

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Masyarakat kini telah memiliki kebiasaan untuk meluangkan waktu berkumpul dengan sanak saudara ataupun teman seprofesi di tempat yang menawarkan suasana yang nyaman. Masyarakat pada umumnya lebih memilih restoran atau *cafe* sambil menikmati suasana yang santai bersama teman-teman. Dengan adanya kebiasaan tersebut, banyak sekali tempat-tempat yang menyajikan sajian makanan serta minuman khas kepada pelanggan. Pelanggan akan merasa nyaman bila pelayanan restoran memuaskan disertai dengan produk unggulan yang berkualitas.

Kota Bandung terkenal akan Kota yang menawarkan berbagai kuliner. Gaya hidup masyarakat Kota Bandung yang gemar berwisata kuliner dapat menjadi alasan mengapa banyak restoran yang menawarkan berbagai jenis menu makanan dan minuman yang unik, bercita rasa, variatif, inovatif, dan kreatif. Menu masakan maupun minuman yang ditawarkan harus bersih, segar dan higienis. Persaingan kuliner di Kota Bandung sangat ketat hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya restoran atau *cafe* yang terdapat di Kota Bandung sendiri. Hal tersebut diatas tidak lepas dari restoran-restoran sejenis yang tersebar di Kota Bandung.

Seiring berjalannya waktu, jenis usaha restoran atau *cafe* sekarang ini sudah sangat banyak di Kota Bandung dari kalangan menengah hingga eksekutif. Jenis-jenis restoran diantaranya restoran Sunda, Chinese, Eropa, Jepang, dan lain sebagainya. Restoran khas negara Jepang mulai banyak di Kota Bandung. Restoran khas Jepang tersebut menawarkan makanan mie ramen dan minuman khas Jepang yakni teh ocha. Salah satu tempat yang menyajikan hal tersebut diatas adalah Kuma Ramen Bandung yang menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman khas Negara Jepang.

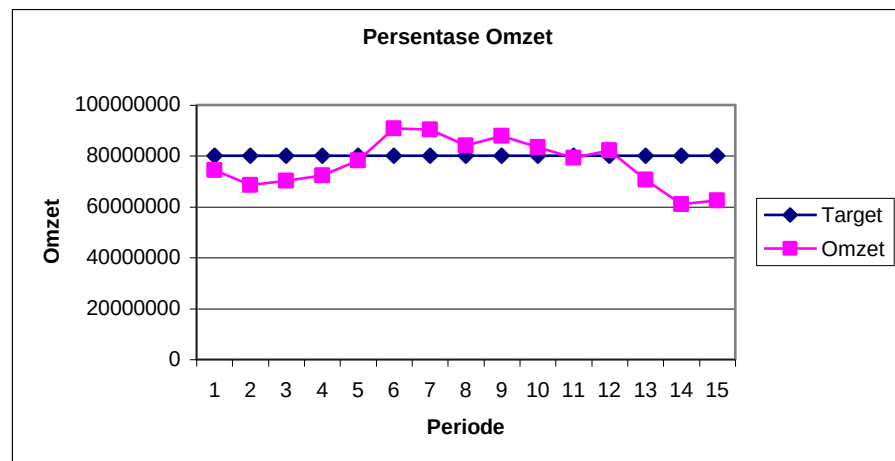
Produk unggulan yang ditawarkan yakni menu mie ramen yang khas dari negara Jepang.

Keberadaan restoran Kuma Ramen Bandung yang mulai buka pada bulan Agustus tahun 2009 yang terletak di Jalan Cimanuk 11a, peminat mie ramen ini cukup tinggi. Akhirnya tahun 2010 gerainya diperbesar menjadi restoran di lokasi yang sama. Kemudian pada Oktober tahun 2011 membuka cabang di jalan Cipaganti dan pada bulan Januari 2013 membuka cabang di Kota Jakarta di Kalibata *City Square Tower F* bm11. Kuma Ramen Bandung jalan Cipaganti mengalami penurunan penjualan yang signifikan dan hal ini terlihat dari turunnya penjualan pada bulan Maret tahun 2013.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan pemilik restoran disebutkan bahwa terjadi penurunan rata-rata penjualan dimana pada bulan Januari tahun 2013 dapat mencapai angka nominal penjualan per bulan sebesar Rp. 70.658.800,- sedangkan pada bulan Maret tahun 2013 hanya mampu mencapai penjualan sebesar Rp. 62.378.100,- per bulan. Terjadi penurunan hingga 11,7% dari bulan Januari tahun 2013 ke bulan Maret tahun 2013. Hal tersebut menjadi hal yang serius bagi restoran Kuma Ramen Jalan Cipaganti. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1.1
Tabel Omzet Kuma Ramen Cipaganti 2012-2013

Periode	Target	Cipaganti	
		Omzet	Persentase omzet
Jan-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 74.327.900,-	93%
Feb-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 68.487.100,-	86%
Mar-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 70.310.900,-	88%
Apr-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 72.378.000,-	90%
Mei-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 78.123.600,-	98%
Jun-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 90.778.100,-	113%
Jul-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 90.387.700,-	113%
Agust-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 84.125.900,-	105%
Sep-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 87.737.000,-	110%
Okt-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 83.456.500,-	104%
Nop-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 79.195.800,-	99%
Des-12	Rp. 80.000.000,-	Rp. 82.278.100,-	103%
Jan-13	Rp. 80.000.000,-	Rp. 70.658.800,-	88%
Feb-13	Rp. 80.000.000,-	Rp. 61.058.000,-	76%
Mar-13	Rp. 80.000.000,-	Rp. 62.378.100,-	78%



Gambar 1.1
Grafik Fluktuasi Omzet 2012-2013

1.2 Identifikasi Masalah

Hal-hal berikut ini diantaranya yang menjadi faktor penyebab masalah bagi Kuma Ramen Cipaganti Bandung.

