

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada jaman era globalisasi ini, kebutuhan manusia setiap harinya terus meningkat. Kebutuhan manusia terdiri dari kebutuhan primer dan kebutuhan sekunder. Kebutuhan primer diantaranya merupakan kebutuhan sandang (pakaian), pangan (makanan), dan papan (tempat tinggal). Sedangkan kebutuhan sekunder merupakan kebutuhan tambahan diluar kebutuhan primer. Kebutuhan yang semakin meningkat dijadikan salah satu peluang usaha untuk para pembisnis, untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Usaha yang akan dikelola oleh para pebisnis tentunya tidak sangat mudah. Persaingan antar bisnis terjadi karena produk yang dijual hampir sama dengan pesaing. Persaingan ini juga, akan tetap bertahan jika produknya dapat diterima dipasaran. Strategi persaingan yang dilakukan sangatlah beragam mulai dari harga yang ditawarkan, kualitas produk yang disediakan, pemasaran yang dilakukan dan lain-lain. Persaingan yang dapat dijumpai sehari-hari contohnya *onlineshop*. *Onlineshop* adalah suatu tempat transaksi tidak langsung antara penjual dan pembeli pada saat akan membeli suatu produk yang ditawarkan. *Onlineshop* pada umumnya menjual berbagai macam produk (pakaian, makanan, alat kosmetik dll). Namun, pada saat ini semakin banyak *onlineshop* yang menjual produk serupa dan banyaknya macam-macam produk yang ditawarkan dengan harga yang murah.

Penelitian yang akan dibahas adalah *onlineshop*. *Onlineshop* ini dapat dijumpai di *social media* (BBM, Kaskus, *Instagram*, *Website*, *Olx.co* dll). *Onlineshop* muncul untuk memudahkan konsumen yang ingin membeli suatu produk tanpa harus pergi kesuatu tempat perbelanjaan. Adapun pembahasan *onlineshop* yang akan diteliti adalah *Onlineshop* CDCmodels.

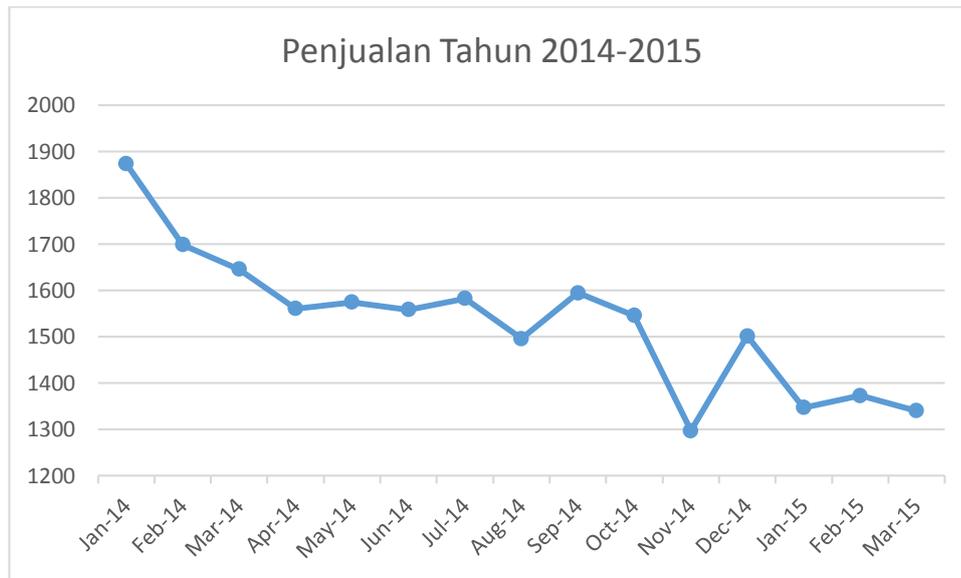
CDCmodels mulai beroperasi pada bulan Desember 2012. CDCmodels awalnya hanya menjual sweater saja namun seiring berjalannya waktu CDCmodels mulai menambahkan variasi baru seperti jaket, baju muslim, dan

baju. Pada awalnya CDCmodels menjual produknya hanya melalui BBM, namun dengan *updatenya* situs *Instagram*, maka CDCmodels pun mulai menjual produknya melalui *Instagram*. Apabila melihat potensi pasar di *Instagram*, sangatlah memungkinkan untuk dijadikan peluang usaha dalam meraih sebuah keuntungan dikarenakan pada saat ini masyarakat banyak sekali menggunakan *social media* seperti *instagram*.

