

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada saat ini, semakin banyak industri besar maupun kecil yang telah berkembang dengan pesat. Salah satu industri tersebut adalah industri yang bergerak dibidang makanan. Makanan merupakan kebutuhan utama yang harus dipenuhi oleh manusia. Melihat kebutuhan akan makanan sangat penting maka banyak yang memanfaatkan makanan sebagai peluang usaha untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu contoh peluang usaha tersebut adalah rumah makan.

Rumah makan merupakan salah satu tempat yang banyak dikunjungi oleh konsumen baik oleh kalangan bawah hingga atas karena harga yang ditawarkan tidak terlalu mahal seperti harga yang ditawarkan di café dan umumnya konsumen tertarik dengan harga yang lebih murah. Selain dari segi harga, hal yang diinginkan oleh konsumen yaitu hidangan yang disajikan dapat sesuai dengan selera konsumen dan kualitas pelayanan yang diberikan dapat memuaskan konsumen atau tidak. Selain itu, masih banyak faktor lainnya yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah rumah makan.

Rumah makan yang dijadikan objek pengamatan adalah rumah makan Taliwang Lombok. Taliwang Lombok ini berdiri tahun 1996. Pada awal berdirinya, Taliwang Lombok ini belum memiliki tempat layaknya rumah makan sehingga hanya berjualan di roda yang berlokasi di pinggir jalan Kalipah Apo. Kemudian tahun 1999, Taliwang Lombok ini berpindah tempat ke Jl. Kalipah Apo No. 80 dan memulai melanjutkan usahanya dengan mendirikan rumah makan.

Menurut Ibu Siau Ching selaku pemilik dari Rumah makan Taliwang Lombok, Rumah makan ini mulai mengalami penurunan omset penjualan dari tahun 2012 hingga sekarang dengan rata-rata penurunan sebesar 11% per

tahun. Penurunan omset penjualan Rumah Makan Taliwang Lombok dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Penurunan Omset Penjualan dari Rumah Makan Taliwang Lombok

Tahun	Omset/tahun	Penurunan
2012	Rp1.095.000.000,00	-
2013	Rp1.051.200.000,00	4%
2014	Rp943.160.000,00	10,28%
2015	Rp814.680.000,00	13,62%
2016	Rp683.280.000,00	16,13%
	Rata-rata	11%



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Omset Penjualan

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penulis ingin membantu pemilik dari Rumah Makan Taliwang Lombok dalam meningkatkan omsetnya yaitu dengan memberikan usulan agar pihak Rumah Makan Taliwang Lombok dapat bersaing dengan pesaing yang dimiliki saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah yang timbul pada rumah makan Rumah Makan Taliwang Lombok adalah masalah omset penjualan yang menurun dari tahun 2012 hingga sekarang. Hal ini mungkin disebabkan karena:

1. Pemilik Taliwang Lombok yang belum mengetahui faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam memilih rumah makan taliwang.
2. Kinerja dari Rumah Makan Taliwang Lombok yang dinilai belum memuaskan oleh konsumen.
3. Rumah Makan Taliwang Lombok yang belum mampu bersaing dengan rumah makan taliwang lain.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Rumah Makan Taliwang Lombok.
5. Rumah Makan Taliwang Lombok yang belum menerapkan strategi pemasaran yang baik.
6. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari Rumah Makan Taliwang Lombok yang belum tepat.
7. Adanya penurunan daya beli konsumen sehubungan dengan naik turunnya perekonomian.
8. Belum dilakukannya analisa SWOT kepada pemilik Rumah Makan Taliwang Lombok.
9. Rumah Makan Taliwang Lombok belum meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian perlu adanya batasan agar penelitian yang dilakukan dapat sesuai dengan tujuan, lebih spesifik dan tidak meluas. Pembatasan masalah yang digunakan dalam penelitian yaitu:

1. Penurunan daya beli konsumen sehubungan dengan naik turunnya perekonomian tidak dibahas dalam penelitian ini.
2. Tidak dilakukannya analisa SWOT kepada pemilik Rumah Makan Taliwang Lombok.
3. Tidak meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah dibahas, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih rumah makan taliwang?
2. Bagaimana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari Rumah Makan Taliwang Lombok?
3. Bagaimana posisi Rumah Makan Taliwang Lombok dibandingkan pesaingnya?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Taliwang Lombok?
5. Bagaimana *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP) yang baik untuk Rumah Makan Taliwang Lombok?
6. Usulan apa yang dapat diberikan agar Rumah Makan Taliwang Lombok ini dapat meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah:

1. Untuk dapat mengetahui variabel apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih rumah makan taliwang.
2. Untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari Rumah Makan Taliwang Lombok.
3. Untuk mengetahui posisi Rumah Makan Taliwang Lombok dibandingkan pesaingnya.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Taliwang Lombok.
5. Untuk mengetahui *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP) yang baik untuk Rumah Makan Taliwang Lombok.
6. Untuk menentukan usulan yang dapat diberikan agar Rumah Makan Taliwang Lombok ini dapat meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Bab ini berisikan teori-teori yang akan digunakan penulis untuk memecahkan masalah. Teori-teori yang didapatkan berasal dari beberapa sumber yang menjadi referensi penulis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah dari awal penelitian hingga akhir sehingga dapat membantu penulis dalam menyusun laporan penelitian.

BAB 4 PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisikan data-data yang telah dikumpulkan oleh penulis beserta pengolahan data.

BAB 5 ANALISIS DATA

Pada bab ini penulis melakukan analisis berdasarkan pengolahan yang dilakukan pada bab sebelumnya.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis melakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil pengumpulan data, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dan penulis juga memberikan saran.