

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.

Pada zaman ini dimana teknologi sudah berkembang sangat pesat ditambah dengan era globalisasi yang berdampak pada dunia usaha atau wirausaha, membuat persaingan yang sangat ketat. Hal ini juga dirasakan oleh dunia usaha pakaian berupa *distro* yang dituntut harus kompetitif dalam bersaing agar dapat semakin mengembangkan usaha yang dilakukan. Selain itu banyaknya pengusaha-pengusaha yang tertarik untuk membuka usaha pakaian berupa *distro* khususnya di Kota Bandung dikarenakan dunia *fashion* di Kota Bandung sangat berkembang dengan pesat.

Distro adalah jenis toko sandang yang menjual berbagai macam jenis pakaian dan aksesoris seperti topi, dompet, dan ikat pinggang. Salah satu *distro* yang cukup populer di Kota Bandung adalah *Distro Beatbox*. *Beatbox* merupakan *distro* yang dikelola oleh CV. Fajar Indah Konveksi dan pemiliknya adalah Bapak Muhammad Fiky. *Distro Beatbox* berbagai macam jenis pakaian seperti kaos, kaos berkerah, kemeja, dan jaket serta berbagai macam aksesoris seperti topi, dompet, dan ikat pinggang dengan kualitas yang baik. *Distro Beatbox* sendiri berlokasi di Jl. Trunojoyo No.8, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung. *Distro Beatbox* pertama kali berdiri pada bulan Januari 2013 dan sampai sekarang tetap berlokasi di Jl. Trunojoyo No.8, Citarum, Bandung Wetan, Kota Bandung.

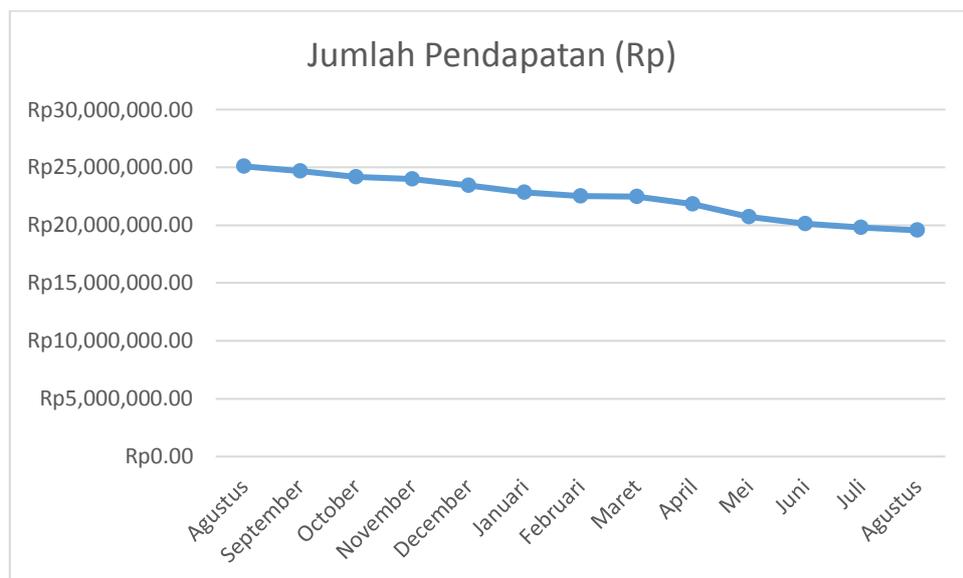
Distro Beatbox dengan *fashion* yang bergaya anak muda mempunyai berbagai macam jenis pakaian dan aksesoris dengan berbagai macam model, corak, dan warna yang bervariasi, bahan yang digunakan memiliki kualitas baik dan harga yang ditawarkan cukup terjangkau oleh masyarakat di Kota Bandung khususnya anak muda yang menyukai *fashion*. Hal tersebut membuat *Distro Beatbox* ramai dikunjungi oleh konsumen setiap harinya yang ingin membeli pakaian atau aksesoris atau hanya

sekedar melihat-lihat berbagai macam jenis pakaian dan aksesoris yang tersedia di *Distro Beatbox*.

