

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kota Bandung merupakan salah satu kota terbesar di Indonesia yang menjadi tempat tujuan untuk berwisata kuliner. Selain dikenal dengan tempat pariwisatanya, Kota Bandung juga dikenal dengan keanekaragaman kulinernya, salah satunya adalah bakso. Bakso umumnya dibuat dari campuran daging sapi giling dan tepung tapioka, kemudian disajikan dengan kuah kaldu yang panas dan dapat dicampur dengan mie, bihun, taoge, dan sayur. Bakso sangat populer dan dapat ditemukan di seluruh Indonesia, mulai dari gerobak pedagang kaki lima hingga restoran besar.

Mie Baso Urat Mas Boy adalah bisnis kuliner yang sedang berkembang di Kota Bandung. Menggunakan konsep restorja (restoran jalanan) tempat makan bakso yang didirikan oleh Pak Boy ini beralamat di jalan BKR no 36 Bandung. Produk yang ditawarkan adalah bakso urat yang dapat dipadu dengan mie atau bihun. Setiap satu porsinya memiliki harga Rp. 17.000 saja.

Berdasarkan penuturan Pak Boy, setiap harinya Pak Boy menargetkan penjualan sebanyak 200 porsi. Namun sejak awal tahun 2019, tempat usaha makanannya menghadapi masalah berupa tidak tercapainya target penjualan. Target penjualan per bulannya dirata-ratakan sebanyak Rp. 85.000.000, hasil tersebut diperoleh dari target penjualan per hari 200 porsi dengan harga Rp. 17.000 dan jumlah hari kerja per bulannya sebanyak 25 hari.

Berikut adalah data penjualan Mie Baso Urat Mas Boy :

Tabel 1.1
Data Penjualan

Tahun	Periode	Target Penjualan	Total Penjualan	% Ketercapaian Target	% Rata-Rata Ketercapaian Target
2019	Januari	Rp85.000.000	Rp81.175.000	95,5%	90,6%
	Februari	Rp85.000.000	Rp76.075.000	89,5%	
	Maret	Rp85.000.000	Rp75.650.000	89,0%	
	April	Rp85.000.000	Rp72.675.000	85,5%	
	Mei	Rp85.000.000	Rp71.825.000	84,5%	
	Juni	Rp85.000.000	Rp88.400.000	104,0%	
	Juli	Rp85.000.000	Rp73.100.000	86,0%	

Contoh perhitungan:

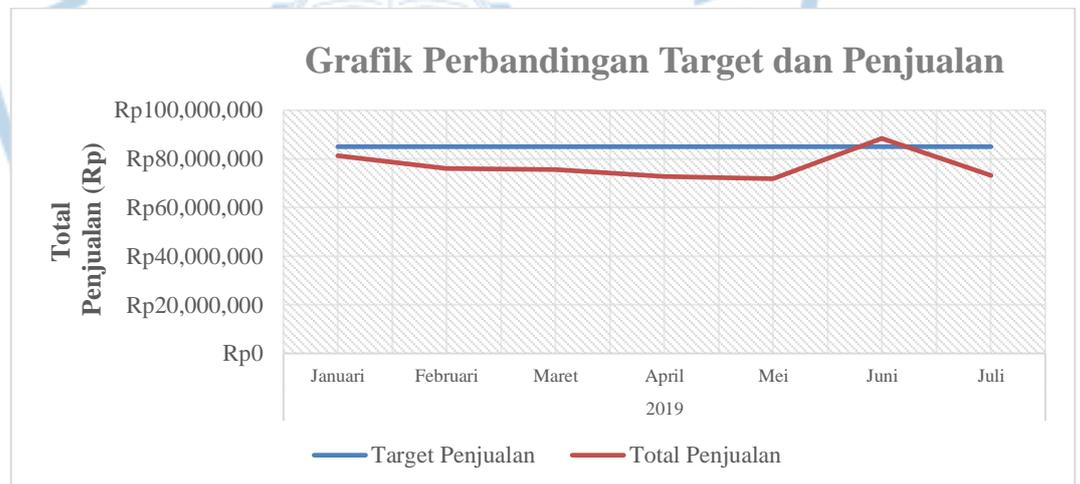
$$\% \text{Ketercapaian Target Bulan Januari} = \frac{\text{Total Penjualan}}{\text{Target Penjualan}} * 100\%$$

