

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aksesoris wanita bukanlah menjadi kebutuhan utama, tetapi pada saat ini bisnis aksesoris cukup menggiurkan karena aksesoris wanita kini menjadi bagian dari *fashion* dan tren berkembang yang dapat mendukung penampilan seseorang.

Pada saat ini, setiap wanita selalu ingin terlihat menarik yang tidak hanya melakukan perawatan tubuh untuk menunjang penampilan, namun dengan menggunakan aksesoris yang menarik juga dapat menunjang penampilan. Setiap wanita ingin terlihat menarik dan membutuhkan aksesoris untuk memberikan penampilan yang berbeda. Tidak hanya para remaja, bahkan ibu rumah tangga pun menggunakan aksesoris sebagai penunjang lebih dalam penampilannya.

Hal ini yang membuat banyak orang melihat peluang untuk menjalankan bisnis penjualan aksesoris wanita, baik itu di pertokoan maupun di dalam pusat perbelanjaan.

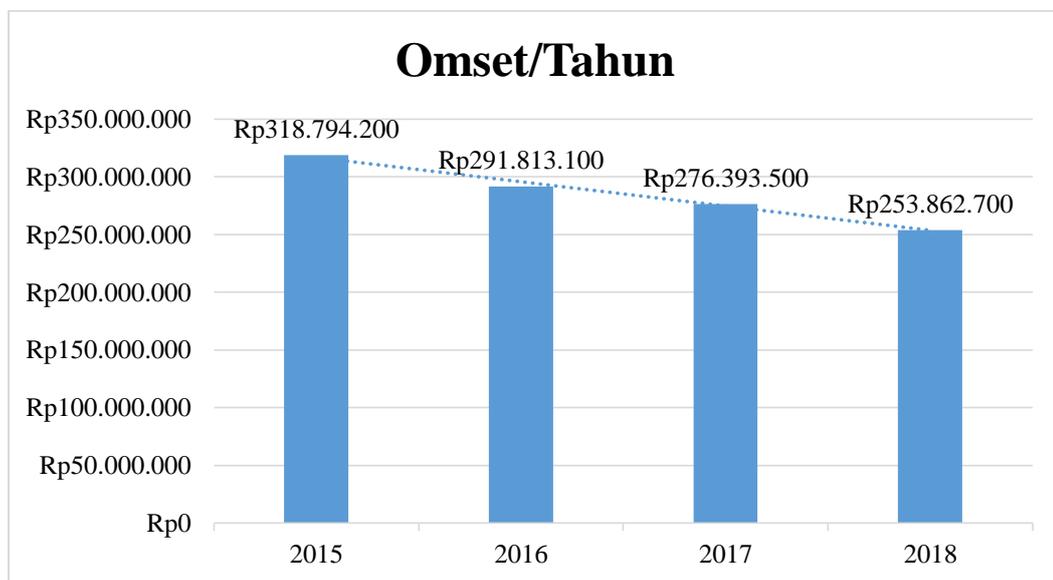
Toko yang dijadikan objek pengamatan adalah Riviani Fajar *Accessories*. Riviani Fajar *Accessories* adalah usaha toko yang bergerak di bidang penjualan aksesoris wanita yang dimiliki oleh Bapak Indra Gunawan yang berdiri pada tahun 2014 di Jalan Gandawijaya no.81, Cimahi. Toko Riviani Fajar *Accessories* merupakan toko cabang yang dimana toko pusatnya berada di Pasar Baru Bandung. Riviani Fajar *Accessories* menjual berbagai macam aksesoris wanita dari yang untuk anak kecil sampai dengan untuk orang dewasa, seperti kalung, gelang, cincin, bando, ikat rambut, jepitan, bros, dll.

Berikut adalah data penurunan omset pada Toko Riviani Fajar *Accessories*:

Omset penjualan Toko Riviani Fajar *Accessories* dari tahun 2015-2018.

Tabel 1.1
Omset Penjualan Toko Riviani Fajar *Accessories*

Tahun	Omset/Tahun
2015	Rp318,794,200
2016	Rp291,813,100
2017	Rp276,393,500
2018	Rp253,862,700



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Omset Penjualan Riviani Fajar *Accessories*

Contoh Perhitungan Penurunan Omset Penjualan:

% Penurunan omset penjualan tahun 2015 – tahun 2018 =

$$\frac{(318.794.200 - 253.862.700)}{318.794.200} \times 100\% = 20,37\%$$

Grafik diatas menunjukkan penurunan omset Toko Riviani Fajar *Accessories*, mulai mengalami penurunan omset penjualan dari tahun 2015-2018 dengan penurunan omset penjualan sebesar 20,37%.

