

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini perkembangan ekonomi dan teknologi telah mengalami kemajuan yang sangat pesat dan mengakibatkan berbagai dampak bagi perkembangan lingkungan bisnis global. Salah satu dampak yang terjadi dirasakan oleh perusahaan sebagai pelaku bisnis dimana semakin banyak perusahaan pesaing yang bermunculan. Hal ini mengakibatkan pasar barang dan jasa semakin terbuka, mudah dimasuki dan lebih inovatif, sehingga menuntut perusahaan untuk mengarahkan orientasi bisnisnya dari yang semula hanya tertuju ke lingkungan domestik menjadi lebih terbuka ke lingkungan global.

Hal tersebut mengakibatkan dunia usaha di Indonesia untuk lebih siap berhadapan dengan lingkungan bisnis global yang penuh dengan persaingan. Contohnya yang tergambar dengan jelas terjadi pada perkembangan usaha café dan restoran yang semakin banyak di kota Bandung. Di daerah kota dan kabupaten Bandung sangat memiliki potensi untuk berkembangnya bisnis kuliner, karena diketahui bahwa di kota/kabupaten Bandung memiliki pangsa pasar yang sangat banyak yang menentukan banyaknya permintaan mengenai kuliner tersebut, baik penduduk lokal maupun wisatawan yang berkunjung ke Kota/Kabupaten Bandung. Jumlah perkembangan restoran, dan café di daerah Kota/Kabupaten Bandung dapat dilihat pada tabel di bawah ini pada tahun 2009/2010.

Tabel 1.1
Data Jumlah Café di Kota/Kab Bandung 2009/2010

Kota/ Kab. Bandung	Tahun	Jumlah	
		Café	Restoran
Kota/ Kab. Bandung	2009/2010	83	330

Sumber: data PHRI 2009/2010

Dari data di atas dapat diketahui bahwa adanya penambahan jumlah restoran, rumah makan, dan café di kota/kabupaten Bandung. Tiap restoran, dan café memiliki pertumbuhan yang sangat tinggi di tahun 2009/2010.

Salah satu contoh perkembangan café saat ini terdapat di kota Bandung. Kota Bandung telah terkenal dengan wisata kulinernya. Hampir di setiap sudut kota terdapat sajian makanan dan minuman yang menggugah selera. Akan tetapi tidak hanya di daerah perkotaan saja, di daerah pedalaman kota Bandung pun telah terdapat banyak jenis café, salah satunya adalah daerah Dago.

Dahulu daerah ini merupakan lahan penghijauan dan dijadikan daerah tempat serapan air. Tetapi akhir 1990 hingga sekarang daerah ini atmosfirnya telah berubah dengan adanya pengembangan perumahan oleh para developer. Banyaknya perumahan ini mengakibatkan banyak munculnya café. Adapun beberapa café yang muncul di kawasan Dago diantaranya sebagai berikut:

Tabel 1.2
Data café di Kawasan Dago (yang Dekat Dari Pusat Kota)

No.	Nama Café	Alamat
1.	Garden café	Jln. Taman Sari No. 92 Telp. 022-2512350
2.	Tamani cafe	Jln. Ir. H. Juanda No.7-9
3.	Dago Terrace	Jln. Ir. H. Juanda No. 137, Telp. 022-2530696
4.	Sahara Bistro&Café	Jln. Ir. H. Juanda No. 139A
5.	Tizi kafe&resto	Jln. Kidang pananjung 3 Dago
6.	Dago Tea House	Jln. Bukit Dago Selatan No. 53
7.	The island jazz café	Jln. Ir. H. Juanda No.14 Dago Cobleng Bandung
8.	Dante café	Jln. Ir. H. Juanda No. 353 Telp. 022-4261138
9.	Warung Pasta	Jln. Ganesha No. 3 Bandung Telp 022-2500416
10.	Manga café	Jln. Tubagus Ismail No. 2F Telp. 022-2517387

Sumber: data hasil pra survey 2011

Tabel 1.3
Data café di Kawasan Dago (yang Jauh Dari Pusat Kota)

No	Nama Café	Alamat
1.	Kopi Ireng	Jl. Bukit Pakar Timur No. 1 Bandung Telp: 022 - 91156299
2.	Paras Dago café	Jl. Bukit Pakar II No. 353 Telp: 022-2503214
3.	Lavita café	Jl. Bukit Pakar Timur IV Telp: 022-2531001
4.	Mc. Nzi	Jl. Bukit Pakar Timur No. 73 Telp: 2531030
5.	Lisung	Jl. Dago Pakar Timur III Telp: 022 2536225
6.	Lanterana	Jl. Rancakendal No.11 Telp: 022 2502523
7.	Rumah Payung Café & Resto	Jl. Rancakendal Luhur 99 Dago Telp: 022 – 2505442
8.	Roemah Kopi	Jl. Rancakendal Luhur 9 Dago Telp: 022 2512613
9.	Congo SolidWood	Jl. Rancakendal luhur No. 8 Bandung Telp: 022 2531065
10.	The Stone Café	Jl. Rancakendal luhur No.5 Bandung Telp: 022 2500577

Sumber: data hasil pra survey 2011

Mulyadi dan Johny Styawan (2001:2) mengemukakan bahwa pada dasarnya tujuan bersama yang ingin di wujudkan oleh organisasi adalah penciptaan kekayaan. Alasan-alasan tersebut membuat organisasi dapat dikatakan sebagai institusi penciptaan kekayaan (*wealth creating- institution*). Melalui

kekayaan yang berhasil diciptakan maka organisasi akan mampu memberikan kesejahteraan bagi semua pihak yang menaruh kepentingan terhadap organisasi (*stake holders*).

