

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Dalam dewasa ini dalam merintis industri makanan dan minuman sangat penting mengetahui apa saja yang diinginkan oleh konsumen yang berkenaan dengan produk/jasa, kinerja serta kualitas dari bahan yang digunakan dan hal-hal yang perlu diperhatikan lebih dalam adalah kualitas produk, tempat penjualan, harga, dan promosi produk tersebut. Kualitas produk dan pelayanan telah menjadi bagian penting dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing dari sebuah industri makanan dan minuman. Suatu perusahaan dapat maju apabila produk yang dihasilkan senantiasa mendapat respon yang positif dari konsumen. Dengan kata lain, konsumen tidak banyak pertimbangan ketika ia memutuskan untuk melakukan datang ketempat kita menjual produk dan melakukan pembelian terhadap produk tersebut. Untuk menuju ke arah tersebut, perusahaan harus mampu untuk dapat menciptakan produk dan pelayanan yang berkualitas dengan harga yang terjangkau dan memiliki kemudahan dalam mendapatkan produk agar dapat mendorong konsumen melakukan proses keputusan pembelian.

Banyak perusahaan-perusahaan dalam menjalankan usahanya berjalan tidak lancar, hal ini salah satu penyebabnya adalah strategi pemasaran yang dimiliki dalam mengenalkan dan menjual produk dan atau jasa yang ditawarkan kepada konsumen kurang baik serta pelayanan yang diberikan kurang memuaskan konsumen. Pemasaran memegang suatu peranan yang sangat penting dan vital dalam sebuah perusahaan, sebab itu banyak perusahaan berupaya untuk dapat menentukan strategi pemasaran, karena penentuan dan penyesuaian strategi pemasaran sangat dibutuhkan dalam menjamin sebuah perusahaan dapat tetap bertahan dalam menjalankan usahanya.

*Bandoengsche Melk Centrale* (BMC) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang produksi makanan dan minuman, BMC pusat terdapat di jalan Aceh No. 30, Bandung dan memiliki beberapa cabang di Bandung salah satunya BMC cabang PVJ (Paris Van Java) Mall mulai berdiri di PVJ Mall pada bulan November 2008 yang berlokasi di Jl. Sukajadi No. 137-139 Bandung. Berdasarkan wawancara kepada manager restoran dan cafe BMC yang terletak di Mall PVJ yaitu bapak Boni, maka dapat diketahui masalah yang ada, yaitu terjadi penurunan penjualan secara keseluruhan dimana hanya mencapai 70% perbulannya pada tahun 2011 dan , hal ini ditandai dengan jumlah kedatangan konsumen yang berkurang untuk setiap harinya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari penelitian pendahuluan yang telah dilakukan, diketahui faktor-faktor penyebab masalah yang ada di *BMC Cafe* , yaitu:

1. Adanya ketidakpuasan konsumen BMC Cafe Mall PVJ
2. Terdapat banyak pesaing dalam usaha yang sejenis, khususnya yang berada di PVJ Mall sehingga tidak dapat bersaing dengan *cafe* yang sejenis dan kurang mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada sehingga tidak dapat menggunakan peluang yang ada.
3. Tidak diketahuinya *Segmentation, Targeting, Positioning* dari *BMC Cafe* Mall PVJ yang tepat.
4. Tidak diketahui apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih *Cafe*.
5. Daya beli dari konsumen mengalami penurunan.

## 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 utama diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner pendahuluan dan wawancara kepada beberapa pengunjung *BMC Cafe* Mall PVJ,

sehingga pesaing-pesaing yang berada disekitar lokasi objek pengamatan tidak diperhitungkan dan diamati. Pesaing yang diteliti yaitu Cafe Halaman menjadi pesaing cafe dan restoran ini dipilih karena cafe ini lebih sering dikunjungi oleh konsumen dengan jumlah konsumen yang lebih banyak dibandingkan *BMC Cafe Mall PVJ* dan memiliki varian dan jenis makanan yang sama dengan *BMC Cafe Mall PVJ*.

2. Tidak membahas daya beli dari konsumen mengalami penurunan.
3. Konsumen yang diteliti hanya yang pernah mengunjungi dan makan di *BMC Cafe Mall PVJ*, Bandung.

#### 1.4 Perumusan Masalah

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

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih sebuah *Cafe* ?
2. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja *BMC Cafe Mall PVJ* dari hasil penelitian yang dilakukan?
3. Bagaimana *Segmentation, Targeting, Positioning BMC Cafe Mall PVJ* dari hasil penelitian yang baru?
4. Bagaimanakah kelebihan dan kelemahan dari *BMC Cafe Mall PVJ* dibandingkan dengan *Cafe* pesaingnya?
5. Usulan strategi pemasaran yang bagaimana yang akan diberikan kepada pihak *BMC Cafe Mall PVJ* agar dapat menarik kembali minat pelanggan dan agar dapat mencapai target penjualan yang diinginkan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

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

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Cafe*.

2. Mengetahui kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap kinerja yang diberikan *BMC Cafe Mall PVJ*.
3. Mengetahui hasil dari *Segmentation, Targeting, Positioning BMC Cafe Mall PVJ* dari hasil penelitian yang baru.
4. Mengetahui kelebihan serta kelemahan dari *BMC Cafe Mall PVJ* dibandingkan dengan *Cafe* pesaingnya.
5. Mengetahui usulan perbaikan strategi pemasaran seperti yang akan diberikan kepada pihak *BMC Cafe Mall PVJ* agar dapat menarik kembali minat pelanggan dana agar dapat mencapai target penjualan yang diinginkan.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengukuran, penganalisan, 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.