Pada saat melakukan wawancara dengan Bapak Indra mengenai penurunan omset toko, beliau mengatakan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi penurunan omset adalah terdapatnya pesaing. Di sekitar Toko Riviani Fajar *Accessories* terdapat beberapa toko aksesoris wanita baik didalam mall atau pertokoan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, didapatkan beberapa faktor yang mungkin menyebabkan terjadinya masalah di Toko Riviani Fajar *Accessories*, faktor tersebut adalah:

1. Variabel bauran pemasaran yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko aksesoris wanita belum diperhatikan oleh toko.
2. Kinerja dari Toko Riviani Fajar *Accessories* yang belum dinilai baik oleh konsumen.
3. Toko Riviani Fajar *Accessories* belum mampu bersaing dengan toko aksesoris wanita lainnya.
4. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Toko Riviani Fajar *Accessories*.
5. *Segmentation*, *targeting*, dan *positioning* dari Toko Riviani Fajar *Accessories* yang kurang tepat.
6. Strategi pemasaran yang diterapkan Toko Riviani Fajar *Accessories* kurang tepat sehingga tidak memberi dampak yang signifikan terhadap peningkatan omset penjualan.
7. Terdapat penurunan daya beli konsumen sehubungan dengan naik turunnya perekonomian.
8. Toko Riviani Fajar *Accessories* belum mengetahui *Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats*.
9. Toko Riviani Fajar *Accessories* belum mengetahui *brand equity*.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang ada di Toko Riviani Fajar *Accessories* perlu adanya pembatasan dan asumsi dikarenakan keterbatasan penulis sehingga dapat berfokus pada permasalahan. Batasan yang digunakan adalah:

1. Dalam penelitian ini tidak membahas penurunan daya beli konsumen sehubungan dengan naik turunnya perekonomian.
2. Dalam penelitian ini tidak meneliti menggunakan metode SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities* dan *Threats*).
3. Dalam penelitian ini tidak meneliti menggunakan metode *Brand Equity*.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dialami Toko Riviani Fajar *Accessories*, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Variabel bauran pemasaran apa saja yang menjadi kepentingan konsumen dalam memilih toko aksesoris wanita?
2. Bagaimana tingkat kinerja dari Toko Riviani Fajar *Accessories*?
3. Bagaimana posisi Toko Riviani Fajar *Accessories* dibandingkan pesaingnya?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko Riviani Fajar *Accessories*?
5. Bagaimana *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP) yang baik untuk Toko Riviani Fajar *Accessories*?
6. Usulan apa saja yang dapat diberikan agar Toko Riviani Fajar *Accessories* ini dapat meningkatkan omset penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko aksesoris wanita.
2. Untuk mengetahui tingkat kinerja dari Toko Riviani Fajar *Accessories*.
3. Untuk mengetahui posisi Toko Riviani Fajar *Accessories* dibandingkan pesaingnya.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Toko Riviani Fajar *Accessories*.

5. Untuk mengetahui *segmentation, targeting, positioning* yang baik untuk Toko Riviani Fajar *Accessories*.
6. Untuk menentukan usulan yang dapat diberikan sehingga Toko Riviani Fajar *Accessories* ini dapat meningkatkan omset penjualan.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB 1 Pendahuluan

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

BAB 2 Tinjauan Pustaka

Berisi tentang konsep dasar dan teori, model atau metode dasar, dan metode acuan sebagai rangkuman teori-teori yang akan dimanfaatkan untuk memecahkan masalah. Konsep dasar dan teori yang digunakan adalah bauran pemasaran, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), sampel, penentuan jumlah sampel, IPA (*Importance Performance Analysis*), CA (*Correspondence Analysis*), uji hipotesis. dll.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Berisi tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian selama penyusunan laporan yang dilengkapi dengan masing-masing penjelasan pada setiap langkahnya

BAB 4 Pengumpulan Data

Berisi tentang data-data yang akan digunakan dalam penelitian yang nantinya akan diolah pada bab 5

BAB 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi tentang hasil pengolahan data yang disertai dengan analisis dari hasil pengolahan data dan memberikan usulan penyelesaian masalah. Pengolahan data menggunakan metode STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), IPA (*Importance Performance Analysis*), CA (*Correspondence Analysis*) dan uji hipotesis.

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dan saran dari hasil penelitian