

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini tidak dapat kita pungkiri bahwa semakin banyak orang yang menjadi perokok, tidak hanya di luar negeri tetapi juga di Indonesia. Perokok di Indonesia tidak mengenal usia, mulai dari orang dewasa sampai anak kecil, baik wanita maupun laki-laki. Belakangan ini banyak info yang tersebar tentang bahaya dari rokok dan banyak bermunculan iklan persuasif tentang berhenti merokok serta cara untuk mengurangi konsumsi rokok, mulai dari permen anti rokok hingga rokok elektrik (Vape). Hal ini juga dapat dilihat dari perubahan gambar pada bungkus rokok pada setiap merk rokok yang ada di Indonesia.

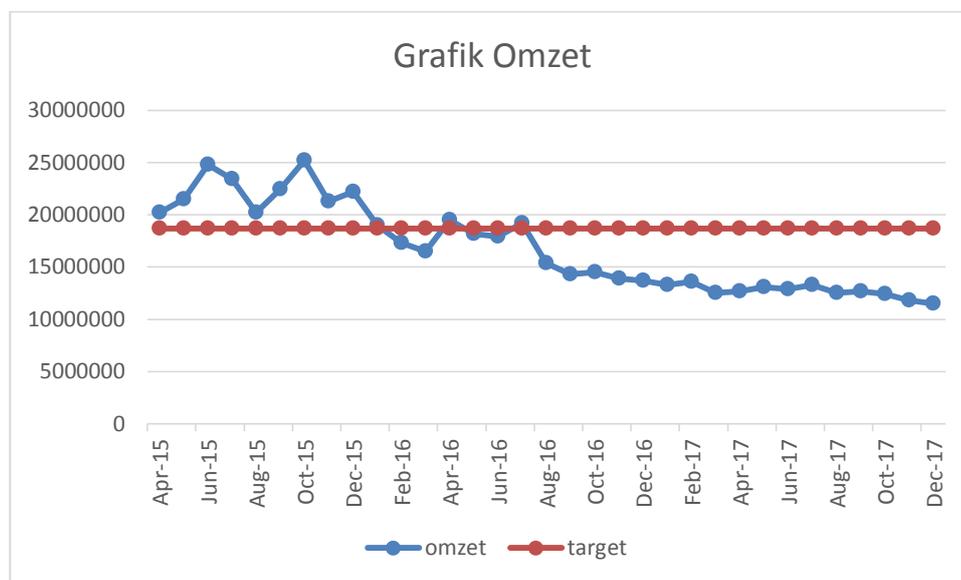
Seiring berjalannya waktu banyak orang yang mulai mengenal vape. Vape menjadi fenomenal di berbagai kalangan karna bentuknya yang unik, tersedia dalam banyak rasa dan terkesan mewah. Rokok elektronik dianggap sebagai alat penolong bagi mereka yang kecanduan rokok agar dapat berhenti merokok. Alat ini dipasarkan sebagai alternatif yang lebih aman dari produk tembakau biasa. Rokok elektrik menjadi fenomena baru di tengah masyarakat Indonesia. Produsen menyatakan bahwa produk itu tidak berbau dan lebih sehat ketimbang rokok konvensional. Banyak publik figur yang mulai menggunakan vape sebagai pengganti rokok. Di Indonesia sendiri rokok elektrik merupakan hal baru yang telah menjadi trend saat ini sehingga membuka peluang besar bagi masyarakat untuk membuka Vape Store.

Salah satu usaha *Vape store* yang diteliti yaitu Vape Legacy yang berlokasi di Jl. Airbus no.21, Bandung. Vape Legacy berdiri di Jl. Airbus pada bulan Juli 2014. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Shandy selaku pemilik *Vape Store* menurut beliau telah terjadi penurunan omzet yang terjadi pada bulan Agustus 2016 hingga Desember 2017. Bapak

Shandy mempunyai harapan agar jumlah pelanggan yang mengkonsumsi produk dan jasanya tidak semakin menurun, tetapi mengalami peningkatan sehingga target omzet dapat tercapai. Berikut ini adalah data omzet pendapatan Vape Legacy selama 2 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Data Omzet Pendapatan

