

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era globalisasi ini perkembangan industri dunia semakin berkembang, tidak terlepas dari perkembangan industri makanan di Indonesia khususnya di kota Bandung. Semua industri makanan dari skala besar, menengah sampai kecil berlomba-lomba untuk menciptakan ide-ide yang inovatif yang merupakan strategi untuk dapat bersaing dan bertahan terhadap pesaingnya.

Supaya dapat bertahan dalam industri makanan produsen harus mengetahui apa yang diinginkan konsumen, seperti kualitas produk. Kualitas produk merupakan hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen. Pelayanan juga tidak terlepas dari sorotan konsumen dimana pelayanan yang baik akan menjadi suatu nilai tambah untuk menarik minat konsumen. Selain kualitas dan pelayanan yang diberikan, pemasaran produk merupakan hal yang mendasar dan penting agar usaha dapat bertahan.

Banyak usaha makanan yang mengalami kendala dalam menjalankan usahanya, hal ini disebabkan oleh pelayanan yang diberikan kurang memuaskan konsumen serta strategi pemasaran yang dimiliki dalam memperkenalkan dan memasarkan produk kepada konsumen kurang baik. Pemasaran memiliki peranan yang sangat penting dan vital dalam sebuah usaha, oleh karena itu banyak perusahaan berusaha untuk dapat menentukan strategi pemasaran yang efektif.

Rumah Imoet merupakan salah satu usaha yang bergerak dalam industri makanan, berdiri pada bulan Juli tahun 1998 yang berlokasi di jalan Setiabudi No. 175 dan pada tanggal 1 Januari tahun 2008 pindah ke jalan Setiabudi No. 194, Bandung. Usaha ini menawarkan menu utama surabi dalam berbagai varian rasa. Berdasarkan hasil wawancara dengan

pemilik Rumah Imoet, masalah yang dialami adalah penurunan penjualan. Setelah pindah lokasi, penjualan surabi Rumah Imoet langsung menurun. Penurunan paling drastis terjadi dari tahun 2011 sampai 2012 yaitu terjadi penurunan sebesar 10%-15% tiap tahunnya dari total penjualan tahun 2010. Hal inilah yang mendasari terjadinya penelitian ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Perkiraan terjadinya penurunan penjualan yang terjadi pada Rumah Imoet adalah sebagai berikut:

1. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk dan pelayanan Rumah Imoet.
2. Rumah Imoet tidak mengetahui apa yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli surabi.
3. Rumah Imoet tidak mengetahui siapa yang menjadi target pasarnya.
4. Strategi pemasaran yang kurang tepat ke konsumen.
5. Rumah Imoet tidak dapat bersaing terhadap pesaingnya.
6. Daya beli konsumen yang menurun.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar dalam penelitian tidak membahas terlalu luas sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian. Adapun pembatasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Makanan yang diteliti hanyalah surabi saja.
2. Pesaing utama Rumah Imoet adalah Warung Setiabudi, diketahui dari wawancara dengan pemilik dan beberapa pengunjung Rumah Imoet.
3. Daya beli konsumen tidak dibahas pada penelitian ini.

1.4 Perumusan Masalah

Hal-hal yang menjadi perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana segmentasi, *targeting*, dan *positioning* Rumah Imoet?

2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Rumah Imoet?
3. Bagaimana kelebihan dan kekurangan Rumah Imoet dari pesaingnya?
4. Usulan strategi pemasaran yang bagaimana yang akan diberikan kepada Rumah Imoet agar dapat memenangkan persaingan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah disebutkan diatas, maka tujuan penelitian yang dikemukakan oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Mengusulkan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* Rumah imoet.
2. Memberikan informasi mengenai kepuasan yang dirasakan konsumen terhadap produk Rumah Imoet.
3. Memberikan informasi mengenai kelebihan dan kekurangan produk Rumah Imoet dibanding pesaingnya.
4. Memberikan usulan strategi pemasaran Rumah Imoet agar dapat memenangkan persaingan.

1.6 Sistematika Penelitian

Laporan penulisan tugas akhir ini disusun sedemikian rupa, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas. Laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah yang dihadapi, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori, prinsip-prinsip, serta aturan-aturan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian dan pembahasan masalah.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian yang sistematis yang berguna dalam memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Pada bab ini dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini 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

Bab ini berisikan tentang pengolahan data serta uraian analisis terhadap hasil pengolahan data yang didapatkan dari perhitungan yang didapat dari pengumpulan data. Dalam bab ini juga peneliti akan memberikan usulan kepada perusahaan tentang hasil yang didapat agar dapat meningkatkan penjualan dan memecahkan permasalahan yang terjadi diperusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran untuk peneliti selanjutnya dalam memecahkan masalah yang dihadapi.