$$\frac{81.175.000}{85.000.000} * 100\% = 95,5\%$$

$$\% \text{Rata-Rata Ketercapaian Target} = \frac{\text{Total \% Ketercapaian Target}}{7}$$

$$\frac{634\%}{7} = 90,6\%$$

Kesimpulan : Tidak mencapai target dalam waktu 7 bulan terakhir karena secara rata-rata masih di bawah target yang sudah ditetapkan.



Gambar 1.1
Grafik Perbandingan

Dengan melihat latar belakang tersebut maka penulis tertarik untuk menyusun laporan tugas akhir ini dengan judul “USULAN STRATEGI BAURAN PEMASARAN MENGGUNAKAN METODE *CORRESPONDENCE ANALYSIS*, IPA, DAN UJI HIPOTESIS (STUDI KASUS: MIE BASO URAT MAS BOY)”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan wawancara dengan Pak Boy, maka didapatkan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Mie Baso Urat Mas Boy belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat makan bakso.
2. Kinerja dari Mie Baso Urat Mas Boy yang dinilai belum baik oleh konsumen.
3. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* dari Mie Baso Urat Mas Boy masih belum tepat.
4. Mie Baso Urat Mas Boy belum mampu bersaing dengan bidang usaha yang sejenisnya.
5. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Mie Baso Urat Mas Boy.

1.3 Batasan Masalah

Hal – hal yang menjadi pembatasan masalah dalam penelitian :

1. Penelitian hanya dilakukan di tempat makan Mie Baso Urat Mas Boy di Jl. BKR no 36 Bandung.
2. Penelitian tidak mengamati konsumen yang memesan melalui jasa pesanan *online*.
3. Penelitian tidak mengamati perubahan menu yang disajikan.
4. Penelitian tidak mengamati penjualan produk selain bakso.
5. Penelitian tidak memperhatikan konsumen yang pernah atau tidak pernah mencoba makanan di pesaing yang terpilih.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan yang telah dijelaskan di atas, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat makan bakso?
2. Bagaimana tingkat kinerja Mie Baso Urat Mas Boy pada saat ini?

3. Bagaimana *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk Mie Baso Urat Mas Boy?
4. Bagaimana usulan strategi pemasaran yang dapat diterapkan kepada Mie Baso Urat Mas Boy agar mampu bersaing dengan pesaingnya?
5. Hal-hal apa saja yang menjadi ketidakpuasan dari Mie Baso Urat Mas Boy?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat makan bakso.
2. Untuk menganalisis tingkat kinerja dari Mie Baso Urat Mas Boy berdasarkan penilaian konsumen .
3. Dapat memberikan usulan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk Mie Baso Urat Mas Boy.
4. Dapat memberikan usulan mengenai strategi pemasaran yang dapat diterapkan pada Mie Baso Urat Mas Boy agar dapat bersaing dengan pesaingnya.
5. Untuk memperbaiki hal-hal yang menjadi ketidakpuasan konsumen terhadap Mie Baso Urat Mas Boy.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai berbagai macam referensi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian, pengolahan data, dan menganalisis pada laporan tugas akhir ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis yang digambarkan dalam bentuk *flowchart* dari awal penelitian hingga akhir laporan tugas akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai 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 tata cara pengolahan data yang telah dikumpulkan, kemudian hasilnya akan dijabarkan dan dianalisis untuk menjelaskan data yang sudah dikumpulkan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan serta saran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.