

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini perkembangan bisnis makanan semakin pesat khususnya di Kota Bandung, maka banyak sekali restoran dan café baru yang bermunculan. Kota Bandung merupakan salah satu Kota Pelajar yang ada di Indonesia, sehingga orang-orang banyak memilih restoran dan juga cafe sebagai tempat makan sehari-hari, karena restoran merupakan tempat yang praktis untuk makan. Restoran dan café juga sering dipilih karena berbagai alasan selain praktis restoran dan café juga dapat dijadikan sebagai tempat untuk mencari suasana yang nyaman, mengerjakan tugas, bertemu rekan kerja, arisan dan berbagai alasan-alasan lainnya. Restoran dan café saat ini saling berlomba untuk dapat bersaing dengan pesaing-pesaingnya dengan menuangkan berbagai ide yang inovatif.

Meatology Café & Resto merupakan tempat yang tepat bagi para pencinta kuliner *steak* baik *steak* sapi maupun *steak* ayam yang ada di kota Bandung. Meatology Café & Resto berdiri pada 6 Maret 2016, Café ini menjawab kebutuhan para *meatlovers* dengan berbagai olahan *steak*-nya dan merupakan menu andalan yang ada di Meatology Café & Resto dan juga bisa memilih berbagai tingkat kematangan yang sesuai dengan keinginan *well done*, *medium well*, *medium*, atau *rare*.

Tidak sedikit Café & Resto yang mengalami kendala dalam menjalankan usahanya, salah satunya yaitu strategi pemasaran yang dilakukan untuk memasarkan produk kepada konsumen yang kurang tepat. Maka, pemasaran yang tepat sangat dibutuhkan agar suatu usaha dapat berjalan dengan baik. Masalah yang dihadapi oleh Meatology Café & Resto adalah terjadinya penurunan penjualan setiap bulannya mencapai 20% pada bulan Januari 2018. Berikut ini data penjualan yang dimiliki oleh Meatology Café & Resto:

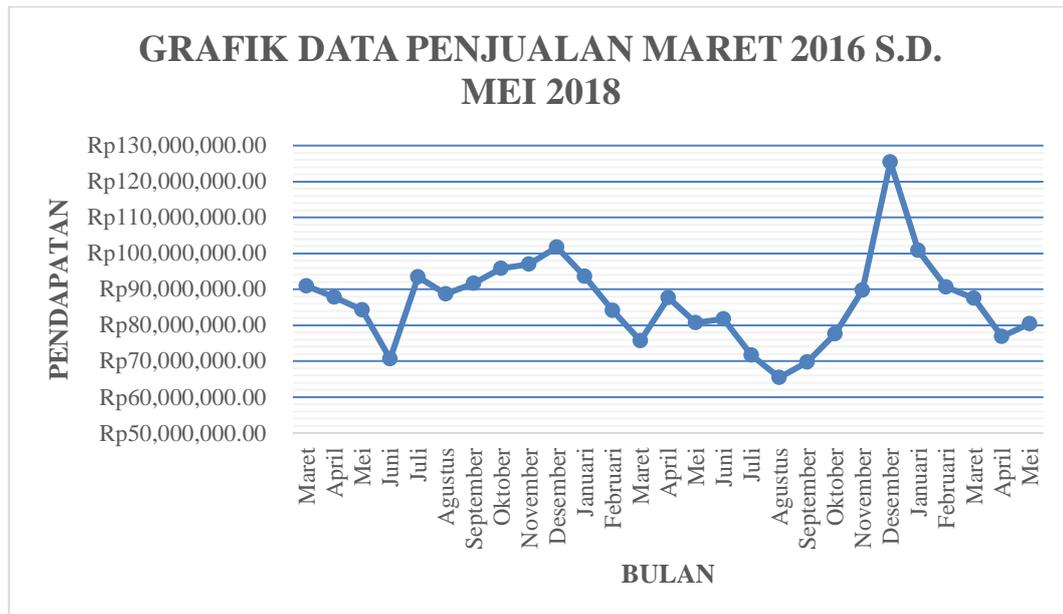
Tabel 1.1
Data Penjualan Meatology Café & Resto Maret 2016 s.d. Mei 2018

No.	Bulan	Tahun	Pendapatan	Persentase Penurunan Penjualan (%)	Kesimpulan
1	Maret	2016	Rp 90,875,600.00	-	
2	April		Rp 87,789,000.00	-3%	Turun
3	Mei		Rp 84,245,000.00	-4%	Turun
4	Juni		Rp 70,567,500.00	-16%	Turun
5	Juli		Rp 93,456,900.00	32%	Naik
6	Agustus		Rp 88,763,000.00	-5%	Turun
7	September		Rp 91,657,000.00	3%	Naik
8	Oktober		Rp 95,768,900.00	4%	Naik
9	November		Rp 96,987,300.00	1%	Naik
10	Desember		Rp 101,676,600.00	5%	Naik
11	Januari	2017	Rp 93,576,800.00	-8%	Turun
12	Februari		Rp 84,082,000.00	-10%	Turun
13	Maret		Rp 75,678,100.00	-10%	Turun
14	April		Rp 87,683,000.00	16%	Naik
15	Mei		Rp 80,652,700.00	-8%	Turun
16	Juni		Rp 81,746,200.00	1%	Naik
17	Juli		Rp 71,675,000.00	-12%	Turun
18	Agustus		Rp 65,430,000.00	-9%	Turun
19	September		Rp 69,705,500.00	7%	Naik
20	Oktober		Rp 77,635,600.00	11%	Naik
21	November		Rp 89,760,000.00	16%	Naik
22	Desember		Rp 125,476,000.00	40%	Naik
23	Januari	2018	Rp 100,789,800.00	-20%	Turun
24	Februari		Rp 90,675,400.00	-10%	Turun
25	Maret		Rp 87,435,000.00	-4%	Turun
26	April		Rp 76,896,000.00	-12%	Turun
27	Mei		Rp 80,349,000.00	4%	Naik

Contoh Perhitungan :

$$\text{Maret 2016} - \text{April 2016} = \frac{\text{Rp } 87,789,000 - \text{Rp } 90,875,600}{\text{Rp } 90,875,600} * 100\% = -3\%$$

Maka, pendapatan pada bulan April 2016 mengalami penurunan dari bulan Maret 2016 sebesar -3%.



Gambar 1.1
Gambar Data Penjualan Meatology Café & Resto Maret 2016 s.d. Mei 2018

1.2 Identifikasi Masalah

Dari masalah yang ada, pihak Meatology Café & Resto ingin meningkatkan penjualan, agar target setiap bulannya dapat terpenuhi bahkan dapat lebih dari target target yang diinginkan. Berikut hal-hal yang dapat menyebabkan belum tercapainya target penjualan yaitu:

1. Meatology Café & Resto belum mengetahui variabel-variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen.
2. Meatology Café & Resto belum mengetahui tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang diinginkan oleh konsumen.
3. Meatology Café & Resto belum mampu bersaing dengan café atau resto yang lainnya.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Meatology Café & Resto.
5. *Segmentation, Targeting, Positioning* yang dilakukan Meatology Café & Resto belum tepat.
6. Meatology Café & Resto belum menerapkan strategi pemasaran yang tepat.
7. Belum dilakukannya analisa *Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats* (SWOT) kepada pemilik Meatology Café & Resto.

8. Belum mengetahui mengenai loyalitas konsumen Meatology Café & Resto.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tidak dilakukannya analisa SWOT kepada pemilik Meatology Café & Resto.
2. Tidak meneliti mengenai loyalitas konsumen terhadap Meatology Café & Resto.

1.4 Perumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam melakukan penelitian ini:

1. Variabel-variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Meatology Café & Resto?
2. Bagaimana tingkat kinerja dan tingkat kepentingan diinginkan oleh konsumen Meatology Café & Resto?
3. Bagaimana kelemahan dan kelebihan Meatology Café & Resto dibandingkan dengan pesaing lain?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Meatology Café & Resto?
5. Bagaimana *Segmentation, Targeting, Positioning* yang tepat dilakukan oleh Meatology Café & Resto?
6. Usulan apa yang dapat diberikan agar Meatology Café & Resto dapat meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka didapat tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui variabel-variabel yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Meatology Café & Resto.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja dan tingkat kepentingan yang diinginkan oleh konsumen Meatology Café & Resto.

3. Untuk mengetahui kelemahan dan kelebihan Meatology Café & Resto dibandingkan dengan pesaing lain.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Meatology Café & Resto.
5. Untuk menentukan *Segmentation, Targeting, Positioning* Meatology Café & Resto.
6. Untuk menentukan usulan yang dapat diberikan agar Meatology Café & Resto dapat meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penelitian

Berikut adalah sistematika penulisan laporan tugas akhir pada yang berhubungan dengan Strategi Pemasaran yaitu :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan Tugas Akhir secara garis besar.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang landasan atau dasar teori yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam melakukan penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah yang sistematis dalam melakukan penyusunan dari awal hingga akhir penelitian. Disertakan penjelasan singkat mengenai diagram aliran yang ada mengenai proses pembuatan penelitian ini.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan data-data yang telah dikumpulkan dari objek penelitian penulis, diantaranya mengenai data umum perusahaan, struktur organisasi, data mentah dari hasil pengamatan dan penyebaran kuesioner yang akhirnya akan diolah pada bab berikutnya.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisikan pengolahan data yang disapatkan dari bab sebelumnya dan menganalisis seluruh data yang telah diolah juga dikaitkan dengan teori-teori yang ada.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bab penutup yang berisikan keseluruhan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengolahan data sebelumnya dan juga saran bagi perusahaan agar dapat memperbaiki pelayanan yang ada.

