

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, dalam mendirikan suatu industri makanan atau minuman harus mementingkan apa yang menjadi keinginan dari konsumen. Keinginan konsumen tersebut dapat mencakup berbagai hal yang berkenaan dengan produk makanan atau minuman yang dihasilkan, seperti bahan pembuatannya, rasa yang dihasilkan, tempat penjualan, harga, pelayanan yang diberikan saat membeli, dan promosi. Meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan bisa menjadi strategi baik dalam memasarkan suatu produk. perusahaan harus mampu menciptakan suatu produk yang bisa menjangkau konsumen baik secara harga maupun kualitas sehingga konsumen bersedia membeli produk tersebut.

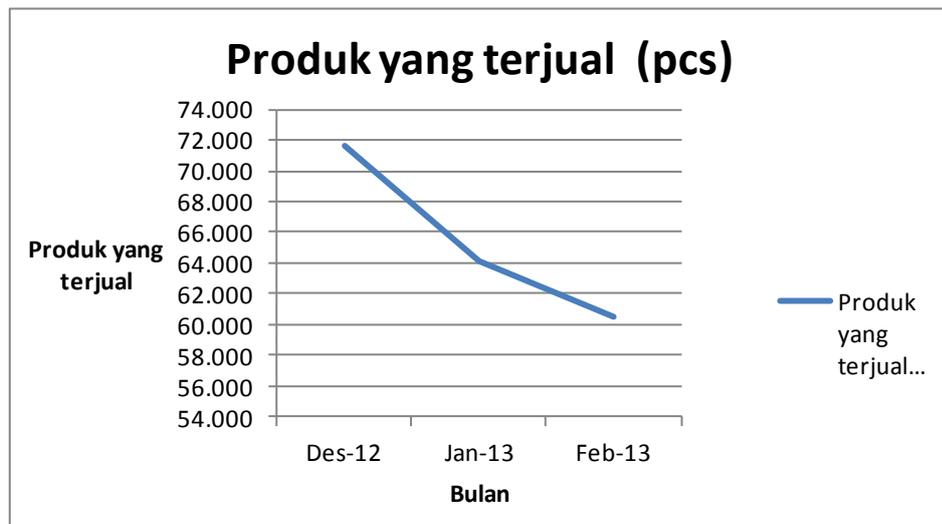
Banyak perusahaan yang kurang menyadari arti penting strategi pemasaran. Mereka menjual produk yang kurang menarik dan dengan pelayanan yang kurang memuaskan sehingga konsumen menjadi tidak puas terhadap produk tersebut. Strategi pemasaran merupakan strategi yang penting dimengerti ketika ingin mendirikan industri. Oleh karena banyak perusahaan yang sangat berusaha menemukan strategi pemasaran yang cocok untuk menjual produk perusahaannya karena beranggapan bahwa pemasaran menjadi penentu suatu perusahaan bisa bertahan atau tidak.

Toko Kue Westhoff merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri makanan dan minuman. Toko ini menyediakan kue tradisional dan beberapa jenis minuman ringan dan tradisional. Toko ini awalnya berdiri di jalan Westhoff Bandung dan nama jalan Westhoff yang digunakan sebagai nama toko kue tersebut. Tahun 2009 berdiri di Setrasari *Mall*.

Berikut adalah data penjualan yang mengalami adanya penurunan :

Tabel 1.1
Data Penjualan Toko Kue Westhoff Setrasari Mall Des 2012 – Feb 2013

Bulan	Produk yang terjual (pcs)
Des-12	71.661
Jan-13	64.076
Feb-13	60.528



Gambar 1.1
Grafik Data Penjualan Kue Westhoff Setrasari Mall Des 2012 – Feb 2013

1.2 Identifikasi Masalah

Kemungkinan faktor penyebab penurunan penjualan yang terjadi terhadap produk kue Westhoff adalah sebagai berikut:

1. Strategi pemasaran yang kurang tepat ke konsumen sehingga banyak konsumen yang belum mengenal produk toko Kue Westhoff.
2. Toko Kue Westhoff belum mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* yang tepat.
3. Konsumen tidak puas terhadap performansi toko Kue Westhoff

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar dalam penelitian tidak membahas terlalu luas sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian. Batasan masalah yang digunakan adalah :

1. Konsumen yang diteliti adalah konsumen yang pernah membeli kue di toko Kue Westhoff Setrasari *Mall*
2. Membahas mengenai strategi pemasaran toko Kue Westhoff

1.4 Perumusan Masalah

Hal-hal yang menjadi perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana segmentasi, *targeting*, dan *positioning* toko Kue Westhoff?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk toko Kue Westhoff?
3. Variabel apa saja yang dianggap penting oleh konsumen toko Kue Westhoff?
4. Bagaimana usulan strategi pemasaran perusahaan toko Kue Westhoff agar dapat meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Hal-hal yang menjadi tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi segmentasi, *targeting*, dan *positioning* toko Kue Westhoff.
2. Mengidentifikasi tingkat kepuasan konsumen terhadap produk toko Kue Westhoff.
3. Mengidentifikasi variabel yang penting dalam memilih sebuah toko kue jajanan pasar.
4. Mengidentifikasi usulan strategi pemasaran toko Kue Westhoff agar dapat meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 STUDY PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, yaitu segmentasi, *targeting*, *positioning*, bauran pemasaran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji hipotesis ketidakpuasan, matriks IPA.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang *flow chart* (prosedur penelitian) dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flow chart*.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang cara pengumpulan data melalui kuesioner, dimulai dari penentuan jumlah sampel, variabel, sampai penyusunan kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang pengolahan data dan analisis, mulai dari persentase segmentasi, uji validitas dan reliabilitas, Uji Hipotesis Ketidakpuasan, matriks IPA, prioritas perbaikan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran yang berguna untuk memenangkan persaingan.