Seiring berjalannya waktu sejak didirikan pada bulan Januari 2013, hingga kini semakin banyak yang membuka usaha pakaian berupa *Distro* sehingga membuat persaingan yang semakin ketat. Hal tersebut dirasakan oleh pemilik dari *Distro Beatbox* yang melihat bahwa penjualan *Distro Beatbox* sejak bulan Agustus 2016 yang seharusnya meningkat dikarenakan akhir tahun banyak yang membeli pakaian dan aksesoris, namun penjualannya menurun dan sampai terakhir bulan Agustus 2017 penjualan dari *Distro Beatbox* semakin menurun dan hal tersebut berdampak pada pendapatan kotor yang diperoleh oleh *Distro Beatbox* semakin menurun. dimana hal tersebut dibuktikan dengan data sebagai berikut :

Tabel 1.1
Penurunan Pendapatan Kotor Tahun 2016-2017

Bulan	Jumlah Pendapatan (Rp)
Agustus	Rp25,090,000.00
September	Rp24,660,000.00
October	Rp24,185,000.00
November	Rp23,970,000.00
December	Rp23,435,000.00
Januari	Rp22,860,000.00
Februari	Rp22,510,000.00
Maret	Rp22,490,000.00
April	Rp21,840,000.00
Mei	Rp20,730,000.00
Juni	Rp20,120,000.00
Juli	Rp19,785,000.00
Agustus	Rp19,555,000.00



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Pendapatan Kotor Tahun 2016-2017

Berdasarkan Grafik diatas, dapat dilihat bahwa penurunan penjualan yang dialami oleh *Distro Beatbox* yang mulai terjadi pada bulan Agustus 2016 dan semakin turun sampai saat ini sehingga hal tersebut mengakibatkan pendapatan kotor yang diperoleh oleh *Distro Beatbox* juga ikut mengalami penurunan. Menurut pemilik dari *Distro Beatbox*, hal tersebut disebabkan strategi pemasaran yang selama ini dilakukan oleh *Distro Beatbox* kurang tepat sehingga mengakibatkan menurunnya minat konsumen untuk mengunjungi *Distro Beatbox* dan banyak konsumen yang beralih ke *Distro* pesaing.

Dengan melihat permasalahan yang terjadi pada *Distro Beatbox*, membuat peneliti ingin membantu pemilik *Distro Beatbox* untuk menentukan startegi pemasaran yang tepat dan dapat dilakukan oleh *Distro Beatbox*, dengan tujuan agar dapat meningkatkan kembali minat konsumen untuk mengunjungi *Distro Beatbox*, sehingga penjualan *Distro Beatbox* dapat kembali meningkat dan pendapatan kotor dari *Distro Beatbox* juga dapat kembali mengalami peningkatan.

1.2 Identifikasi Masalah.

Dengan melihat permasalahan yang terjadi pada *Distro Beatbox*, berikut adalah beberapa kemungkinan yang menjadi penyebab terjadinya penurunan penjualan pada *Distro Beatbox* :

1. *Distro Beatbox* belum mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih *Distro* untuk membeli pakaian dan aksesoris.
2. *Distro Beatbox* belum mampu bersaing dengan kompetitornya yang membuka *Distro*.
3. Adanya ketidakpuasan yang dirasakan oleh konsumen terhadap kinerja yang diberikan oleh *Distro Beatbox*.
4. Pemilik dari *Distro Beatbox* belum mengetahui *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk dilakukan.
5. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh *Distro Beatbox* belum tepat.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pembatasan masalah diperlukan agar faktor-faktor dalam penelitian tidak terlampau luas sehingga dapat lebih fokus menyelesaikan masalah pada *Distro Beatbox*. Berikut beberapa pembatasan masalah dan asumsi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Persaingan dengan Toko-toko baju, *Department Store*, dan *Factory Outlet* diabaikan. Hanya melakukan penelitian terhadap *distro* sejenis dalam radius 500 meter di Jalan Trunojoyo dan Jalan Bahureksa
2. *Brand* yang digunakan *Distro Beatbox* diasumsikan hanya satu yaitu "*Beatbox*".

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *Distro*?

2. Apa saja kelebihan dan kelemahan yang dimiliki *Distro Beatbox* dibandingkan dengan kompetitornya saat ini?
3. Hal-hal apa saja yang dapat dilakukan oleh *Distro Beatbox* agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen atas kinerja yang diberikan oleh *Distro Beatbox*?
4. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya diterapkan oleh pemilik *Distro Beatbox*?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya diterapkan oleh pemilik *Distro Beatbox* agar mampu bersaing dengan kompetitornya saat ini?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih *Distro*.
2. Untuk mengetahui apa saja kelebihan dan kekurangan yang dimiliki *Distro Beatbox* dibandingkan dengan kompetitornya saat ini.
3. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen terhadap kinerja dari *Distro Beatbox*.
4. Untuk mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk diterapkan oleh pemilik *Distro Beatbox*.
5. Untuk mengetahui strategi pemasaran yang tepat untuk diterapkan oleh pemilik *Distro Beatbox*.

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 7P, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji hipotesis ketidakpuasan, matriks IPA (*Important and Performance Analysis*).

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang *flow chart* (prosedur praktikum) 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 perusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

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