

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha warung kaki lima sudah menjamur di wilayah gersik, namun seringkali banyak pelanggan yang tidak terlayani karena kehabisan stok produksi dan tempat yang kurang memadai. Menjadi sebuah kendala pada warung kaki lima. Disini tercipta sebuah celah atau peluang bisnis yang cukup menarik. Dengan permintaan konsumen yang tinggi namun kapasitas produksi dari warung-warung kurang memadai.

Banyak warung kaki lima di wilayah Gresik salah satunya yaitu warung Penyetan Nusantara, warung Penyetan Nusantara adalah warung penyetan Lamongan yang menyediakan beberapa menu penyetan dengan rasa sambal penyetan yang khas. Banyak Pelanggan yang menyukai masakan dari warung tersebut, sering kali Pelanggan tidak terlayani karena warung yang kurang memadai dalam segi tempat dan stok masakan yang terbatas.

Usaha warung Penyetan Nusantara berdiri sejak tahun 2005, dari tahun ke tahun jumlah Pelanggan semakain banyak. Tidak dipungkiri dipengaruhi dengan semakin banyaknya pelanggan, tidak banyak pelanggan yang berpindah ke tempat lain karena tidak kebagian tempat atau terlalu lama mengantri. Oleh karna itu diperlukan penelitian mengenai analisa kelayakan tentang usaha warung Penyetan Nusantara untuk pembukaan cabang baru.

Mendirikan usaha atau mengembangkan usaha tentu tentu tidak bisa dilakukan sembarangan, perlu dilakukan analisis segmentasi pasar. Menurut Kotler (2002).Seorang produsen jarang bisa memuaskan semua orang di pasar karena setiap orang memiliki keinginan dan kebutuhan yang berbeda beda. Oleh karena itu, produsen memulai dengan segmentasi pasar. Mereka mengidentifikasi dan profil kelompok yang berbeda dari pembeli yang mungkin lebih suka atau membutuhkan berbagai produk dan bauran pemasaran

Segmentasi pasar merupakan suatu kegiatan mengidentifikasi, membedakan dan mengelompokkan pasar atau konsumen yang bersifat heterogen ke dalam kelompok yang homogen atau memiliki kebutuhan yang sama. Penggunaan

pendekatan segmentasi pasar akan membantu perusahaan untuk mendeteksi perubahan yang terjadi pada konsumennya (Munandar, 2011). Segmentasi bertujuan untuk memberikan kepuasan pada Pelanggan dalam semua segmen segmen melalui pelayanan yang sebaik-baiknya sesuai dengan semua segmen yang ada. Melalui segmentasi pasar, diharapkan dapat mengelompokkan pasar yang besar dan heterogen ke dalam segmen- segmen yang kecil, sehingga dapat dijangkau oleh pemilik usaha secara efisien dan lebih efektif dengan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen pada segmen tersebut. Maka untuk menjalankan sebuah usaha perlu di lakukan segmentasi pasar untuk mengidentifikasi kelompok-kelompok konsumen atau pelanggan berdasarkan pada responnya. Oleh karena itu segmen tasi pasar selalu di kaitka dengan strategi untuk penarik minat pembeli atau minat pasar.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka diperoleh rumusan permasalahan yang akan diteliti adalah tentang bagaimana segmentasi pasar konsumen warung Penyetan Nusantara menggunakan metode *cluster*.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis segmentasi pasar konsumen warung Penyetan Nusantara menggunakan metode *cluster*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui pengelompokan konsumen warung Penyetan Nusantara.
2. Sebagai bahan pertimbangan atau masukan yang dapat digunakan sebagai acuan mengenai pengembangan usaha selanjutnya.
3. Sebagai informasi dan masukan bagi pembaca atau pihak yang ingin mengetahui ilmu pengetahuan tentang analisis segmentasi pasar.

1.5 Batasan Masalah

Batasan masalah pada penelitian analisis segmentasi pasar dibatasi pada pengambil data dilakukan dengan mengambil responden yang membeli atau konsumen pada Warung Penyetan Nusantara