Bulan	Omzet/bulan	Target omzet/bulan
Apr-15	Rp. 20.200.000	Rp. 18.700.000
May-15	Rp. 21.500.000	Rp. 18.700.000
Jun-15	Rp. 24.800.000	Rp. 18.700.000
Jul-15	Rp. 23.400.000	Rp. 18.700.000
Aug-15	Rp. 20.200.000	Rp. 18.700.000
Sep-15	Rp. 22.450.000	Rp. 18.700.000
Oct-15	Rp. 25.200.000	Rp. 18.700.000
Nov-15	Rp. 21.300.000	Rp. 18.700.000
Dec-15	Rp. 22.200.000	Rp. 18.700.000
Jan-16	Rp. 19.000.000	Rp. 18.700.000
Feb-16	Rp. 17.300.000	Rp. 18.700.000
Mar-16	Rp. 16.500.000	Rp. 18.700.000
Apr-16	Rp. 19.500.000	Rp. 18.700.000
May-16	Rp. 18.200.000	Rp. 18.700.000
Jun-16	Rp. 17.900.000	Rp. 18.700.000
Jul-16	Rp. 19.200.000	Rp. 18.700.000
Aug-16	Rp. 15.400.000	Rp. 18.700.000
Sep-16	Rp. 14.300.000	Rp. 18.700.000
Oct-16	Rp. 14.500.000	Rp. 18.700.000
Nov-16	Rp. 13.900.000	Rp. 18.700.000
Dec-16	Rp. 13.700.000	Rp. 18.700.000
Jan-17	Rp. 13.300.000	Rp. 18.700.000
Feb-17	Rp. 13.600.000	Rp. 18.700.000
Mar-17	Rp. 12.500.000	Rp. 18.700.000
Apr-17	Rp. 12.700.000	Rp. 18.700.000
May-17	Rp. 13.100.000	Rp. 18.700.000
Jun-17	Rp. 12.900.000	Rp. 18.700.000
Jul-17	Rp. 13.300.000	Rp. 18.700.000
Aug-17	Rp. 12.500.000	Rp. 18.700.000
Sep-17	Rp. 12.700.000	Rp. 18.700.000
Oct-17	Rp. 12.400.000	Rp. 18.700.000
Nov-17	Rp. 11.800.000	Rp. 18.700.000
Dec-17	Rp. 11.500.000	Rp. 18.700.000



Gambar 1.1
Data Grafik Omzet

Berdasarkan grafik diatas, dapat dilihat bahwa terdapat penurunan jumlah pendapatan Vape Legacy . Penurunan yang dialami dari bulan Agustus 2016 hingga Desember 2017 sebesar 47,7%. Hal ini membuat peneliti ingin membantu Vape Legacy untuk menentukan strategi pemasaran yang tepat dan dapat diterapkan oleh Vape Legacy.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui permasalahan yang ada di Vape Legacy. Berdasarkan masalah yang ada diperusahaan saat ini, penulis melakukan identifikasi yaitu :

1. Vape Legacy belum mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen.
2. Konsumen Vape Legacy belum merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.
3. Kinerja Vape Legacy belum baik di mata konsumen.
4. Vape Legacy belum mampu bersaing dengan kompetitor sejenis.
5. Vape Legacy kemungkinan belum tepat dalam menetapkan *Segmentation, Targetting, dan Positioning*.

6. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh Vape Legacy terhadap konsumen belum tepat.
7. Daya beli konsumen menurun.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada bagian ini, peneliti akan melakukan pembatasan masalah yang bertujuan untuk membatasi ruang lingkup permasalahan yang akan diteliti agar dapat dibahas secara lebih mendalam. Maka adapun batasan masalah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Tidak meneliti daya beli konsumen terhadap omzet Vape Legacy
2. Hanya membahas pesaing sejenis yang berada di Jalan Surya Sumantri

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah merupakan hal yang paling penting dalam suatu penelitian, hal ini diperlukan agar batasan masalah menjadi jelas. Dari permasalahan yang ada maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Vape store*?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen terhadap Vape Legacy?
3. Bagaimana kinerja yang saat ini dilakukan di Vape Legacy?
4. Apa saja kelebihan dan kekurangan dari Vape Legacy bila dibandingkan dengan kompetitor sejenis saat ini?
5. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk Vape Legacy?
6. Strategi pemasaran apa yang perlu dilakukan di Vape Legacy dalam menjalankan usahanya agar dapat memenangkan persaingan?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan di Vape Legacy ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Vape store*.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Vape Legacy.
3. Untuk mengetahui kinerja Vape Legacy dimata konsumen.
4. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari Vape Legacy dibandingkan dengan kompetitor sejenis saat ini.
5. Menentukan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat di Vape Legacy.
6. Mengusulkan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh Vape Legacy.

1.6 Sistematika Penulisan

Di dalam proses penelitian ini, sistematika pembahasan yang digunakan adalah sebagai berikut :

BAB 1 Pendahuluan

Merupakan pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup pembahasan dan sistematika penulisan.

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Pada BAB ini berisi mengenai teori-teori yang dapat membantu serta menjadi referensi dalam pengerjaan laporan Tugas Akhir mengenai teori tentang Strategi Bauran Pemasaran dan Metodologi Penelitian.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Pada BAB ini berisi *flowchart* mengenai awal mulainya melakukan penelitian proses penelitian, pengolahan data sampai selesai beserta penjelasan-penjelasan untuk setiap langkah yang dilakukan.

BAB 4 Pengumpulan Data

Berisi tentang data-data yang berhasil dikumpulkan yaitu data umum dari perusahaan dan data hasil kuesioner. Data tersebut digunakan untuk melakukan pengolahan data dan analisis.

BAB 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi tentang cara pengolahan data yang diperoleh serta analisis dan usulan gabungan untuk menghasilkan skala prioritas perbaikan.

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan serta saran yang berguna untuk penelitian lebih lanjut.