

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada perkembangan era globalisasi ini cepatnya pertumbuhan bisnis salah satunya adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner menunjukkan perkembangan yang semakin pesat khususnya di Kota Bandung, menyebabkan banyak sekali restoran atau *café* bermunculan. Pada saat ini kalangan Mahasiswa di Kota Bandung banyak menghabiskan waktu di *café* atau resto untuk menikmati fasilitas yang disediakan seperti *wifi* atau pun interior *design* yang ditawarkan oleh *café* tersebut untuk menjadi daya tarik tersendiri. Tidak hanya itu daya tarik suatu *café* ditentukan dari tersedianya berbagai macam menu, tampilan saat disajikannya makanan atau minuman, dan harga yang terjangkau. Selain itu dari fasilitas yang disediakan seringkali *café* atau resto digunakan untuk aktivitas seperti mengerjakan tugas, bertemu rekan kerja, arisan dan berbagai aktivitas lainnya.

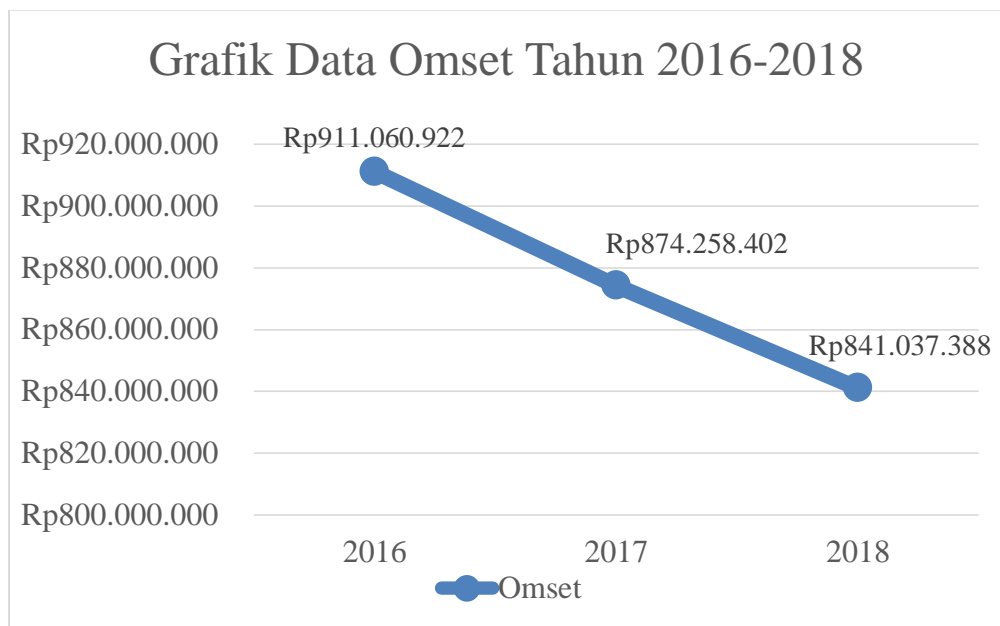
Café X merupakan tempat yang tepat bagi para penyuka kuliner yang mencari suasana yang bagus atau pemandangan yang disuguhkan oleh *café* tersebut sambil menikmati makanan atau minuman yang disediakan. *Café X* berdiri pada tahun 2003.

Tidak sedikit *café* atau resto yang mengalami kendala ketika menjalankan usahanya, salah satunya kurang cepatnya dalam menanggapi perubahan zaman yang diharapkan oleh konsumen. Kemudian, pada penghujung tahun 2013 mulai maraknya bisnis kuliner di Bandung. Maka dari itu masalah yang dihadapi oleh *Café X* adalah terjadinya penurunan pendapatan pada sertiap tahunnya. *Café X* terletak di Jl. RancaKendal Luhur Ciburial, Cibeunying Kaler, Cimenyan, Kota Bandung.

Berikut ini data penjualan yang dimiliki oleh *Café X* :

Tabel 1.1
Data Penurunan Penjualan *Café X*

Tahun	Omset
2016	Rp 911,060,922.00
2017	Rp 874,258,402.00
2018	Rp 841,037,388.00



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Pendapatan *Café X*

Contoh Perhitungan Penurunan Omset Penjualan pada tahun 2016 – tahun

$$2018: \frac{(911.060.922 - 841.037.388)}{911.060.922} \times 100\% = 7,68\%$$

Grafik diatas menunjukkan penurunan omset di *Café X* pada tahun 2016 – tahun 2018 sebesar 7,68%.

Dampak yang dirasakan oleh perusahaan akibat penurunan omset tersebut adalah perusahaan sulit untuk berkembang atau bertahan yang mengakibatkan terjadinya pengurangan karyawan pada perusahaan dikarenakan pendapatan yang terus menurun setiap tahunnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang dan hasil wawancara terhadap pihak *Café X*, maka didapatkan beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. *Café X* belum mengetahui variabel-variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen.
2. Tingkat kinerja *Café X* yang dinilai masih belum baik oleh konsumen.
3. Ketidakpuasan yang dialami konsumen terhadap *Café X*.
4. *Café X* belum mampu bersaing dengan *café* atau resto lainnya.
5. *Segmentation* , *Targeting*, dan *Positioning* yang dilakukan oleh *Café X* belum tepat dan belum baik.
6. Pihak *Café X* belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan.
7. Adanya pengaruh *trend* dan daya beli konsumen terhadap peningkatan omset.

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian ini sebahai berikut :

1. Penelitian ini tidak memperhatikan *trend* dan daya beli konsumen terhadap makanan dan minuman yang dijual.

1.4 Perumusan Masalah

Berikut rumusan masalah yang dapat dirumuskan dalam melakukan penelitian ini :

1. Variabel-variabel penting apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Café X*?
2. Bagaimana tingkat kinerja *Café X* yang diinginkan oleh konsumen *Café X*?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap *Café X*?
4. Bagaimana posisi *Café X* dibandingkan dengan pesaing lainnya?
5. Bagaimana *Segmentasi*, *Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk *Café X*?

6. Strategi perbaikan apa yang harus diterapkan oleh *Café X* agar dapat meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Untuk mengetahui variable-variabel apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *Café X*.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja dan kepentingan yang diinginkan oleh konsumen *Café X*.
3. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap *Café X*.
4. Untuk mengetahui posisi *Café X* dibandingkan dengan pesaing.
5. Untuk mengetahui *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning Café X* untuk konsumen.
6. Untuk memberikan usulan mengenai strategi pemasaran yang dapat dilakukan oleh *Café X* agar meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, perumusan masalah, dan tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini menjelaskan tinjauan pustaka seperti teori-teori yang mendukung pembuatan laporan tugas akhir ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini menjelaskan metodologi penelitian yang menjabarkan langkah-langkah yang dilakukan peneliti yang digambarkan dalam bentuk *flowchart* dari awal hingga akhir laporan tugas akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi data-data umum perusahaan dan data penunjang yang dibutuhkan oleh peneliti untuk melakukan pengolahan data.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah peneliti mengolah data yang sudah diperoleh sebelumnya sehingga mendapatkan hasil yang akan dianalisis berikutnya.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini menjelaskan kesimpulan yang didapat dari hasil pengolahan dan analisis data yang sudah diteliti serta saran bagi perusahaan.

