

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini perkembangan teknologi dan cepatnya pertumbuhan era globalisasi membuat banyak orang memiliki tingkat kesibukan yang semakin meningkat. Hal tersebut dirasakan oleh semua orang baik yang masih berstatus pelajar dan mahasiswa maupun yang sudah bekerja. Dengan tingkat kesibukan yang semakin meningkat dan sangat menyita waktu tersebut, secara tidak langsung orang-orang menginginkan makanan ringan yang cepat dalam penyajiannya, bersih, mudah dalam memakannya, dan memiliki rasa yang nikmat. Salah satu produk makanan yang memiliki sifat tersebut adalah donat, hal tersebut dikarenakan donat memiliki tekstur yang lembut, memiliki aroma dan rasa yang khas, dan memiliki bahan dasar tepung terigu sehingga dapat membuat kenyang sehingga cocok bagi orang-orang dengan tingkat kesibukan tinggi yang menginginkan makanan penunda lapar. Salah satu perusahaan yang menjual donat dengan varian rasa yang beragam, dan memiliki rasa yang nikmat, adalah *Dunkin Donuts*.

*Dunkin Donuts* sendiri pertama kali didirikan di Indonesia pada tahun 1985 dan berlokasi di Jalan Hayam Wuruk Jakarta dengan sistem waralaba atau *franchise* dan *master franchise* untuk di Indonesia sendiri dikelola oleh PT. Dunkindo Lestari. Saat ini *Dunkin Donuts* sudah memiliki lebih dari 200 gerai yang tersebar di kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, Bali, Medan, Yogyakarta, Bogor, Bekasi, Depok, Makassar, dan Tangerang. Untuk di Bandung sendiri *Dunkin Donuts* memiliki 18 gerai yang tersebar di seluruh Kota Bandung.

Salah satu cabang dari *Dunkin Donuts* di Kota Bandung yang berlokasi di Jl. Merdeka No.56, Bandung Wetan, Kota Bandung, berdiri sejak bulan Agustus tahun 2005. Pada Tahun 2007, pendapatan kotor *Dunkin Donuts*

Merdeka mengalami penurunan sebesar 11,9% dan saat ini *Dunkin Donuts* Merdeka sangat sepi pengunjung.

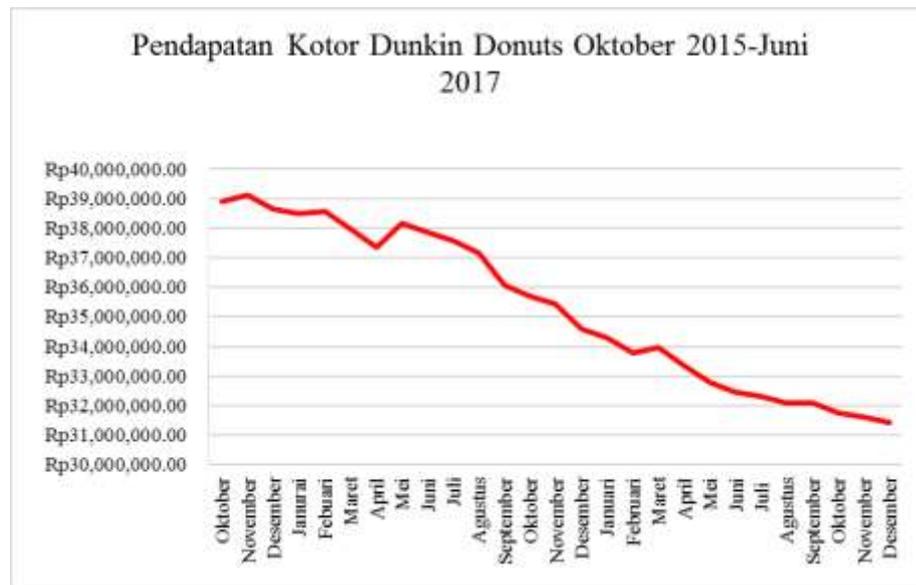
- Contoh perhitungan penurunan, sebagai berikut :

$$\frac{37.071.666,67 - 32.660.583,33}{37.071.666,67} \times 100\% = 11,90\%$$

Penurunan total pendapatan kotor yang terjadi pada *Dunkin Donuts* Merdeka, dapat dilihat dari data sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Penurunan Total Pendapatan Kotor *Dunkin Donuts* Merdeka

Tahun 2015	
Bulan	Jumlah Pendapatan (Rp)
Oktober	Rp 38,900,000.00
November	Rp 39,100,000.00
Desember	Rp 38,650,000.00
Tahun 2016	
Januari	Rp 38,500,000.00
Februari	Rp 38,550,000.00
Maret	Rp 37,975,000.00
April	Rp 37,350,000.00
Mei	Rp 38,150,000.00
Juni	Rp 37,850,000.00
Juli	Rp 37,585,000.00
Agustus	Rp 37,150,000.00
September	Rp 36,050,000.00
Oktober	Rp 35,675,000.00
November	Rp 35,450,000.00
Desember	Rp 34,575,000.00
Rata-rata	Rp 37,071,666.67
Tahun 2017	
Bulan	Jumlah Pendapatan (Rp)
Januari	Rp 34,300,000.00
Februari	Rp 33,785,000.00
Maret	Rp 33,950,000.00
April	Rp 33,325,000.00
Mei	Rp 32,775,000.00
Juni	Rp 32,455,000.00
Juli	Rp 32,325,000.00
Agustus	Rp 32,105,000.00
September	Rp 32,090,000.00
Oktober	Rp 31,755,000.00
November	Rp 31,625,000.00
Desember	Rp 31,437,000.00
Rata-rata	Rp 32,660,583.33



