

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Adanya perkembangan industri makanan di Indonesia dapat dibuktikan dengan semakin banyaknya restoran yang terdapat di kota Bandung saat ini akibat konsumsi masyarakat yang cukup tinggi terhadap produk makanan. Hal tersebut dikarenakan Bandung selain dikenal oleh masyarakat sebagai kota tujuan pendidikan dan pusat mode, juga terkenal karena wisata kulinernya sehingga menyebabkan banyak orang yang datang ke Bandung untuk mencicipi makanan-makanan khasnya. Akibatnya usaha membuka restoran di Bandung menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh para pengusaha apalagi dengan meningkatnya keinginan konsumen akan jenis makanan yang beragam dan modal yang dibutuhkan untuk mendirikan restoran juga tidak terlalu besar. Perkembangan tersebut menyebabkan banyak pengusaha berlomba-lomba untuk membuat restoran yang menjual produk makanan sesuai dengan keinginan maupun selera masyarakat.

Akibat banyaknya alternatif restoran yang ditawarkan, membuat konsumen cenderung lebih kritis dalam memilih restoran. Hal itu menimbulkan adanya persaingan ketat antar restoran seperti dalam hal harga, kualitas produk, pelayanan, promosi, saluran distribusi, dan kegiatan pemasaran lainnya. Dengan adanya persaingan ketat tersebut maka suatu hal yang sangat penting dilaksanakan oleh pihak restoran adalah membangun kepercayaan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen yang pada akhirnya dapat menimbulkan citra perusahaan yang baik di mata konsumen. Jika konsumen merasa puas, maka secara tidak langsung konsumen tersebut akan bersedia untuk datang kembali ke restoran dan mungkin akan merekomendasikannya kepada orang lain melalui “*word of mouth*” (dari mulut ke mulut).

Salah satu restoran yang terdapat di Bandung adalah Kedai Kiwi. Kedai Kiwi yang didirikan pada tanggal 1 Februari 2006 ini berlokasi di Jl. Suria Sumantri No.93, Bandung. Sebagai salah satu restoran yang masih baru di kota Bandung, Kedai Kiwi belum banyak dikenal oleh masyarakat. Pihak Kedai Kiwi menyatakan bahwa mereka mengalami kesulitan dalam upaya untuk menarik minat konsumen, dimana tidak dapat tercapainya target penjualan yang telah ditetapkan oleh pihak manajemen Kedai Kiwi. Target rata-rata penjualan Kedai Kiwi adalah sebesar Rp 500.000,00 per hari, namun target tersebut belum pernah tercapai dimana rata-rata penjualan yang telah dicapai sampai saat ini hanya sebesar Rp 350.000,00 per hari.

1.2 Identifikasi Masalah

Melihat kondisi pasar dimana konsumen dihadapkan pada begitu banyak pilihan produk makanan, Kedai Kiwi yang merupakan salah satu pendatang baru di kalangan restoran mengalami suatu permasalahan yaitu bagaimana cara menarik minat konsumen untuk mengkonsumsi berbagai macam produk makanan yang ditawarkannya. Beberapa kemungkinan penyebab masalah-masalah yang terdapat pada Kedai Kiwi tersebut terjadi dikarenakan oleh beberapa hal, seperti:

1. Belum dikenalnya Kedai Kiwi oleh masyarakat dimana dari mulai awal dibukanya usaha restoran ini sampai sekarang, pihak manajemen Kedai Kiwi hanya memasang papan Billboard dan spanduk saja tanpa melakukan promosi seperti penyebaran brosur/pamflet ataupun promosi lainnya. Hal ini didapatkan pada saat penulis melakukan wawancara awal dengan pemilik Kedai Kiwi.
2. Belum diketahuinya tingkat kepuasan konsumen, dimana sampai saat ini pihak manajemen Kedai Kiwi belum melakukan survei kepuasan pelanggan untuk mengevaluasi kinerjanya di mata pelanggan.
3. Banyaknya pesaing, terutama yang berada di sekitar jalan Suria Sumantri, seperti Dapur Cobek, Wibisana, Yami-yami, dan beberapa *foodcourt* yang terdapat di sekitarnya.

4. Tidak adanya penawaran paket promosi yang diberikan oleh Kedai Kiwi kepada konsumen, seperti pemberian program paket makanan, program diskon, potongan harga untuk pembelian dengan jumlah tertentu, dan sebagainya.
5. Belum diketahui apakah segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang sudah ditetapkan oleh pemilik Kedai Kiwi sudah tepat.

Berdasarkan masalah-masalah tersebut maka Kedai Kiwi dituntut untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar dapat menarik minat konsumennya sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya di Bandung.