Beberapa hal tersebut diatas dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Ketidakmampuan bersaing Kuma Ramen Cipaganti dengan kompetitor makanan mie ramen sejenis yang sangat ketat di Kota Bandung.
2. Strategi pemasaran yang kurang tepat.

3. Restoran Kuma Ramen Bandung belum mengetahui perilaku konsumen.
4. Konsumen yang tidak puas terhadap menu mie ramen yang sering habis, disebabkan oleh supplier yang kurang kompeten dalam penyediaan bahan baku mie ramen dan kemampuan *chef* dalam mengolah mie ramen belum kompeten.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

❖ Pembatasan Masalah

Pada pembatasan masalah ini akan dicantumkan pernyataan-pernyataan yang tidak akan di bahas dalam penelitian ini.

Hal-hal yang menjadi pembatasan dalam penelitian mencakup sebagai berikut:

- Tidak membahas secara mendalam seleksi dan perekrutan pegawai khususnya chef sehubungan dengan kompetensi chef.
- Tidak membahas secara mendalam manajemen persediaan bahan baku yang berkaitan dengan bahan baku yang kerap kali kosong.

❖ Asumsi

Asumsi yang akan digunakan adalah sebagai berikut :

- Taraf nyata $\alpha = 0,05$

1.4 Perumusan Masalah

1. Apa faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih mie ramen di restoran ramen di Kota Bandung ?
2. Apa faktor kepuasan konsumen Kuma Ramen Cipaganti berdasarkan hipotesis ketidakpuasan ?
3. Apa faktor-faktor tingkat kepentingan dari Kuma Ramen Cipaganti ?
4. Apa faktor-faktor tingkat performansi Kuma Ramen Cipaganti ?
5. Apa keunggulan dan kelemahan restoran Kuma Ramen Cipaganti dibandingkan dengan kompetitor sejenis ?

6. Bagaimana *Segmentation, Targetting and Positioning* Kuma Ramen Cipaganti ?
7. Apa upaya perbaikan yang dilakukan oleh Kuma Ramen Cipaganti?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengidentifikasi faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih mie ramen di restoran ramen di Kota Bandung.
2. Mengetahui faktor kepuasan konsumen Kuma Ramen Cipaganti berdasarkan hipotesis ketidakpuasan.
3. Mengetahui faktor-faktor tingkat kepentingan dari Kuma Ramen Cipaganti.
4. Mengetahui faktor-faktor tingkat performansi Kuma Ramen Cipaganti.
5. Mengetahui keunggulan dan kelemahan restoran Kuma Ramen Cipaganti dibandingkan dengan kompetitor sejenis di Kota Bandung.
6. Melakukan *Segmentation, Targetting and Positioning* Kuma Ramen Cipaganti.
7. Memberi usulan perbaikan yang dilakukan oleh Kuma Ramen Cipaganti.

7.1 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi tentang latar belakang masalah dan identifikasi masalah untuk mengetahui kemungkinan-kemungkinan penyebab masalah yang terjadi antara konsumen dengan pelayanan restoran atau *cafe*, dalam perumusan masalah dibahas tentang pertanyaan-pertanyaan yang timbul dari masalah diatas dan akan dijawab pada kesimpulan, dalam pembatasan masalah dan asumsi dibahas hal-hal apa saja yang dibatasi sehingga dalam melakukan penelitian cakupannya tidak terlalu luas dalam proses pengerjaan penelitian ini, dalam tujuan penelitian diurai tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, serta sistematika penulisan membahas tentang susunan penulisan yang dilakukan oleh peneliti sehingga laporan ini tersusun secara sistematis dan jelas.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berhubungan langsung dengan penelitian sehingga peneliti dalam menyelesaikan laporan ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Dalam bab ini berisi tentang *flow chart* yang menggambarkan proses penelitian yang dilakukan oleh peneliti dari awal hingga selesai.

Bab 4 Pengumpulan Data

Dalam bab ini berisi tentang data-data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden. Data-data tersebut berupa data kuesioner terhadap perwakilan konsumen.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Pada bab ini berisi pengolahan data oleh peneliti menggunakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner tersebut. Peneliti akan memberikan rekomendasi strategi yang bermanfaat bagi peningkatan terhadap penjualan objek penelitian.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Dalam bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diberikan oleh peneliti dalam hasil penelitian terhadap suatu objek penelitian, sehingga saran tersebut dapat membantu dalam perkembangan restoran tersebut.