OLD BIKE *café*, permasalahan yang terjadi di *café* ini adalah omzet belum mencapai target yang diinginkan pemilik yaitu sebesar Rp.150.000.000,-/bulan.

Hal ini penting untuk dibahas karena bila masalah tersebut dibiarkan terus menerus, maka lama kelamaan akan menyebabkan *café* tidak mengalami perkembangan. Oleh karena itu, penulis ingin membantu pihak *café* untuk mencapai target yang diinginkan. Sehingga OLD BIKE *café* ini dapat terus berkembang dan mampu untuk bersaing dengan kompetitornya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dapat diidentifikasi kemungkinan faktor-faktor penyebab permasalahan di *café* adalah :

1. *Segmentation, targeting* dan *positioning* yang dilakukan OLD BIKE *café* kurang tepat.
2. Pihak OLD BIKE *café* belum mengetahui faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *café*.
3. OLD BIKE *café* belum dapat bersaing dengan kompetitornya.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap OLD BIKE *café*.
5. Strategi pemasaran yang dilakukan OLD BIKE *café* kurang tepat.
6. Adanya perubahan daya beli konsumen.
7. Target omzet terlalu tinggi.

1.3 Pembatasan Masalah

Oleh karena keterbatasan waktu dan sumber daya yang ada sehingga diperlukan batasan serta agar ruang lingkup penelitian tidak terlalu luas. Berikut batasan yang digunakan dalam penelitian ini:

1. Perubahan daya beli konsumen tidak diamati.
2. Pesaing yang diamati hanya yang berada pada radius 2 KM dari *café* yang diamati.
3. Penentuan target omzet yang sesuai dengan OLD BIKE *café* tidak dibahas dalam penelitian ini.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang ada maka dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah *segmentation, targeting* dan *positioning* yang tepat untuk OLD BIKE *café* ?
2. Apa saja faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *café*?

3. Apa saja keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh OLD BIKE *café* dibandingkan dengan kompetitornya?
4. Bagaimanakah tingkat ketidakpuasan konsumen terhadap OLD BIKE *café*?
5. Bagaimanakah usulan strategi pemasaran yang tepat sehingga konsumen tertarik untuk mengenal OLD BIKE *café*?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui *segmentation, targeting* dan *positioning* yang tepat untuk OLD BIKE *café*.
2. Untuk mengetahui faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *café*.
3. Untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh OLD BIKE *café* dibandingkan dengan kompetitornya.
4. Untuk mengetahui tingkat ketidakpuasan konsumen OLD BIKE *café*.
5. Untuk memberikan usulan strategi pemasaran yang tepat untuk OLD BIKE *café*.

1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis :

BAB 1 Pendahuluan

Bab ini berisi tentang latar belakang dari penelitian, identifikasi masalah, batasan yang digunakan dalam penelitian, perumusan masalah, tujuan dilakukannya penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang landasan teori-teori yang diperlukan yang berasal dari sumber – sumber yang relevan dan digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan dalam penelitian dengan menggunakan *flowchart* yang dilengkapi dengan keterangan untuk masing-masing langkah.

BAB 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi tentang data-data yang digunakan dalam penelitian yaitu data umum perusahaan, data-data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dan data yang diperlukan dalam penyusunan laporan penelitian ini.

BAB 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi tentang hasil pengolahan data yang disertai dengan analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan.