

BAB I

PENDAHULUAN

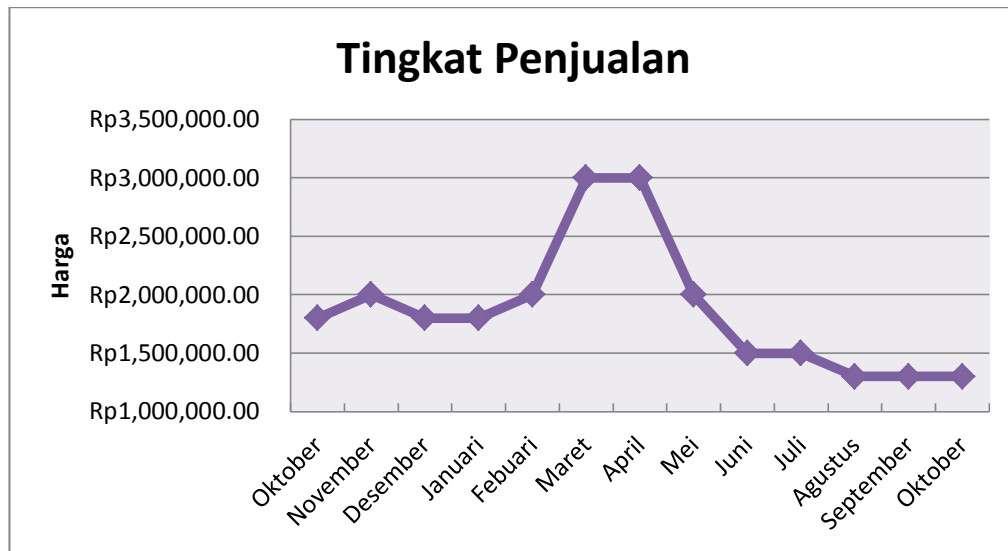
1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan meningkatnya kesibukan seseorang sekarang ini sehingga seseorang tidak memiliki banyak waktu untuk melakukan hal lain selain pekerjaannya, bahkan untuk makan, sehingga sekarang kebanyakan orang mulai menginginkan makanan yang tidak memerlukan waktu untuk menunggu lama namun juga enak. Dengan adanya keinginan konsumen tersebut maka sekarang banyak terdapat rumah makan yang menyediakan menu yang cepat saji. Salah satu rumah makan yang menyediakan makanan khas Indonesia siap saji adalah rumah makan Padang.

Rumah makan Padang Bahagia yang selanjutnya akan disingkat RM Padang Bahagia adalah rumah makan Padang yang akan diteliti. RM Padang Bahagia ini didirikan pada bulan Oktober tahun 2013 dan berlokasi di Jl.Prof.drg.Suria Sumantri No. 83 Bandung. Lokasi RM Padang Bahagia sekarang merupakan tempat yang strategis karena berada di seberang Universitas Kristen Maranatha sehingga terdapat banyak mahasiswa-mahasiswa dan karyawan-karyawan Universitas Kristen Maranatha yang berada di daerah sekitar jalan tersebut.

Menurut Bapak Yos Rizal selaku pemilik RM Padang Bahagia, masalah yang dihadapi oleh RM Padang Bahagia ini adalah menurunnya omset penjualan dari bulan ke bulan. Pada awal didirikan RM Padang Bahagia, omset semula yang diperoleh RM Padang Bahagia dari bulan Oktober 2013 adalah Rp. 1.800.000,- sampai dengan Rp. 2.500.000,- per hari. Dan perlahan-lahan omset penjualan RM Padang Bahagia mengalami peningkatan omset penjualan sampai dengan bulan April yaitu Rp. 3.000.000,- sampai dengan Rp. 3.500.000,- per hari. Tetapi pada bulan Mei omset penjualan RM Padang Bahagia mulai menurun drastis yaitu Rp. 2.000.000,- sampai dengan Rp. 2.500.000,- per hari. Kemudian pada bulan Juni dan Juli omset penjualan RM Padang Bahagia mengalami penurunan hingga Rp. 1.500.000,- sampai dengan Rp. 2.000.000,- per hari. Hingga sampai pada 3 bulan terakhir yaitu pada bulan Agustus – Oktober 2014 RM Padang Bahagia

mengalami penurunan omset yang tidak pernah dialami sebelumnya yaitu Rp. 1.300.000 sampai dengan Rp. 1.800.000,- per hari. Dan apabila masalah ini dibiarkan terus maka RM Padang Bahagia milik Pak Yos Rizal akan mengalami penurunan keuntungan yang bisa mengakibatkan rumah makan Padang ini ditutup.



Gambar 1.1
Data Tingkat Penjualan

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertimbangan kondisi pasar dimana target yang ditetapkan oleh Bapak Yos Rizal yang seringkali tidak tercapai, maka faktor yang mungkin menyebabkan tidak tercapainya target tersebut antara lain:

1. RM Padang Bahagia tidak mampu bersaing dengan rumah makan Padang lain yang merupakan pesaing handal di Jl.Prof.drg.Suria Sumantri, Bandung.
2. RM Padang Bahagia ini masih kurang diketahui oleh masyarakat karena RM Padang Bahagia ini tergolong sebagai rumah makan baru.
3. Belum diketahuinya faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih rumah makan Padang.
4. Belum diketahuinya profil konsumen pada RM Padang Bahagia, sehingga target pasar belum diketahui
5. RM Padang Bahagia belum mengetahui strategi persaingan yang tepat dalam menjalankan bisnisnya.
6. Konsumen merasa kurang puas terhadap RM Padang Bahagia.

7. Adanya tempat makan alternatif lain selain rumah makan Padang seperti kantin, *foodcourt* dan jajanan tepi jalan.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Akibat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain:

1. Rumah makan yang akan dijadikan sebagai pesaing dari RM Padang Bahagia hanya rumah makan Padang.
2. Tidak dilakukan penelitian terhadap kantin, *foodcourt* dan jajanan tepi jalan.
3. Rumah makan Padang baru tidak menjadi pesaing.

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Apa saja faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan Padang?
2. Bagaimana tingkat performansi RM Padang Bahagia menurut konsumen?
3. Bagaimana kelebihan dan kelemahan atribut bauran pemasaran yang dimiliki RM Padang Bahagia dibandingkan dengan pesaingnya?
4. Siapa yang menjadi target pasar RM Padang Bahagia?
5. Bagaimana *positioning* yang diusulkan dari RM Padang Bahagia?
6. Apa saja strategi persaingan yang dapat dilakukan oleh RM Padang Bahagia agar dapat meningkatkan pendapatan penjualannya?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih rumah makan Padang.
2. Untuk mengetahui tingkat performansi RM Padang Bahagia menurut konsumen.

3. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan RM Padang Bahagia dibandingkan dengan pesaingnya.
4. Untuk mengetahui target pasar RM Padang Bahagia.
5. Untuk mengetahui dan mengusulkan *positioning* RM Padang Bahagia.
6. Untuk mengetahui strategi persaingan seperti apa yang harus dilakukan oleh RM Padang Bahagia.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2: STUDI PUSTAKA

Berisikan teori-teori yang digunakan sebagai dasar untuk menjelaskan berbagai macam hal yang digunakan di dalam penelitian.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Berisikan urutan langkah yang dilakukan dalam pembuatan laporan ini dari awal sampai akhir yang dibuat dalam bentuk diagram alir dan berisi penjelasannya.

BAB 4: PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi data umum perusahaan dan data-data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

BAB 5: PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan.