

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin maju dan pesat, secara tidak langsung sangat mempengaruhi perkembangan dunia usaha atau wirausaha dengan persaingan yang ketat. Hal ini membuat Toko yang bergerak dibidang usaha meubel dituntut untuk kompetitif agar dapat mempertahankan usaha yang dijalani, dan dapat bersaing dengan pesaing-pesaing yang ada. Dengan melihat banyaknya Toko meubel yang menutup usahanya dikarenakan tidak mampu bersaing dan pendapatan kotornya mengalami penurunan sangat signifikan, ditambah dengan industri meubel di Indonesia yang terhimpit permasalahan ekonomi menjadi faktor-faktor utama yang mengakibatkan banyaknya Toko meubel yang menutup usahanya.

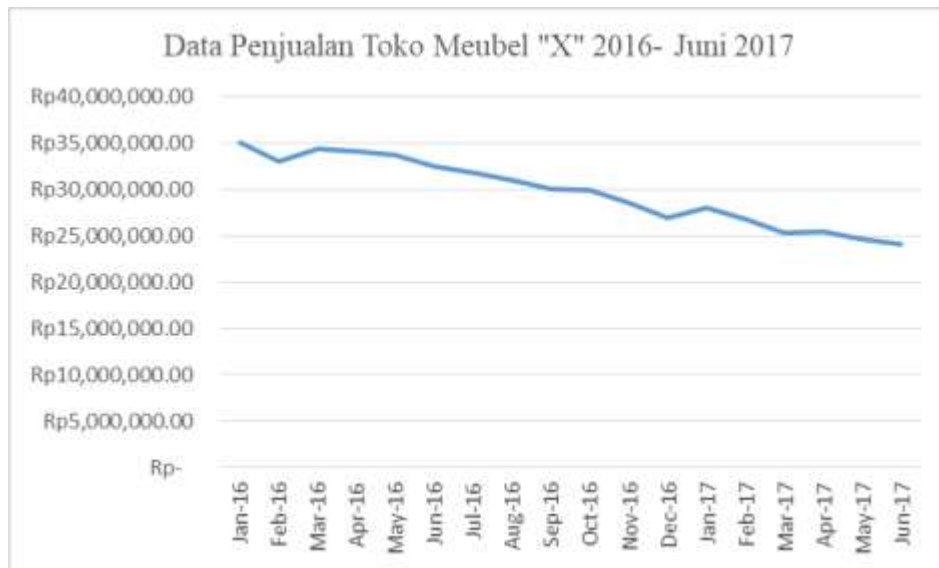
Salah satu Toko meubel “X” di kota Bandung yang menjual berbagai macam jenis meubel seperti kursi, meja, lemari, kasur, dan meja makan dengan desain dan jenis bahan yang bervariasi. Toko meubel “X” sendiri berlokasi di Jl. Jend. A. Yani, Bandung, Jawa Barat dan pemiliknya adalah Bapak Acong dan sudah berdiri sejak tahun 2009. Toko meubel “X” mengambil barang ke pabrik untuk kemudian disimpan didalam Toko dan dijual kepada konsumen yang datang langsung ke Toko meubel “X”.

Seiring dengan berjalannya waktu dan semakin banyaknya pesaing yang membuka usaha meubel membuat persaingan dalam usaha meubel menjadi semakin ketat. Dengan melihat hal tersebut menyebabkan terjadinya penurunan penjualan yang signifikan pada meubel jenis lemari dan kasur di Toko meubel “X”. Penurunan penjualan Toko meubel “X” mulai mengalami penurunan secara signifikan sejak bulan Mei tahun 2016 hingga bulan Juni 2017 penurunan penjualan dari Toko meubel “X”

semakin meningkat. Terjadinya penurunan penjualan yang dialami oleh Toko meubel “X” dibuktikan dengan data sebagai berikut :

Tabel 1.1  
Penurunan Penjualan Tahun 2016- Juni 2017 (Kasur dan Lemari)

Data Penjualan	
Bulan	Total Penjualan (Rp)
Jan-16	Rp 35.000.000,00
Feb-16	Rp 33.000.000,00
Mar-16	Rp 34.300.000,00
Apr-16	Rp 34.000.000,00
Mei-16	Rp 33.700.000,00
Jun-16	Rp 32.500.000,00
Jul-16	Rp 31.800.000,00
Agu-16	Rp 31.000.000,00
Sep-16	Rp 29.950.000,00
Okt-16	Rp 29.900.000,00
Nov-16	Rp 28.500.000,00
Des-16	Rp 26.900.000,00
Jan-17	Rp 28.000.000,00
Feb-17	Rp 26.750.000,00
Mar-17	Rp 25.250.000,00
Apr-17	Rp 25.450.000,00
Mei-17	Rp 24.550.000,00
Jun-17	Rp 24.100.000,00



Gambar 1.1

Grafik Penurunan Penjualan Tahun 2016-Juni 2017 (Kasur dan Lemari)

Berdasarkan Grafik diatas, dapat dilihat bahwa penurunan penjualan yang dialami oleh Toko meubel “X” apabila dibandingkan pada tahun 2016 dan tahun 2017 memiliki *trend* negatif.

