

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

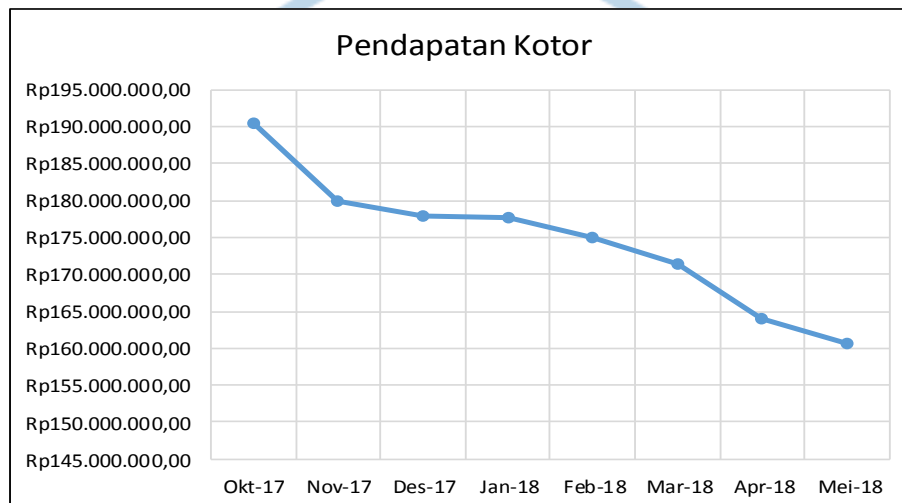
Pada saat dewasa ini aktivitas merokok sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar penduduk di Indonesia. Pengguna rokok di Indonesia tidak mengenal usai dan gender, mulai dari anak kecil hingga orang dewasa dan dari kaum pria juga wanita. Hal ini tentu sangat memprihatinkan mengingat bahaya rokok yang sangat mematikan tidak hanya bagi pengguna, namun juga bagi perokok pasif di sekitarnya. Beragam cara sudah di tempuh untuk mengurangi jumlah pengguna rokok di Indonesia seperti mengubah desain bungkus rokok menjadi mengerikan hingga belakangan ini muncul produk yang diklaim lebih sehat dan dapat menjadi alternatif pengganti rokok konvensional yaitu rokok elektrik atau biasa disebut *personal vaporizer*. Peluang ini dimanfaatkan oleh beberapa pebisnis untuk membuka toko yang menjual peralatan *personal vaporizer*. Salah satu toko vape tersebut adalah toko vape “X” yang terletak di Mall Balubur Town Square, Bandung.

Toko vape “X” menawarkan berbagai macam komponen rokok elektrik seperti mod, liquid, *atomizer*, baterai, *charger*, koil, kapas vapor dan lain-lain. Toko ini sendiri sudah berdiri sejak tahun 2010 dan memiliki 3 cabang (Antapani, Cirebon dan Kuningan). Toko vape “X” juga memiliki lokasi yang cukup strategis yaitu berada di pusat perbelanjaan tepatnya di Mall Balubur Town Square sehingga lokasi tersebut sangat mudah dijangkau oleh konsumen.

Beberapa bulan terakhir ini pendapatan kotor toko vape “X” mengalami penurunan yang cukup signifikan.

Tabel 1.1
Penurunan Omset Toko Vape “X”

Bulan	Pendapatan Kotor
Okt-17	Rp190.500.000,00
Nov-17	Rp180.000.000,00
Des-17	Rp178.000.000,00
Jan-18	Rp177.700.000,00
Feb-18	Rp175.000.000,00
Mar-18	Rp171.500.000,00
Apr-18	Rp164.000.000,00
Mei-18	Rp160.600.000,00



Gambar 1.1
Grafik Penurunan *Omset* Toko Vape “X”

Dalam beberapa bulan terakhir omset toko vape “X” mengalami penurunan yaitu pada bulan Oktober 2017 hingga bulan Mei 2018. Penurunan omset yang terjadi pada bulan Oktober 2017 hingga Mei 2018 tersebut ialah sebesar Rp29.900.000 atau 15,7% yang didapatkan dari $(Rp29.900.000 / Rp190.500.000) \times 100\%$. Masalah utama pada toko vape “X” adalah penurunan omset yang terus terjadi dari bulan ke bulan. Oleh karena itu penulis ingin membantu untuk meningkatkan omset toko vape “X” dan memberikan usulan agar omset toko vape “X” dapat meningkat.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah pada toko vape “X” saat ini, maka dapat diketahui beberapa faktor yang mungkin menyebabkan permasalahan di toko vape “X” sebagai berikut :

