

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

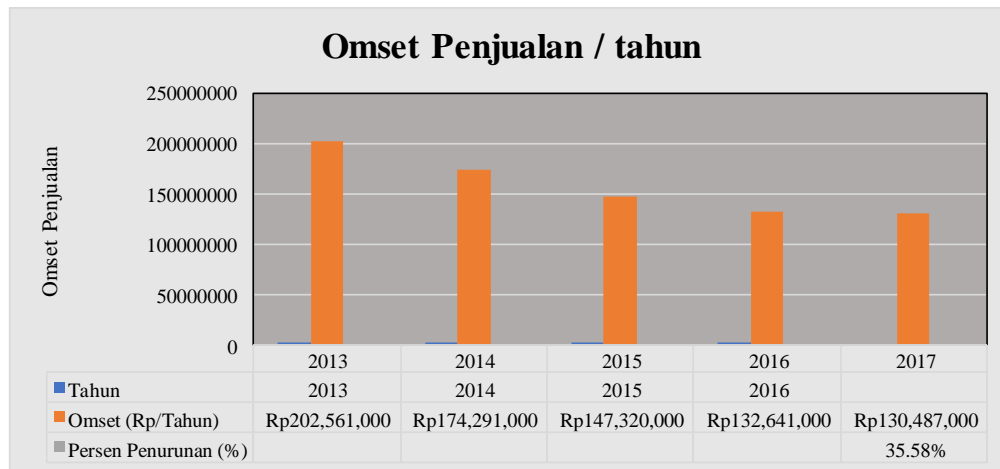
Perkembangan alat transportasi di setiap daerah semakin meningkat. Hal ini dikarenakan masyarakat membutuhkan alat transportasi yang dapat diandalkan dan menjaga stabilitas kerja.

Salah satu alat transportasi yang sering ditemukan di masyarakat luas adalah mobil. Dari semua itu, kebutuhan akan *spare parts* dan aksesoris mobil pun semakin meningkat seiring dengan bertambahnya jumlah masyarakat yang menggunakan mobil. Hal ini membuat bisnis penjualan *spare parts* dan aksesoris mobil menjadi salah satu bisnis yang sangat menjanjikan.

Salah satu toko yang bergerak di dalam bidang usaha ini adalah Toko “X” yang berada di Gorontalo bagian Selatan dan sudah berdiri sekitar 22 tahun. Selain menjual *spare parts* mobil, toko ini juga menjual aksesoris mobil, berbagai perlengkapan mobil seperti oli, aki, dan lain sebagainya. Adapun jam operasional dari Toko “X” ini adalah pada hari Senin – Sabtu dari pukul 08.00 s/d pukul 19.00 WIB.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko “X”, pada tahun 2013 omset yang didapat adalah Rp. 202.561.000. Omset dari Toko”X” mengalami penurunan dari tahun 2013 hingga tahun 2017 sebesar 35.58%.

Untuk lebih jelasnya berikut merupakan grafik omset penjualan Toko “X”:



Gambar 1.1  
Grafik Omset Penjualan / tahun

Pada grafik tersebut terlihat bahwa terdapat penurunan omset penjualan, dimana Toko “X” harus menemukan apa yang menjadi penyebab penurunan penjualan pada tahun 2013 hingga tahun 2017, yang akhirnya dapat berdampak positif untuk kembali meningkatkan omset penjualan. Oleh sebab itu peneliti ingin membantu pihak Toko “X” untuk mengetahui hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dalam meningkatkan omsetnya.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas dapat diketahui bahwa faktor-faktor penyebab terjadinya permasalahan adalah sebagai berikut:

1. Toko “X” masih kurang memahami variabel-variabel apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih tempat untuk membeli *spare part* dan perlengkapan mobil.
2. Kurangnya loyalitas konsumen terhadap Toko “X”
3. Kinerja dari Toko “X” kurang baik.
4. Ketidakpuasan konsumen terhadap kinerja Toko “X”
5. Toko “X” masih belum mengetahui faktor-faktor kinerja yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Toko “X”.
6. Toko “X” masih kurang dapat bersaing dengan Toko *Spare part* lain.

7. Toko “X” masih kurang tepat dalam melakukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning*.
8. Toko “X” belum menerapkan strategi bauran pemasaran yang tepat.

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dikarenakan terdapat batasan waktu dan biaya, maka peneliti membuat pembatasan masalah dan asumsi agar tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan lingkup pembatasan. Berikut adalah pembatasan masalah yang ditetapkan oleh peneliti:

1. Penelitian ini tidak membahas masalah persaingan antar Toko *Spare Part* lain.
2. Penelitian ini berfokus kepada penjualan *Sparepart* mobil.

### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa sajakah yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat untuk membeli *spare part* mobil?
2. Bagaimanakah loyalitas konsumen terhadap Toko “X”?
3. Bagaimanakah kinerja setiap variabel dari Toko “X”?
4. Bagaimanakah tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Toko “X”?
5. Faktor-faktor kinerja apa sajakah yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Toko “X”?
6. Bagaimanakah *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dari Toko “X”?
7. Bagaimanakah strategi bauran pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh Toko “X” untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan penjualan Toko “X”?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa sajakah yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih tempat untuk membeli *spare part* mobil.
2. Untuk mengetahui loyalitas konsumen terhadap Toko “X”.
3. Untuk mengetahui kinerja setiap variabel dari Toko “X”.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Toko “X”.
5. Untuk mengetahui faktor-faktor kinerja apa sajakah yang mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap Toko “X”.
6. Untuk mengetahui *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang tepat dan harus dilakukan oleh Toko “X”.
7. Untuk menentukan strategi bauran pemasaran yang seharusnya dilakukan oleh Toko “X” untuk meningkatkan loyalitas konsumen dan penjualan Toko “X”.

### 1.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penulisan dalam penyusunan dan pembuatan tugas akhir:

#### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini, berisi mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan dari penelitian tugas akhir, dan sistematika penulisan peneliti di Toko “X”.

#### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi teori-teori yang relevan yang dapat dijadikan acuan oleh peneliti sebagai landasan teori dalam memecahkan permasalahan yang dihadapi Toko “X”.

**BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisi uraian langkah-langkah yang sistematis dalam melakukan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan hingga akhir penulisan laporan Tugas Akhir.

**BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Bab ini berisi data- data dari Toko “X” yang dibutuhkan dan dikumpulkan oleh peneliti.

**BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini berisi pengolahan data yang dilakukan oleh peneliti sehingga menghasilkan informasi untuk keperluan analisis.

**BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti dan saran untuk Toko “X” dan penelitian lebih lanjut dari penelitian yang dilakukan.

