

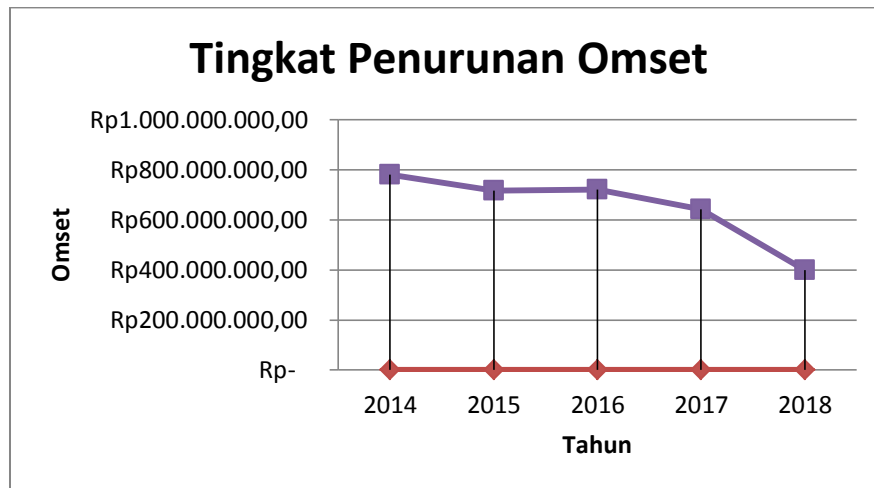
# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kesibukan seseorang semakin meningkat. Pemilihan keputusan untuk beraktivitas seseorang menjadi tidak memiliki banyak waktu selain pekerjaannya, bahkan untuk masak, sehingga sekarang kebanyakan orang mulai menginginkan makanan yang tidak memerlukan waktu untuk menunggu lama namun rasa enak tetap terjamin. Dengan adanya keinginan konsumen tersebut maka sekarang banyak terdapat rumah makan yang menyediakan menu ramen, karna menu ramen ini dianggap semua orang akan menyukai remen tersebut sebab menu utama pada ramen adalah mie. Mei salah satu jenis makanan yang cepat untuk disajikan dan digemari oleh banyak orang. Selain itu ramen merupakan makan yang sedang populer dikalangan masyarakat kota Cimahi. Salah satu rumah makan yang menyediakan menu ramen adalah Hashi Ramen. Hashi Ramen adalah rumah makan yang menyediakan ramen dan makanan makan khas negeri Jepang. Hashi Ramen beralamat di Jl. Lurah no 169 Cimahi.

Menurut Bapak Kevin selaku pemilik Hashi Ramen, usahanya harus dapat bersaing agar dapat meraih perhatian para konsumennya. Tentunya untuk dapat unggul dalam persaingan tidaklah mudah, selain harus dapat bersaing dengan para kompetitornya, mereka tetap harus dapat memberikan pelayanan yang memuaskan para konsumennya. Hashi Ramen memiliki omset ±Rp780.000.000 pada tahun 2014. Setiap tahunnya omset Rumah Makan Hashi Ramen menurun, sampai pada tahun 2018 penurunan omset Rumah Makan Hashi ramen sebesar 48,71% yang didapatkan dari  $1 - (\pm Rp400.000.000 / \pm Rp780.000.000) = 0,4871$ . Penurunan Berikut adalah grafik penurunan omset Hashi Ramen.



Gambar 1.1  
Data Grafik Penjualan

Oleh sebab itu, berawal dari persoalan tersebut, penulis ingin membantu pihak Hashi Ramen untuk meningkatkan omsetnya dan memberi masukan atau usulan agar pihak Hashi Ramen dapat bersaing dengan para pesaing yang dimilikinya saat ini.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertimbangan kondisi Hashi Ramen dimana omset yang menurun dari tahun ke tahun, maka faktor yang mungkin menyebabkan omset menurun tersebut antara lain:

1. Hashi Ramen tidak mampu bersaing dengan rumah makan ramen lain yang merupakan pesaing di Cimahi.
2. Belum diketahuinya faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih rumah makan ramen.
3. Hashi Ramen belum mengetahui strategi persaingan yang tepat dalam menjalankan bisnisnya.
4. Adanya rumah makan alternatif lain selain Hashi Ramen seperti jajanan kuliner lainnya.
5. Faktor kinerja Rumah Makan Hashi Ramen yang masih kurang baik.
6. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Rumah Makan Hashi Ramen.

7. Rumah Makan Hashi Ramen yang belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat dalam menjalankan bisnisnya.

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Akibat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain:

1. Tempat makan yang akan dijadikan sebagai pesaing dari Hashi Ramen hanya rumah makan yang menawarkan Ramen.
2. Tidak dilakukan penelitian terhadap jajanan kuliner lainnya.
3. Tidak membahas tentang loyalitas Rumah makan Hashi Ramen.

### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan ramen?
2. Bagaimana tingkat performansi Hashi Ramen menurut konsumen?
3. Bagaimana kelebihan dan kelemahan atribut bauran pemasaran yang dimiliki Hashi Ramen dibandingkan dengan pesaingnya?
4. Bagaimana strategi *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang diusulkan dari Hashi Ramen?
5. Variabel apa sajakah yang dinilai memuaskan dan tidak memuaskan oleh Hashi Ramen?
6. Apa saja strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh Hashi Ramen agar dapat meningkatkan pendapatan penjualannya?

## 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan dari dilakukannya penelitian terhadap Hashi Ramen:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan ramen.
2. Untuk mengetahui tingkat performansi Hashi Ramen menurut konsumen.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan atribut bauran pemasaran yang dimiliki Hashi Ramen dibandingkan dengan pesaingnya.
4. Untuk mengetahui dan mengusulkan *segmentation, targeting, dan positioning* Hashi Ramen.
5. Untuk mengetahui strategi pemasaran seperti apa yang harus dilakukan oleh Hashi Ramen.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

### **BAB 1 : PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

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

Berisikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan berbagai macam hal yang digunakan di dalam penelitian.

### **BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN**

Berisikan urutan langkah yang dilakukan dalam pembuatan laporan ini dari awal sampai akhir yang dibuat dalam bentuk diagram alir dan berisi penjelasannya.

**BAB 4 : PENGUMPULAN DATA**

Bab ini berisi data umum perusahaan dan data-data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

**BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

**BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

