

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pemasaran, merupakan salah satu kata yang sudah tidak asing lagi didengar. Tahap pertama yang sangat penting dari kegiatan pemasaran adalah dengan mengetahui apa saja yang diinginkan oleh konsumen yang berkenaan dengan produk/jasa, kinerja serta kualitas. Tetapi perlu diketahui bahwa dengan adanya perkembangan jaman, maka kebutuhan konsumen akan berkembang dari suatu kebutuhan saja menjadi kebutuhan yang diikuti oleh keinginan untuk mengkonsumsi suatu produk dan atau jasa dengan ciri khas tertentu, munculnya keinginan akan menciptakan permintaan yang spesifik terhadap suatu jenis produk dan atau jasa yang mungkin dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Banyak perusahaan-perusahaan yang menjalankan usahanya berjalan dengan tidak lancar, dimana salah satu penyebabnya adalah strategi pemasaran yang dimiliki kurang baik dalam mengenalkan dan menjual produk/ jasa kepada konsumen. Pemasaran memang memegang suatu peranan yang sangat vital dalam perusahaan, oleh karena itu banyak perusahaan berupaya menentukan strategi pemasaran, karena penentuan dan penyesuaian strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam menjamin perusahaan agar tetap bertahan dalam menjalankan usahanya kedepan.

Kedai Kopi Phoenam adalah salah satu perusahaan yang juga bergerak di bidang jasa, dimana jasa yang ditawarkan adalah penyajian kopi dan roti bakar. Kedai ini berdiri sejak bulan November 2010, yang terletak di Jl. Gandapura No. 56-58 Bandung, dan Manajer bernama Bapak Iwa. Kedai Kopi Phoenam beroperasi mulai pukul 06.00 – pukul 22.00. Berdasarkan wawancara kepada bapak Iwa, maka dapat diketahui masalah yang ada, yaitu target penjualan hanya dapat mencapai 70% dari yang ditargetkan oleh Kedai Kopi Phoenam, hal ini ditandai dengan jumlah kedatangan konsumen

yang tidak bertambah. Masalah ini sangat penting untuk dibahas, karena bila masalah yang ada di Kedai Kopi Phoenam sekarang dibiarkan terus-menerus, lambat laun akan mengakibatkan perusahaan tidak berkembang, bahkan lebih tragisnya lagi dapat menyebabkan kebangkrutan, mengingat biaya-biaya akan sumber daya yang digunakan relatif tinggi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari masalah yang dihadapi oleh Kedai Kopi Phoenam, maka kemungkinan faktor-faktor yang menyebabkan timbulnya masalah yang ada di Kedai Kopi Phoenam, adalah:

1. Strategi pemasaran yang dilakukan kurang tepat.
2. Telah ada pesaing lain yang menjalankan usahanya di daerah Kedai Kopi Phoenam berdiri.
3. Kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Phoenam kurang terpenuhi.
4. Meningkatnya harga bahan-bahan baku
5. Penurunan daya beli konsumen
6. Perusahaan kurang memahami atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada bagian ini, peneliti melakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar masalah yang akan dibahas tidak luas dan dapat dibahas secara mendalam, oleh karena itu batasan masalah yang dibuat adalah :

1. Pesaing yang diteliti hanya 1 Kedai Kopi pesaing yaitu Kedai Kopi Progo. Alasan pemilihan Kedai Kopi Progo menjadi satu-satunya pesaing adalah karena permintaan Manajer Kedai Phoenam, yaitu Bapak Iwa, dan juga Kedai Kopi Progo lebih sering dikunjungi oleh konsumen dengan jumlah konsumen yang lebih banyak dibandingkan Kedai Kopi Phoenam.
2. Tidak membahas masalah biaya sumber daya yang digunakan.

3. Tidak membahas kondisi perekonomian sekarang ini.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Hal-hal atau atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dari sebuah Kedai Kopi?
2. Bagaimana karakteristik konsumen pencinta kopi?
3. Bagaimana posisi Kedai Kopi Phoenam di benak konsumen jika dibandingkan dengan Kedai Kopi Brogo?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Phoenam?
5. Usulan strategi pemasaran apa yang dapat diberikan kepada Kedai Kopi Phoenam agar dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan?

1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan perumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui hal-hal atau atribut-atribut yang dianggap penting dari suatu Kedai Kopi.
2. Mengetahui karakteristik konsumen pencinta kopi.
3. Mengetahui posisi Kedai Kopi Phoenam di benak konsumen jika dibandingkan dengan Kedai Kopi Brogo.
4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk dan jasa yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Phoenam.
5. Memberikan usulan strategi pemasaran kepada Kedai Kopi Phoenam agar dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengukuran, penganalisisan, serta pemecahan masalah dengan lebih terstruktur, maka penulisan laporan ini disusun menurut sistematika sebagai berikut :

Bab 1: Pendahuluan

Berisi gambaran mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

Bab 2: Tinjauan Pustaka

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

Bab 3: Metodologi Penelitian

Berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan sampai dengan akhir penulisan Laporan Tugas Akhir.

Bab 4: Pengumpulan Data

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

Bab 5: Pengolahan Data dan Analisis

Berisi pengolahan data yang akan dilakukan untuk dapat memecahkan masalah yang terjadi dalam penelitian Tugas Akhir disertai analisis hasil yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data.

Bab 6: Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh dengan berpedoman pada analisis yang telah dilakukan. Selain itu, pada tahap ini juga akan diberikan saran yang bermanfaat bagi perusahaan yang diteliti agar dapat memenuhi kepuasan pelanggan dalam hal jasa.