

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Restoran adalah bisnis yang cukup berkembang pesat pada saat ini, persaingan antar restoran pun semakin ketat. Dampak dari persaingan yang terjadi ini adalah restoran-restoran saling berlomba untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan juga bersaing dalam menentukan harga menu yang kompetitif. Beberapa restoran telah menggunakan strategi pemasaran yang umum dilakukan yaitu dengan melakukan promosi secara langsung dihadapan calon pelanggan dan menyebarkan brosur di berbadai tempat.

Keadaan ini akan bertambah sulit dengan adanya persaingan yang semakin ketat antar restoran yang menjual makanan dan minuman sejenis. Restoran di harapkan mampu mengetahui dan menganalisis semua hal yang menjadi dasar keinginan konsumen dalam melakukan pembelian terhadap suatu restoran. Menurut *Philip dan Gary* (2001,23) konsep pemasaran dapat mencapai tujuan organisasi tergantung pada penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran yang memuaskan pelanggan secara lebih efektif dan efisien dari pada yang dilakukan oleh pesaing.

Restoran Wakaka merupakan salah satu restoran yang berlokasi di *mall Paris Van Java* (PVJ), Bandung. Restoran Wakaka bergerak dalam bidang jasa boga yang menyediakan beraneka ragam makanan asia dari berbagai belahan negara asia (*Chinese, Vietnam, Thailand, Malaysia, Indonesia*).

Berdasarkan wawancara kepada pemilik restoran Wakaka, dengan Ibu Yuliana diperoleh informasi mengenai keadaan yang dialami restoran Wakaka. Saat ini restoran Wakaka belum melakukan strategi pemasaran yang baik, pemasaran yang dilakukan hanya mengandalkan uji coba saja. Target penjualan Restoran Wakaka hanya mencapai 70% (angka rupiah dirahasiakan) terhadap pendapatan bersih per tahun. Pada tahun kedua target penjualan restoran Wakaka hanya terpaut kenaikan sebesar 5%.

Restoran Wakaka memulai usaha restoran ini sejak pertengahan kuartal tahun 2011, dan melakukan renovasi pertama kali awal bulan febuari 2013 dan mencoba untuk fokus menjual makanan korea. Restoran Wakaka sendiri belum tahu target pasar yang ingin dicapai dan peringkat konsumen di benak masyarakat.

Dengan mempertimbangkan begitu pentingnya strategi pemasaran yang baik dan menentukan target pasar yang agar tepat sasaran, dilakukan penelitian dengan judul “Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus: Restoran Wakaka, di Mall Paris Van Java, Bandung)”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan pemilik restoran Wakaka, maka dapat diidentifikasi hal-hal yang menyebabkan belum tercapainya target penjualan, antara lain sebagai berikut:

1. Terdapat pesaing yang sama - sama bergerak dibidang jasa boga.
2. Restoran Wakaka belum melakukan strategi pemasaran dengan baik.
3. Restoran Wakaka belum menemukan target pasar yang tepat sasaran.
4. Restoran Wakaka belum mengetahui target pasar dan karakteristik konsumen yang melakukan pembelian di restoran Wakaka.
5. Restoran Wakaka belum mengetahui bagaimana kinerja restoran menurut penilaian konsumen.
6. Restoran Wakaka tidak mencapai target penjualan yang diinginkan berdasarkan pendapatan bersih pertahun.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih jelas dan terarah, maka dibutuhkan pembatasan masalah dan asumsi. Pembatasan masalah yang digunakan antara lain adalah:

1. Penelitian dilakukan di wilayah Kota Bandung.
2. Responden dibatasi hanya konsumen di *mall Paris Van Java*, Bandung.
3. Restoran yang dijadikan sebagai pesaing dari restoran Wakaka hanya restoran yang sejenis terletak *mall Paris Van Java*, Bandung

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hal-hal atau atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih restoran?
2. Apakah yang menjadi segmentasi, targetting, dan positioning restoran Wakaka?
3. Bagaimana posisi restoran Wakaka di benak konsumen dibanding restoran pesaing berdasarkan atribut-atribut yang mempengaruhi konsumen dalam memilih restoran?
4. Usulan strategi pemasaran apa yang dapat diberikan upaya pencapaian target penjualan restoran Wakaka ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian adalah:

1. Mengetahui hal-hal atau atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dari sebuah restoran
2. Menentukan segmentasi, *positioning*, dan *targeting* dari restoran Wakaka.
3. Mengetahui posisi restoran Wakaka di benak konsumen dibanding restoran pesaing berdasarkan faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih restoran.
4. Dapat memberikan usulan strategi pemasaran untuk mencapai target penjualan restoran Wakaka

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 penyedia jasa, 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 pemilik restoran yang diteliti agar restoran dapat mencapai target penjualan yang diinginkan.