Gambar 1.1  
Grafik Penurunan Total Pendapatan Kotor *Dunkin Donuts* Merdeka

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan kondisi yang dialami oleh *Dunkin Donuts* Merdeka pada saat ini, maka faktor-faktor yang mungkin menyebabkan masalah dari adanya penurunan total pendapatan kotor pada *Dunkin Donuts* Merdeka antara lain sebagai berikut :

1. *Segmentation* , *Targeting*, dan *Positioning* yang dilakukan oleh *Dunkin Donuts* Merdeka belum tepat dan belum baik.
2. Pihak *Dunkin Donuts* Merdeka belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko donat dan membeli donat.
3. Adanya ketidakpuasan yang dialami konsumen *Dunkin Donuts* Merdeka.
4. Adanya perfomansi perusahaan yang masih kurang dalam melayani konsumen *Dunkin Donuts* Merdeka.
5. *Dunkin Donuts* Merdeka belum mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya.
6. Pihak *Dunkin Donuts* Merdeka belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan.

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Peneliti menentukan beberapa batasan dan asumsi dalam penelitian ini agar hasil dari penelitian yang dilakukan ini dapat lebih terarah dan tepat serta tidak menyimpang ke masalah lainnya yang berada di luar lingkup penelitian tersebut. Dengan begitu pembatasan masalah dan asumsi yang ditentukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

1. Pesaing didapatkan melalui kuisioner pendahuluan yang akan disebarkan.
2. Bersaing dengan toko donat yang berlokasi di Jl. Merdeka dan Jl. Ir. H. Djuanda.

### 1.4 Perumusan Masalah

Dengan masalah yang ada, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh *Dunkin Donuts* Merdeka?
2. Hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih toko donat dan membeli donat?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap *Dunkin Donuts* Merdeka?
4. Bagaimana peromansi yang telah diberikan oleh perusahaan?
5. Apa saja kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh *Dunkin Donuts* Merdeka dibandingkan dengan kompetitornya pada saat ini?
6. Strategi perbaikan apa yang harus dilakukan oleh *Dunkin Donuts* agar dapat meningkatkan pendapatan kotor?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Dengan adanya perumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini dari *Dunkin Donuts* Merdeka adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk diterapkan oleh *Dunkin Donuts* Merdeka.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli donat dan memilih toko donat.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap *Dunkin Donuts* Merdeka.
4. Untuk mengetahui performansi yang sudah dilakukan saat ini.
5. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki oleh *Dunkin Donuts* Merdeka dibandingkan dengan kompetitornya.
6. Untuk memberikan usulan strategi perbaikan yang tepat untuk dilakukan oleh pihak *Dunkin Donuts* Merdeka agar dapat meningkatkan kembali total pendapatan kotornya dan mampu bersaing dengan kompetitornya saat ini.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Dengan begitu, sistematika penulisan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Dalam bab ini penulis menentukan apa saja yang menjadi latar belakang masalah dalam penelitiannya. Setelah menentukan latar belakang masalah, peneliti melakukan identifikasi masalah yang terjadi, perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan dalam melakukan penelitian tersebut.

## **BAB 2 STUDI PUSTAKA**

Dalam bab ini penulis menentukan dasar-dasar teori apa saja yang akan dipakai dalam penelitian tersebut berdasarkan referensi yang digunakan dalam melakukan penelitian tersebut.

## **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Dalam bab ini peneliti membuat *flowchart* langkah-langkah penelitian dari awal penelitian hingga akhir penelitian yang dilakukan oleh peneliti serta keterangan dari *flowchart* yang telah dibuat oleh peneliti tersebut.

## **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Dalam bab ini peneliti mengumpulkan data-data apa saja yang dibutuhkan untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian tersebut. Data-data yang dikumpulkan oleh peneliti akan diolah pada bab selanjutnya.

## **BAB 5 PENGOLAHAN DATA dan ANALISIS**

Dalam bab ini, data-data yang telah dikumpulkan oleh peneliti pada bab sebelumnya akan diolah oleh peneliti baik dengan *software* maupun manual. Lalu peneliti akan menganalisis dari hasil pengolahan data tersebut.

## **BAB 6 KESIMPULAN dan SARAN**

Dalam bab ini peneliti akan memberikan kesimpulan dari pengolahan data yang telah diolah pada bab sebelumnya dan peneliti memberikan saran kepada pihak perusahaan dimana peneliti melakukan penelitian tersebut.