1.3 Pembatasan Masalah

Luasnya ruang lingkup penelitian serta keterbatasan waktu mengakibatkan perlu dilakukan pembatasan masalah dan asumsi dengan tujuan untuk mencegah timbulnya persepsi yang berbeda-beda dari pembaca tugas akhir ini. Adapun pembatasan permasalahan yang ada adalah sebagai berikut:

1. Yang akan diteliti adalah strategi pemasaran yang mencakup *Marketing Mix* 7P, IPA, Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning*, Diferensiasi, dan SWOT yang akan dilakukan oleh Kedai Kiwi untuk menarik minat konsumennya.
2. Tidak meneliti kondisi pesaing dari Kedai Kiwi secara lebih mendalam.

Adapun asumsi yang digunakan adalah:

1. Situasi ekonomi dan politik di Indonesia dianggap stabil pada saat penelitian dilakukan.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang dinilai penting oleh konsumen dalam pemilihan restoran?
2. Bagaimana tingkat kepuasan dari konsumen Kedai Kiwi?

3. Keunggulan apa saja yang dimiliki oleh Kedai Kiwi berdasarkan persepsi konsumen?
4. Kekurangan apa saja yang saat ini dialami oleh Kedai Kiwi dalam melayani kebutuhan konsumennya?
5. Peluang-peluang apa saja yang saat ini dimiliki oleh Kedai Kiwi?
6. Ancaman-ancaman apa saja yang saat ini dialami oleh Kedai Kiwi?
7. Bagaimana segmentasi, *targeting*, dan *positioning* Kedai Kiwi?
8. Strategi-strategi pemasaran apa saja yang dapat diterapkan dan dikembangkan untuk dapat meningkatkan minat konsumen pada Kedai Kiwi sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya di Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui faktor-faktor apa saja yang dinilai penting oleh konsumen dalam pemilihan restoran.
2. Dapat mengetahui tingkat kepuasan dari konsumen Kedai Kiwi.
3. Dapat mengetahui keunggulan apa saja yang dimiliki oleh Kedai Kiwi berdasarkan persepsi konsumen.
4. Dapat mengetahui kekurangan apa saja yang saat ini dialami oleh Kedai Kiwi dalam melayani kebutuhan konsumennya.
5. Dapat mengetahui peluang-peluang apa saja yang saat ini dimiliki oleh Kedai Kiwi.
6. Dapat mengetahui ancaman-ancaman apa saja yang saat ini dialami oleh Kedai Kiwi.
7. Dapat mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* Kedai Kiwi.
8. Dapat memberikan usulan strategi-strategi pemasaran apa saja yang dapat diterapkan dan dikembangkan untuk dapat meningkatkan minat konsumen pada Kedai Kiwi sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya di Bandung.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan:

Memberikan usulan mengenai upaya-upaya yang dapat dilakukan oleh Kedai Kiwi sehingga dapat menarik minat konsumen terhadap Kedai Kiwi sehingga dapat meningkatkan pangsa pasarnya di Bandung dengan melihat pada:

- Faktor-faktor yang dinilai penting oleh konsumen dalam pemilihan restoran.
- Tingkat kepuasan dari konsumen Kedai Kiwi.
- Keunggulan yang dimiliki oleh Kedai Kiwi berdasarkan persepsi konsumen.
- Kekurangan yang saat ini dialami oleh Kedai Kiwi dalam melayani kebutuhan konsumennya.
- Peluang-peluang yang saat ini dimiliki oleh Kedai Kiwi.
- Ancaman-ancaman yang saat ini dialami oleh Kedai Kiwi.
- Segmentasi, *targeting*, dan *positioning* Kedai Kiwi.
- Strategi-strategi pemasaran yang dapat diterapkan dan dikembangkan Kedai Kiwi.

2. Bagi penulis:

Dapat menggunakan ilmu pengetahuan yang selama ini dipelajari untuk menemukan solusi bagi permasalahan yang dialami oleh Kedai Kiwi.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

- **Bab 1 Pendahuluan**

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan.

- **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Bab ini berisi tentang teori-teori, prinsip-prinsip, dan rumus-rumus yang digunakan oleh penulis sebagai landasan berpikir dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan permasalahan yang ada beserta metode-metode yang digunakan.

- **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Bab ini berisi tentang uraian mengenai langkah-langkah sistematis yang dilakukan oleh penulis di dalam melakukan penelitian masalah mulai dari persiapan sampai dengan penarikan kesimpulan, dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut, sehingga didapatkan hasil penelitian yang dapat memberikan penyelesaian terhadap masalah yang ada.

- **Bab 4 Pengumpulan Data**

Bab ini membahas secara terperinci tentang pengumpulan data umum dari perusahaan yang akan diteliti, struktur organisasi, dan data-data lain yang akan dipergunakan dalam melakukan penelitian.

- **Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis**

Bab ini berisi tentang pengolahan dari data-data yang telah dikumpulkan agar diperoleh penyelesaian terhadap masalah yang sedang dihadapi dan analisis terhadap hasil pengolahan data tersebut serta dilakukan perbandingan dengan teori yang ada, apakah sesuai atau belum dengan teori.

- **Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil pengolahan dan analisis data yang telah dilakukan oleh penulis, serta saran-saran yang dapat diberikan oleh penulis kepada perusahaan dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi.