

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sekarang ini, kebutuhan masyarakat akan tempat makan dan minum sangat tinggi. Salah satunya adalah *Cafe*, dimana *Cafe* dapat dijadikan tempat ngumpul, ngobrol sekalian makan dan minum. Mengingat saat ini semakin padatnya masyarakat yang memilih *Cafe* sebagai tempat bertemu, ngumpul ataupun ngobrol yang ada di kota Bandung, sehingga banyak orang yang berpikiran untuk mendirikan *Cafe*. Akan tetapi semakin banyaknya bidang usaha *Cafe* yang berdiri mengakibatkan persaingan usaha di bidang *Cafe* semakin tinggi, sehingga perlu dilakukan perbaikan-perbaikan sistem manajemen agar memiliki nilai lebih dimata masyarakat.

Topik Tugas Akhir ini diambil karena semakin banyaknya usaha-usaha *Cafe* yang berdiri di kota Bandung saat ini. *Friend Cafe* merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang usaha *Cafe* yang ada di kota Bandung. *Friend Cafe* ini berdiri sekitar bulan November tahun 2008, yang berada di Jl. By Pass Metro Indah Mall Blok Parkir Timur Bandung. *Friend Cafe* menawarkan jenis-jenis masakan seperti Fillet Kakap Panggang, *Steak* Daging Saus Jamur, *Salad* Kentang Sayuran, *Spagethi With Meatballs*, *Omelet* Keju, *Mun* Tahu, Tahu Cah, Roti gulung Sosis, Roti Bakar, Basso, Gurami Asam Manis, Ayam Cah Jamur, dan sebagainya. Sedangkan jenis minuman yang ditawarkan seperti *Mokael Juice*, *Avocado Juice*, *Orange Juice*, *Softdrink*, dan sebagainya.

Pada awal berdirinya *Friend Cafe*, pembeli yang datang cukup ramai setiap harinya, akan tetapi sejak akhir tahun 2009 sampai dengan Juni 2010 omset yang diperoleh *Friend Cafe* menurun secara bertahap. Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan Bapak Herman, SH. selaku pemilik dari *Friend Cafe*, saat ini perusahaan sedang mengalami penurunan penjualan, yaitu dari omset sekitar Rp 75.000.000/bulan menjadi sekitar Rp 52.000.000/bulan atau sekitar 30%. Hal ini

disebabkan karena semakin maraknya usaha-usaha sejenis yang muncul di kota Bandung.

Dengan melihat permasalahan yang terjadi di *Friend Cafe* saat ini, maka peneliti ingin menganalisis penyebab masalah yang terjadi, dan mengetahui serta mengusulkan strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Friend Cafe* agar penjualan dapat ditingkatkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Sampai saat ini, jenis bidang usaha yang sama seperti *Friend Cafe* semakin bertambah jumlahnya di kota Bandung, yang mengakibatkan *Friend Cafe* mengalami persaingan yang cukup berat. Penurunan pendapatan yang terjadi dapat diakibatkan oleh berkurangnya pembeli yang datang untuk membeli/memesan makanan ataupun minuman di *Friend Cafe*. Faktor-faktor yang mungkin menjadi penyebab turunnya penjualan adalah sebagai berikut :

1. Banyaknya pesaing dalam bidang usaha yang sama, yang ada di kompleks Metro Indah Mall.
2. Strategi pemasaran *Friend Cafe* tidak tepat.
3. Belum diketahuinya kelemahan-kelemahan *Friend Cafe* dibandingkan dengan pesaingnya.
4. Belum diketahuinya hal-hal apa saja yang dianggap penting oleh konsumen *Cafe*.
5. Konsumen tidak puas terhadap *Friend Cafe*.
6. Letak *Friend Cafe* yang kurang strategis.
7. Lahan parkir yang dimiliki *Friend Cafe* kurang luas.
8. Belum tersedianya fasilitas *hotspot* di *Friend Cafe*.

1.3 Pembatasan Masalah

Didalam analisis persaingan memiliki dimensi yang sangat luas, sehingga dalam melakukan penelitian diperlukan pembatasan agar pembahasan dan penarikan kesimpulan dapat dilakukan dengan lebih terarah. Untuk analisis persaingan telah dibatasi sebagai berikut:

1. Lokasi Friend Cafe tidak dibahas.
2. Luas lahan parkir tidak dibahas.
3. Ketersediaan fasilitas *hotspot* tidak dibahas.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah dilakukan penelitian pendahuluan dan mengidentifikasi masalah yang terjadi di *Friend Cafe*, maka dirumuskan permasalahan yang dihadapi oleh *Friend Cafe* adalah sebagai berikut:

1. Bagaimanakah hasil *Segmentation, Targeting, Positioning Friend Cafe* dari hasil penelitian yang baru?
2. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan dari *Friend Cafe* dibandingkan dengan *Cafe* para pesaingnya?
3. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Cafe*?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja *Friend Cafe*?
5. Usulan perbaikan bagaimana yang akan diberikan kepada pihak *Friend Cafe* agar dapat menarik kembali minat pelanggan untuk makan dan minum di *Friend Cafe*?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui hasil *Segmentation, Targeting, Positioning Friend Cafe* dari hasil penelitian yang baru.
2. Mengetahui faktor-faktor yang menjadi kelebihan dan kelemahan dari *Friend Cafe* dibandingkan dengan *Cafe* para pesaingnya.
3. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Cafe*.
4. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap hasil kinerja *Friend Cafe*.

5. Mengetahui usulan perbaikan bagaimana yang akan diberikan kepada pihak *Friend Cafe* agar dapat menarik kembali minat pelanggan untuk makan dan minum di *Friend Cafe*.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1. Pendahuluan

Berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

Bab 2. Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendasari segala prinsip-prinsip dan aturan penulis untuk mendukung penelitian dalam menyelesaikan masalah yang terjadi.

Bab 3. Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang uraian langkah-langkah penelitian dari awal sampai dengan selesai, dengan menggunakan diagram alir atau *flowchart* agar lebih sistematis dan terarah.

Bab 4. Pengumpulan Data

Bab ini berisi tentang data-data umum *Friend Cafe*, serta data dari hasil penyebaran kuesioner penelitian dalam Tugas Akhir yang dilakukan.

Bab 5. Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi tentang pengolahan data berdasarkan hasil penyebaran kuesioner penelitian yang dilakukan sebelumnya dan kemudian melakukan analisis serta memberikan usulan perbaikan untuk mengatasi masalah yang terjadi.

Bab 6. Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan, sebagai jawaban dari perumusan masalah yang diuraikan pada bab1 (pendahuluan), dan berisi saran yang akan ditujukan kepada perusahaan.