1. Toko vape “X” yang masih belum dapat bersaing dengan toko vape kompetitornya saat ini.
2. Pemilik toko vape “X” yang masih belum mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih toko vape “X”.
3. Konsumen merasa belum puas dengan kinerja toko vape “X”.
4. *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari toko vape “X” yang masih belum tepat.
5. Pihak toko vape “X” yang masih belum mengetahui gaya hidup konsumen saat ini.
6. Strategi pemasaran toko vape “X” yang masih kurang tepat.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Peneliti menentukan beberapa batasan dan asumsi agar hasil penelitian lebih tepat serta terarah agar tidak menyimpang dari masalah yang berada di luar lingkup dari penelitian tersebut. Maka dari itu peneliti membatasi masalah dan asumsi yang ditentukan oleh penulis adalah sebagai berikut .:

1. Peneliti hanya meneliti toko vape “X” yang terletak di Mall Balubur Town Square, Bandung.
2. Toko vape yang dianggap sebagai kompetitor adalah toko vape yang berada sekitar 2 kilometer dari toko vape “X” sehingga toko vape yang dapat dijadikan kompetitor adalah toko vape di sekitaran Jl. Tamansari, Bandung.
3. Toko vape yang dapat dijadikan kompetitor adalah toko vape dengan variasi produk dan pelayanan yang hampir sama.
4. Peneliti tidak mempertimbangkan adanya pengaruh loyalitas terhadap kepuasan konsumen terhadap toko vape “X”.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka peneliti membuat perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih toko vape “X”?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap toko vape “X”?
3. Apa saja keunggulan dan kekurangan yang dimiliki oleh toko vape “X” dibandingkan dengan kompetitornya?
4. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang lebih baik diterapkan oleh toko vape “X”?
5. Bagaimana gaya hidup dari konsumen toko vape “X”?
6. Strategi pemasaran seperti apa yang harus dilakukan oleh toko vape “X” agar dapat meningkatkan omset dan mampu bersaing dengan kompetitor?

1.5 Tujuan Penelitian

Dengan uraian di atas, maka tujuan penelitian di toko vape “X” ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih toko vape “X”.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap toko vape “X”.
3. Untuk mengetahui keunggulan dan kekurangan dari toko vape “X” dibandingkan dengan kompetitornya.
4. Untuk dapat mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang tepat untuk diterapkan dalam toko vape “X”.
5. Untuk mengetahui gaya hidup dari konsumen toko vape “X”.
6. Untuk dapat memberikan usulan yang tepat bagi toko vape “X” agar dapat meningkatkan omset dan mampu bersaing dengan kompetitornya saat ini.

1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memberikan suatu gambaran yang lebih jelas, maka sistematika penulisan dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan dalam melakukan penelitian tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi dasar teori-teori apa saja yang digunakan dalam penelitian ini dari beberapa referensi tentang penelitian terdahulu.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang langkah-langkah sistematis yang digunakan oleh penulis dalam bentuk *flowchart* serta keterangan dari *flowchart* tersebut. Langkah-langkah yang disusun oleh penulis yang bertujuan untuk membantu pembaca dalam memahami isi laporan tugas akhir ini.

BAB IV PENGUMPULAN DATA

Dalam bab ini peneliti mengumpulkan data-data apa saja yang dibutuhkan untuk membantu peneliti dalam melakukan penelitian ini. Data yang dikumpulkan berdasarkan hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti dan akan diolah di bab selanjutnya.

BAB V PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Dalam bab ini data-data yang sudah dikumpulkan akan diolah baik secara manual maupun oleh *software* yang nantinya hasil yang dikeluarkan dari pengolahan data tersebut akan dianalisis oleh peneliti.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini berisi kesimpulan dari pengolahan data yang telah dilakukan dalam bab sebelumnya dan peneliti memberikan saran kepada pihak perusahaan di mana saran yang diberikan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.