CDCmodels mengalami peningkatan penjualan pada bulan Januari 2013 sampai bulan Januari 2014. Sedangkan pada bulan Februari 2014 CDCmodels mengalami penurunan penjualan. Pada awalnya CDCmodels mempunyai target penjualan dalam 1 bulan mampu menjual 1600pcs akan tetapi dengan penurunan penjualan ini, CDCmodels mengalami penurunan penjualan hingga 30%.

Penurunan penjualan ini disebabkan karena adanya beberapa *onlineshop* yang berjualan sama di media *instagram* sehingga menimbulkan pengaruh besar terhadap konsumen untuk memilih *onlineshop* yang akan dikunjunginya.

Di bawah ini adalah grafik penurunan penjualan CDCmodels dari bulan Januari 2014 – bulan Maret 2015.



Gambar 2.1
Tingkat Penjualan Tahun 2014-2015

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa faktor yang mungkin menyebabkan usaha penjualan CDCmodels menurun adalah :

1. Banyak atribut penting yang belum diketahui tentang kriteria konsumen dalam memilih *onlineshop*.
2. *Onlineshop* CDCmodels belum melakukan STP (*segmentation, targeting, positioning*) secara benar.
3. CDCmodels belum mengetahui apakah konsumen puas dengan pelayanan yang diberikan CDCmodels atau tidak.
4. CDCmodels tidak mampu bersaing dengan *onlineshop* lain.
5. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh CDCmodels kurang tepat.

1.3 Pembatasan Masalah

Diperlukan beberapa pembatasan masalah, dikarenakan keterbatasan sumber daya yang ada agar penelitian yang dilakukan dapat fokus pada inti permasalahan adalah :

1. Kompetitor yang diamati hanya *onlineshop* yang menjual pakaian saja.

2. Penelitian tidak mengkaji dari sisi perilaku konsumen dalam membeli pakaian.

1.4 Perumusan Masalah

Melalui permasalahan yang ada, maka perumusan masalah untuk penelitian ini adalah :

1. Apa saja atribut-atribut yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *onlineshop* ?
2. Bagaimana penerapan STP (*segmentation, targeting, positioning*) yang benar untuk CDCmodels ?
3. Bagaimana tingkat kepentingan dan kinerja CDCmodels dari hasil penelitian yang dilakukan ?
4. Bagaimana kelebihan dan kelemahan dari CDCmodels dibandingkan dengan pesaingnya ?
5. Usulan strategi pemasaran bagaimana yang akan diberikan kepada pihak CDCmodels agar dapat menarik minat konsumen ?
6. Bagaimana tampilan website yang baik untuk CDCmodels ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dan hasil yang ingin dicapai dari penelitian terhadap CDCmodels adalah :

1. Mengetahui atribut-atribut yang dipentingkan konsumen ketika hendak memilih *onlineshop*.
2. Menentukan *segmentation, targeting, positioning* yang benar untuk CDCmodels dari hasil penelitian yang dilakukan.
3. Mengetahui tingkat performansi dan kepentingan dari CDCmodels.
4. Mengetahui posisi kelebihan dan kelemahan dari CDCmodels dengan yang lain.
5. Memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran yang akan diberikan kepada pihak CDCmodels agar dapat menarik minat pelanggan.

6. Membuat tampilan website yang baik dan dapat dengan mudah digunakan oleh konsumen mulai dari informasi tentang cara pembelian, keterangan pakaian, serta informasi tentang CDCmodels.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan secara keseluruhan untuk penelitian adalah sebagai berikut :

BAB 1 Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Berisi tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian selama penyusunan laporan serta dilengkapi dengan keterangan masing-masing langkah.

BAB 4 Pengumpulan Data

Berisi tentang data-data yang digunakan dalam penelitian yaitu data umum perusahaan, data ini didapatkan melalui penyebaran kuisinoer maupun data lainnya yang mendukung kelangsungan selama penelitian ini.

BAB 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi tentang pengolahan data berdasarkan data-data yang telah diperoleh pada bab sebelumnya dan analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dan hasil dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang berguna bagi CDCmodels.