Dengan melihat terjadinya penurunan penjualan membuat peneliti ingin membantu Toko meubel “X” untuk dapat menentukan startegi pemasaran yang tepat dengan tujuan agar dapat menarik minat konsumen untuk kembali datang dan membeli meubel di Toko meubel “X”, sehingga penjualan Toko meubel “X” dapat kembali meningkat.

## 1.2 Identifikasi Masalah.

Dengan melihat permasalahan yang terjadi pada Toko meubel “X”, berikut adalah beberapa kemungkinan yang menjadi penyebab terjadinya penurunan penjualan pada Toko meubel “X” :

1. Pemilik Toko meubel “X” belum mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki Toko sehingga Toko meubel “X” belum mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya yang membuka Toko meubel.
2. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang selama ini diterapkan oleh Toko meubel “X” belum tepat.

3. Adanya ketidakpuasan yang dialami oleh konsumen terhadap kinerja atau performansi yang diberikan Toko meubel “X”.
4. Toko meubel “X” belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih meubel.
5. Kurangnya informasi-infomasi yang dimiliki oleh Toko meubel “X” mengenai kelebihan dan kekurangan, serta peluang dan ancaman yang mungkin terjadi.
6. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Toko meubel “X” belum tepat.
7. Faktor lingkungan Toko Mebeul “X” menyebabkan konsumen tidak datang lagi.
8. Ketepatan aktivitas pengiriman barang dari Toko Meubel “X” ke konsumen.

### **1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi**

Pembatasan masalah diperlukan agar faktor-faktor penelitian yang akan diteliti tidak terlampaui luas sehingga dapat menyelesaikan masalah pada Toko meubel “X” secara fokus. Beberapa pembatasan masalah dan asumsi pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persaingan dengan Toko meubel dibatasi di Jln. A. Yani.
2. Penurunan penjualan hanya terdapat pada produk meubel Kasur dan Lemari maka dari itu produk meubel dibatasi jenis Kasur dan Lemari.
3. Tidak melakukan penelitian tentang faktor lingkungan Toko Meubel “X”.
4. Tidak membahas secara detail mengenai aktivitas pengiriman barang dari Toko Meubel “X”.

### **1.4 Perumusan Masalah**

Permasalahan yang ada dalam usaha ini ingin diselesaikan oleh peneliti, maka akan dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa saja kelebihan dan kelemahan dari Toko meubel “X” bila dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya pada saat ini?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen Toko meubel “X” terhadap kinerja yang diberikan oleh Toko meubel tersebut?
3. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang sebaiknya diterapkan oleh pemilik Toko meubel “X”?
4. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih dan membeli meubel?
5. Apa yang menjadi *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* dari Toko meubel “X”?
6. Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh Toko meubel “X” agar dapat bersaing dengan pesaing-pesaingnya saat ini?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan dari Toko meubel “X” bila dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya saat ini sehingga Toko meubel “X” mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kinerja atau performansi dari Toko meubel “X”.
3. Untuk mengetahui *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk diterapkan oleh Toko meubel “X”.
4. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih dan membeli meubel.
5. Untuk mengetahui *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* dari Toko meubel “X”.
6. Untuk memberikan usulan strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh pemilik Toko meubel “X”.

## 1.6 Sistematika Penelitian

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB 2 STUDI PUSTAKA**

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian teori *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance-Performance Analysis (IPA)*, Uji Hipotesis ketidakpuasan, Matriks SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat*), Konsep Bauran Pemasaran 7P, dan *Segmentation, Targeting, Positioning*.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Berisi tentang *flow chart* dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flow chart*.

### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Berisi tentang cara pengumpulan data melalui kuesioner, dimulai dari penentuan jumlah sampel, variabel, sampai penyusunan kuesioner.

### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Berisi tentang pengolahan data dan analisis, mulai dari persentase segmentasi, uji validitas dan reliabilitas, Uji Hipotesis Ketidakpuasan, matriks IPA, dan penentuan target Toko.

### **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran yang berguna untuk memenangkan persaingan.