

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan rumah makan di Medan saat ini sangat pesat sehingga memaksa setiap pemilik rumah makan untuk dapat bersaing dan memiliki ciri khas yang berbeda dengan saingannya untuk selalu menarik minat konsumen. Kita akan dapat menjumpai rumah makan baik itu dalam bentuk restoran maupun warung-warung kaki lima, setiap jalanan di kota Medan. Jenis-jenis makanan yang ditawarkan tidak jauh berbeda antara satu dengan yang lainnya. Sebagai contoh adalah rumah makan yang menjual berbagai jenis nasi, mie ataupun makanan jenis lainnya.

Secara umum pelanggan cenderung memilih rumah makan dengan rasa yang berbeda dengan harga yang terjangkau serta lokasi yang strategis. Pemilik rumah makan harus dapat bersaing untuk dapat menarik minat pelanggan. Pemilik rumah makan setiap saat harus memperhatikan pemasaran produknya. Strategi dan sistem pemasaran harus dapat digunakan sebaik-baiknya untuk mengatasi persaingan yang ada. Persaingan membuat perusahaan sangat berhati-hati dan jeli dalam menentukan strategi pemasaran yang digunakan.

Peningkatan jumlah pelanggan pada suatu rumah makan akan menyebabkan keuntungan pada rumah makan tersebut dan mengakibatkan rumah makan tersebut akan dapat terus bertahan dari persaingan yang ada. Banyak faktor yang mempengaruhi pelanggan untuk datang ke suatu lokasi rumah makan selain persaingan. Penulis menganggap faktor-faktor yang mendukung datangnya pelanggan adalah bauran pemasaran (marketing mix) yang terdiri dari product (produk), price (harga), place (lokasi), dan promotion (promosi). Salah satu cara yang dilakukan oleh pihak rumah

makan untuk mempromosikan produknya adalah memasang spanduk di jalan dan penyebaran brosur.

B. PERUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah, maka penulis merumuskan permasalahan adalah “ Apakah ada hubungan bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place, dan promotion dengan peningkatan jumlah pelanggan pada Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S.”

C. TUJUAN PENELITIAN

1. Mengetahui sejauh mana faktor bauran pemasaran yang terdiri dari product, price, place, dan promotion mempunyai hubungan dengan peningkatan jumlah pelanggan di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H. Mahmud.S
2. Mengetahui faktor apa yang lebih dominan terhadap peningkatan jumlah pelanggan di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H. Mahmud.S
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap peningkatan jumlah pelanggan di Rumah Makan Mie Ayam Jamur H.Mahmud.S

D. MANFAAT PENELITIAN

- a. Menambah wawasan pengetahuan di bidang manajemen usaha kecil dan pemasaran, khususnya yang berkaitan dengan peningkatan jumlah pelanggan di rumah makan.
- b. Sebagai bahan pertimbangan dan evaluasi bagi pihak pengelola rumah makan agar dapat memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi peningkatan jumlah pelanggan.
- c. Untuk menjadi bahan pertimbangan bagi peneliti lain yang melakukan penelitian sejenis.