

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Industri di bidang kuliner memang tidak pernah sepi peminat, dikarenakan makanan merupakan kebutuhan pokok dan kebutuhan yang paling mendasar bagi manusia. Bisnis roti atau *bakery* menjadi salah satu bisnis kuliner yang banyak diminati oleh para pengusaha baik dari skala kecil, menengah, hingga besar (seperti perusahaan, toko, warung, supermarket, dll). Masyarakat yang sebelumnya mengkonsumsi nasi sebagai asupan karbohidrat mengganti kebiasaan dengan mengkonsumsi roti atau kue sebagai pengganti asupan karbohidrat lain. Oleh karena itu banyak pengusaha yang mulai membangun usaha di industri makanan khususnya roti. Persaingan antar industri kuliner khususnya roti semakin ketat. Toko-toko (*retailer*) yang ingin bertahan dalam ketatnya persaingan tersebut harus mampu memanfaatkan setiap peluang yang tercipta untuk menjaga eksistensinya dalam dunia kuliner. Hal ini tentunya bertujuan untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan.

Toko Roti “X” merupakan salah satu toko yang memproduksi dan menjual roti. Toko Roti “X” pertama kali didirikan di Bukit Mertajam, Penang Malaysia pada bulan April 1998. Toko Roti “X” merupakan *international franchise* pertama di Indonesia yang dibuka pertama kali di Kota Surabaya pada Desember 2004, kemudian di Jakarta pada tahun 2005, dan sampai saat ini sudah terdapat 50 toko yang tersebar di kota-kota besar di Indonesia seperti Malang, Medan, Bali, Bandung, Jakarta, dan Surabaya. Toko Roti “X” yang berada di Bandung terdapat di 4 tempat yang berbeda, salah satunya di *mall Kings Shopping Center* yang terletak di Jalan Kepatihan Pintu Masuk A. Jenis rasa roti Toko Roti “X” yang dijual di *Kings Shopping Center* hanya memiliki satu macam yaitu original. Dalam beberapa tahun terakhir, tingkat penjualan di Toko Roti “X” mengalami penurunan.

Berdasarkan keterangan dari manajer Toko Roti “X” penjualan mengalami penurunan sejak tahun 2016. Oleh karena itu, pihak Toko Roti “X” ingin mengetahui faktor apa yang menyebabkan penjualan menurun dan upaya yang perlu dilakukan agar mampu meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk yang dijual di Toko Roti “X”. Berikut adalah data penjualan Toko Roti “X” terhitung sejak tahun 2016 sampai 2017 :

Tabel 1.1  
Data Penjualan Toko Roti “X”

DATA PENJUALAN TOKO ROTI "X"		
Bulan	Tahun 2016	Tahun 2017
Januari	90,769,000.00	80,789,000.00
Februari	79,829,000.00	76,379,000.00
Maret	88,465,000.00	75,436,000.00
April	95,911,500.00	79,511,000.00
Mei	78,131,500.00	80,241,000.00
Juni	81,401,500.00	72,655,000.00
Juli	92,752,000.00	80,932,500.00
Agustus	76,275,000.00	72,452,000.00
September	69,478,000.00	71,348,000.00
Oktober	81,406,000.00	73,456,000.00
November	83,501,000.00	78,555,000.00
Desember	85,728,500.00	80,835,500.00
<b>Total</b>	<b>1,003,648,000.00</b>	<b>922,590,000.00</b>

Dari data penjualan tersebut dapat diketahui penurunan penjualan dari tahun 2016 ke 2017 adalah sebesar 8,07%. Berikut adalah perhitungan penurunan penjualan tahun 2016 – 2017 di Toko Roti “X”:

$$\frac{922.590.000 - 1.003.648.000}{1.003.648.000} \times 100\% = - 8,07\%$$

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berikut ini merupakan beberapa faktor yang mungkin menjadi penyebab permasalahan di Toko Roti “X” :

1. Belum diketahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih dan membeli roti.
2. STP (*Segmentation, Targetting, dan Positioning*) yang sudah dilakukan Toko Roti “X” belum tepat.

3. Ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang diberikan oleh Toko Roti “X”.
4. Kinerja yang diberikan Toko Roti “X” dirasa belum cukup baik oleh konsumen.
5. Strategi pemasaran yang dilakukan Toko Roti “X” kurang tepat.
6. Adanya penurunan tingkat loyalitas konsumen terhadap Toko Roti “X”.
7. Kinerja Toko Roti “X” yang belum baik sehingga menyebabkan penurunan loyalitas konsumen.
8. Toko Roti “X” belum mampu bersaing dengan toko roti sejenis.

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Diperlukan beberapa pembatasan masalah, dikarenakan keterbatasan sumber daya yang ada agar penelitian yang dilakukan dapat terfokus pada inti permasalahan. Berikut adalah pembatasan dalam penelitian ini :

1. Pada penelitian ini Toko Roti “X” yang menjadi objek penelitian adalah Toko Roti “X” yang berada di *Kings Shopping Center* di Jalan Kepatihan dekat Pintu Masuk A.
2. Pada penelitian ini tidak membahas persaingan antar toko roti.

### 1.4 Perumusan Masalah

Melalui permasalahan yang telah dijabarkan, maka dirumuskan perumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh Toko Roti “X”?
2. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen terhadap Toko Roti “X”?
3. Bagaimana tingkat kinerja dari toko “X terhadap konsumen?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko Roti “X”?
5. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap Toko Roti “X”?
6. Faktor-faktor kinerja apa saja yang dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Toko Roti “X”?

7. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk Toko Roti “X”?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dan hasil yang ingin dicapai dari penelitian terhadap Toko Roti “X” adalah :

1. Menentukan *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk Toko Roti “X”.
2. Mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap Toko Roti “X”
3. Mengetahui tingkat kinerja yang diberikan Toko Roti “X” kepada konsumen.
4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko Roti “X”.
5. Mengetahui tingkat loyalitas konsumen terhadap Toko Roti “X”.
6. Mengetahui faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dan meningkatkan loyalitas konsumen terhadap Toko Roti “X”.
7. Mengetahui dan memberikan usulan terhadap strategi bauran pemasaran yang tepat agar dapat diterapkan oleh Toko Roti “X”.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

#### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Pada bab 1 ini berisi latar belakang masalah yang menjadi dasar dalam penyusunan laporan Tugas Akhir, identifikasi permasalahan yang ada, perumusan masalah, pembatasan masalah yang digunakan, tujuan penulis melakukan penelitian, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan laporan tugas akhir.

#### **BAB 2 : STUDI PUSTAKA**

Pada bab 2 ini berisi mengenai dasar-dasar atau teori yang diperoleh dari literatur bacaan dan sumber-sumber 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 penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir mulai dari awal sampai dengan akhir.

**BAB 4 : PENGUMPULAN DATA**

Pada bab 4 ini berisi data-data umum perusahaan yang diteliti dan data-data awal yang diperlukan penulis dalam penyusunan laporan Tugas Akhir.

**BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Pada bab 5 ini berisi tentang pengolahan data dan analisis untuk penyelesaian terhadap masalah yang sedang dihadapi dan memberikan usulan guna untuk menyusun strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat memenangkan persaingan.

**BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan berisi jawaban dari permasalahan yang dirumuskan pada bab 1 secara jelas singkat dan tepat.