Tujuan organisasi perusahaan dalam suatu perekonomian yang penuh persaingan untuk meningkatkan volume penjualan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap tingkat keuntungan atau laba sesuai dengan pertumbuhan organisasi perusahaan dalam jangka panjang.

Kegiatan promosi adalah kegiatan yang bertujuan untuk mengkomunikasikan produk perusahaan kepada konsumen untuk meningkatkan volume penjualan. Untuk melaksanakan kegiatan promosi yang efektif, perusahaan harus memperhatikan bagian dari kegiatan promosi yaitu biaya promosi yang merupakan indikator dari kegiatan promosi.

Jadi untuk merangsang minat konsumen akan suatu barang atau jasa, para pengusaha/pengelola (pada cafe) harus meningkatkan anggaran/biaya untuk promosi. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Vincent Gaspersz (2001:18)

Jika anggaran untuk iklan dari suatu produk yang ditawarkan meningkat/menurun, maka kuantitas permintaan barang atau jasa X akan meningkat/menurun (*ceteris paribus* = dengan asumsi nilai dari variabel-variabel lain dalam fungsi permintaan konstan).

Selain promosi, lokasi juga sangat menentukan untuk meningkatkan volume penjualan, karena semakin lokasinya strategis maka para konsumen akan lebih tertarik pada perusahaan tersebut. Menurut Buchari Alma (2003:103) mengemukakan bahwa “lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Dari beberapa faktor di atas, di duga ada tiga factor yang mempengaruhi penurunan volume penjualan di café di kawasan Dago yaitu kualitas produk yang kurang baik, promosi yang kurang gencar dan letak lokasi kurang strategis. Oleh karena itu, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP VOLUME PENJUALAN CAFE DI KAWASAN DAGO”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Arah dan aksentuasi permasalahan yang diuraikan berkaitan dengan kualitas produk, promosi dan lokasi pengusaha café di kota Bandung.

Jumlah volume penjualan yang dialami oleh pengusaha dari waktu ke waktu mengalami naik turun. Keadaan ini tentunya akan berpengaruh terhadap laba pengusaha. Oleh karena itu peneliti melihat faktor-faktor apa yang menyebabkan naik turunnya volume penjualan.

Kualitas produk, promosi dan lokasi terhadap volume penjualan sangat dibutuhkan demi terciptanya peningkatan penjualan. Karena volume penjualan dipengaruhi oleh kualitas produk dan promosi sehingga menjadikan tolak ukur bagi para pengusaha café untuk bersaing dan lokasi usaha merupakan strategi pengusaha dalam mendapatkan pelanggan karena dengan adanya lokasi usaha yang strategis akan meningkatkan volume penjualan yang diinginkan setiap pengusaha.

Peneliti hanya memilih tiga faktor yang mempengaruhi volume penjualan yaitu kualitas produk, promosi dan lokasi sebagai variabel bebas atau independent untuk diteliti. Hal ini disebabkan karena keterbatasan biaya, tenaga, dan waktu dalam melakukan penelitian.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang diuraikan di atas, maka penulis mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran kualitas produk pada pengusaha café di kawasan Dago?
2. Bagaimana gambaran kegiatan promosi pada pengusaha café di kawasan Dago?
3. Bagaimana gambaran lokasi usaha pengusaha café di kawasan Dago?
4. Bagaimana gambaran volume penjualan pengusaha café di kawasan Dago?
5. Seberapa besar pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pada pengusaha café di kawasan Dago?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka dirumuskan beberapa tujuan penelitian untuk memperoleh hasil temuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran kualitas produk pada pengusaha café di kawasan Dago.
2. Untuk mengetahui gambaran kegiatan promosi dan biaya promosi yang dikeluarkan oleh pengusaha café di kawasan Dago.

3. Untuk mengetahui gambaran lokasi usaha meliputi akses, lalu lintas, tempat parkir, dan persaingan pada pengusaha café di kawasan Dago.
4. Mengetahui gambaran volume penjualan meliputi keunggulan penjualan, jumlah produk terjual, dan target penjualan pada pengusaha café di kawasan Dago.
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk, promosi dan lokasi usaha terhadap volume penjualan pada pengusaha café di kawasan Dago.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dalam aspek teoritis dan dapat menambah wawasan dalam bidang ekonomi yang khususnya mengenai pemasaran yaitu promosi.
2. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan sumbangan dalam aspek praktis (guna laksana) yaitu untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pengusaha café.
3. Hasil penelitian ini diharapkan juga sebagai informasi atau acuan dan sekaligus untuk memberikan rangsangan dalam melakukan penelitian selanjutnya tentang kualitas produk, promosi dan lokasi usaha mengingat masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan pada pengusaha café di kawasan Dago itu sendiri yang belum terungkap dalam penelitian ini.