

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Warga kota Bandung memiliki perilaku-perilaku sosial yang beragam, seperti berbelanja, berkuliner, *traveling*, dan salah satu yang paling mencolok adalah perilaku untuk pergi ke tempat-tempat yang dianggap nyaman untuk berbincang bersama teman-teman untuk waktu yang cukup lama. Kebiasaan inilah yang dewasa ini dimanfaatkan oleh pengusaha-pengusaha untuk membuat suatu tempat yang memfasilitasi warga kota Bandung tersebut untuk membuat usaha kafe.

Kafe adalah suatu tempat yang cukup menarik dan nyaman yang menyediakan berbagai jenis minuman dan tak jarang juga menyediakan berbagai jenis makanan ringan. Berbagai jenis kafe dapat ditemui di Bandung, dari kafe yang khusus hanya menyediakan kopi sampai kafe yang menyediakan berbagai macam minuman yang unik. Dalam beberapa tahun terakhir banyak bermunculan kafe-kafe di kota Bandung dengan keunikan-keunikannya sendiri.

Kafe X berlokasi di kota Bandung tepatnya di daerah Antapani, Bandung. Berdiri sejak 2016 akhir, kafe yang berbentuk *franchise* ini memfokuskan diri kepada anak-anak sekolah, kuliah dan keluarga-keluarga yang berada di sekitar Antapani. Kisaran harga kafe X yaitu untuk makanan berada berkisar antara Rp. 20.000,- sampai Rp. 72.000,- dan untuk minuman berada berkisar di antara Rp. 15.000,- sampai Rp. 42.000,-

Telah dilakukan pengamatan langsung dan melakukan wawancara dengan pihak kafe X, didapati bahwa adanya penjualan kafe X setelah beberapa bulan beroperasi tidak mencapai target penjualan yang seharusnya, penjualan kafe X selama periode 2017-2018 sekitar Rp. 60,000,000 per bulannya yang hanya mencapai sekitar 80% dari target perkiraan yaitu Rp.75.000.000.

Maka dari itu agar kafe dapat menentukan strategi yang tepat untuk menarik pelanggan lebih banyak lagi dan meningkatkan penjualan kafe X, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian di kafe X.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh permasalahan yang terdapat dalam X antara lain:

1. *Segmentation, targeting* dan *positioning* yang selama ini diterapkan kafe belum tepat.
2. Pemilik Kafe X belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam hal memilih kafe X sebagai tempat tujuan.
3. Faktor-faktor kinerja kafe X yang tidak baik di mata konsumen.
4. Belum diketahui faktor-faktor internal (*strengths & weaknesses*) dan faktor-faktor eksternal (*opportunities & threats*) dari kafe X.
5. Belum diketahui apakah pesaing mempengaruhi konsumen dalam hal memilih kafe X sebagai tempat tujuan.
6. Belum diketahui apakah naik turunnya perekonomian mempengaruhi konsumen dalam hal memilih kafe X sebagai tempat tujuan.
7. Loyalitas konsumen terhadap kafe X rendah.
8. Strategi yang telah dilakukan selama ini kafe X belum tepat.

## 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Penelitian yang akan dilakukan peneliti akan dibatasi oleh beberapa pembatasan masalah agar penelitian tidak menyimpang jauh dari ruang lingkup permasalahan yang ada. Pembatasan masalah yang ditetapkan oleh peneliti adalah:

1. Penurunan daya beli konsumen yang dipengaruhi oleh naik turunnya perekonomian tidak dibahas dalam penelitian ini.

2. Tidak membahas pengaruh persaingan antar kafe terhadap hal memilih kafe X sebagai tempat tujuan.
3. Dalam penelitian ini tidak membahas loyalitas konsumen.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang ingin diketahui oleh peneliti dalam melakukan penelitian terhadap kafe ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *segmentation*, *targeting* dan *positioning* kafe X yang tepat?
2. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam hal memilih kafe X sebagai tempat tujuan?
3. Apa saja faktor-faktor kinerja kafe X yang sudah memuaskan konsumen?
4. Bagaimana faktor-faktor internal (*strengths & weaknesses*) dan faktor-faktor eksternal (*opportunities & threats*) dari kafe X?
5. Bagaimana strategi penjualan yang tepat untuk kafe X?
6. Usulan strategi bauran pemasaran apakah yang tepat bagi kafe X untuk meningkatkan penjualan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan dari dilakukannya penelitian terhadap kafe X adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui *segmentation*, *targeting* dan *positioning* kafe X.
2. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam hal memilih kafe X sebagai tempat tujuan.
3. Mengetahui apa saja faktor-faktor kinerja kafe yang sudah memuaskan konsumen.
4. Mengetahui faktor-faktor internal (*strengths & weaknesses*) dan faktor-faktor eksternal (*opportunities & threats*) dari kafe X.

5. Mengetahui strategi yang tepat untuk meningkatkan penjualan kafe X.
6. Memberikan usulan strategi bauran pemasaran kepada kafe X.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Adapun yang menjadi sistematika penelitian oleh peneliti dalam penelitian ini adalah:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang menjadi dasar dalam penyusunan laporan Tugas Akhir, identifikasi permasalahan yang ada, perumusan masalah, pembatasan masalah yang digunakan, tujuan peneliti melakukan penelitian, serta sistematika penelitian yang digunakan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

### **BAB 2 STUDI PUSTAKA**

Bab ini berisi mengenai dasar-dasar atau teori yang diperoleh dari literatur bacaan dan sumber-sumber yang relevan, yang digunakan sebagai acuan dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab 3 ini terdapat *flowchart* yang disertai keterangan yang menggambarkan langkah-langkah yang ditempuh oleh peneliti dalam penyusunan laporan Tugas Akhir mulai dari awal sampai dengan akhir.

### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Pada bab ini berisi data-data umum perusahaan yang diteliti dan data-data awal yang diperlukan peneliti dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini berisi hasil pengolahan data yang telah dikumpulkan pada sebelumnya serta analisis untuk pengolahan data yang dilakukan.

### **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan berisi jawaban dari permasalahan yang dirumuskan pada bab I secara jelas singkat dan tepat.