

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pada saat ini banyak sekali bisnis di bidang makanan, terutama makanan sunda. Apalagi saat ini Kota Bandung sudah menjadi tujuan utama wisata sehingga menjadikan bisnis makanan sunda yang menjadi makanan ciri khas kota Bandung ini bermunculan dengan cepat. Dengan semakin banyaknya pesaing bisnis makanan sunda mengakibatkan semakin sulit bagi pengusaha bisnis makanan sunda ini untuk mendapatkan konsumen.

Pada jaman sekarang ini kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang harus dimiliki oleh pengusaha bisnis makanan sunda ini sehingga dapat bersaing dengan pengusaha bisnis makanan sunda lainnya. Apabila kepuasan konsumen sudah terpenuhi maka konsumen akan cenderung menjadi pelanggan tetap pada tempat makan tersebut.

Penelitian kali ini dilakukan pada Rumah Makan Sunda Bambu yang memiliki pesaing sejenis yang cukup banyak di daerah sekitar jalan dr. Djunjungan. Rumah makan sunda ini beralamat di jalan dr. Djunjungan no. 168, Bandung. Pada tanggal 8 Agustus 2007 rumah makan tersebut didirikan dengan nama Wibisana 168. Setelah 2 tahun berjalan, berganti nama menjadi Rumah Makan Sunda Bambu dikarenakan kontrak dengan pemilik nama Wibisana sudah berakhir sehingga pemilik rumah makan mengganti nama rumah makan tersebut. Pemilik Rumah Makan Sunda Bambu ini mengeluhkan mengenai banyak pesaing dari bisnis makanan sunda lainnya dan juga ingin mengetahui strategi pemasaran yang seperti apa agar mendapatkan konsumen.

Saat ini penjualan rumah makan sunda tersebut sebesar 2-2,5 juta per hari dan pada saat akhir pekan atau liburan penjualannya mencapai 4-5 juta per hari. Pemilik dari Rumah Makan Sunda Bambu tersebut memiliki target pendapatan sebesar 3-3.5 juta per harinya dan pada saat akhir pekan sebesar 6,5 juta. Target ini ditetapkan berdasarkan penjualan yang pernah dicapai

Rumah Makan Wibisana 168 sebelumnya. Setelah Rumah Makan Wibisana 168 berganti menjadi Rumah Makan Sunda Bambu, target tersebut hanya sesekali tercapai.

### 1.2 Identifikasi Masalah

Dari penelitian pendahuluan dan wawancara yang sudah dilakukan terhadap Rumah Makan Sunda Bambu ini maka faktor-faktor yang mungkin menyebabkan tidak tercapai target pendapatannya adalah :

1. Rumah Makan Sunda Bambu kalah dalam bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan rumah makan sunda lainnya di sekitar jalan dr. Djunjunan.
2. *Segmentation, Targeting, Positioning* dari Rumah Makan Sunda Bambu belum tepat.
3. Rumah Makan Sunda Bambu ini belum mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan sunda.
4. Konsumen tidak puas terhadap Rumah Makan Sunda Bambu.
5. Rumah Makan Sunda Bambu belum lekat di benak konsumen sehingga belum mendapatkan *Brand Image* dari konsumen.
6. Rumah Makan Sunda Bambu belum mengetahui kelemahan dan keunggulan yang dimiliki dibandingkan dengan pesaing sejenis.
7. Strategi bersaing Rumah Makan Sunda Bambu yang belum tepat.
8. Target penjualan terlalu tinggi sehingga tidak dapat dicapai.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah :

- *Brand Image* konsumen terhadap Rumah Makan Sunda Bambu tidak dibahas pada penelitian kali ini.
- Penetapan target penjualan yang sesuai tidak dibahas pada penelitian kali ini.

### 1.4 Perumusan Masalah

Masalah-masalah yang akan dibahas pada penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Siapa yang menjadi pesaing dari Rumah Makan Sunda Bambu dalam persaingan untuk mendapatkan konsumen ?
2. Bagaimana *segmentation, targeting, dan positioning* dari Rumah Makan Sunda Bambu ?
3. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan sunda ?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Sunda Bambu ?
5. Bagaimana posisi dari Rumah Makan Sunda Bambu dibandingkan dengan pesaing sejenis ?
6. Strategi bersaing seperti apa yang harus dilakukan Rumah Makan Sunda Bambu ini agar dapat bersaing sehingga target penjualan tercapai ?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Dari perumusan masalah tersebut maka didapatkan tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Dapat mengetahui pesaing dari Rumah Makan Sunda Bambu dalam persaingan untuk mendapatkan konsumen.
2. Dapat mengetahui *segmentation, targeting, dan positioning* dari Rumah Makan Sunda Bambu.
3. Dapat mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan sunda.
4. Dapat mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Makan Sunda Bambu
5. Dapat mengetahui posisi dari Rumah Makan Sunda Bambu dibandingkan dengan pesaing sejenis.

6. Dapat mengetahui strategi bersaing seperti apa yang harus dilakukan Rumah Makan Sunda Bambu agar mendapatkan pangsa pasar sehingga target penjualan tercapai.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **Bab 1 Pendahuluan**

Pada bab pendahuluan ini dilakukan penelitian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah dan asumsi, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

### **Bab 2 Tinjauan Pustaka**

Pada bab tinjauan pustaka ini akan dibuat landasan teori mengenai hal-hal yang bersangkutan dengan topik dari Tugas Akhir ini yang didapat dari buku mengenai manajemen pemasaran.

### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Pada bab metodologi penelitian ini akan dibuat proses pembuatan dari Tugas Akhir ini dalam bentuk *flowchart* dari awal penelitian sampai akhir penelitian.

### **Bab 4 Pengumpulan Data**

Pada bab ini pengumpulan data ini akan dilakukan peng-inputan semua data yang dibutuhkan dalam membuat Tugas Akhir ini, seperti kuesioner yang sudah diisi dan juga tabel rangkuman dari kuesioner.

### **Bab 5 Pengolahan dan Analisis Data**

Pada bab pengolahan data dan analisis akan dilakukan pengolahan dari data yang sudah didapatkan dan juga melakukan analisis terhadap pengolahan data. Pengolahan yang dilakukan meliputi pengujian validitas dan reliabilitas dari kuesioner kemudian data tersebut diolah dengan menggunakan IPA dan CA. Setelah itu maka dirancang strategi bersaing yang dapat dilakukan oleh Rumah Makan Sunda Bambu untuk mendapatkan konsumen.

**Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Pada bab kesimpulan dan saran ini dibuat kesimpulan dari perumusan masalah yang sudah dibuat dan juga memberikan saran / usulan kepada Rumah Makan Sunda Bambu ini agar mendapatkan konsumen.