

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Kota Bandung merupakan salah satu kota *trend fashion* di Indonesia. Kota Bandung merupakan salah satu tempat wisata perbelanjaan yang menjadi incaran para masyarakat. Jenis yang ditawarkan di kota ini seperti celana jeans, kemeja, jaket, kaos, sepatu, sandal, dan beragam lainnya. Pada kalangan anak muda saat ini toko-toko yang menyediakan produk-produk tersebut sering disebut dengan *Clothing store*.

Clothing store pada umumnya merupakan industri kecil menengah (IKM) yang bergerak di bidang distribusi penjualan di bawah *brand* sendiri. Produk dibuat dengan sistem *limited edition* (jumlahnya terbatas) untuk menjaga ke eksklusifitasannya dimana konsep rancangan desain produk yang dijual banyak mengambil unsur-unsur gaya hidup, hobi, musik, *art design* yang disesuaikan dengan target pasarnya yaitu kalangan anak muda.

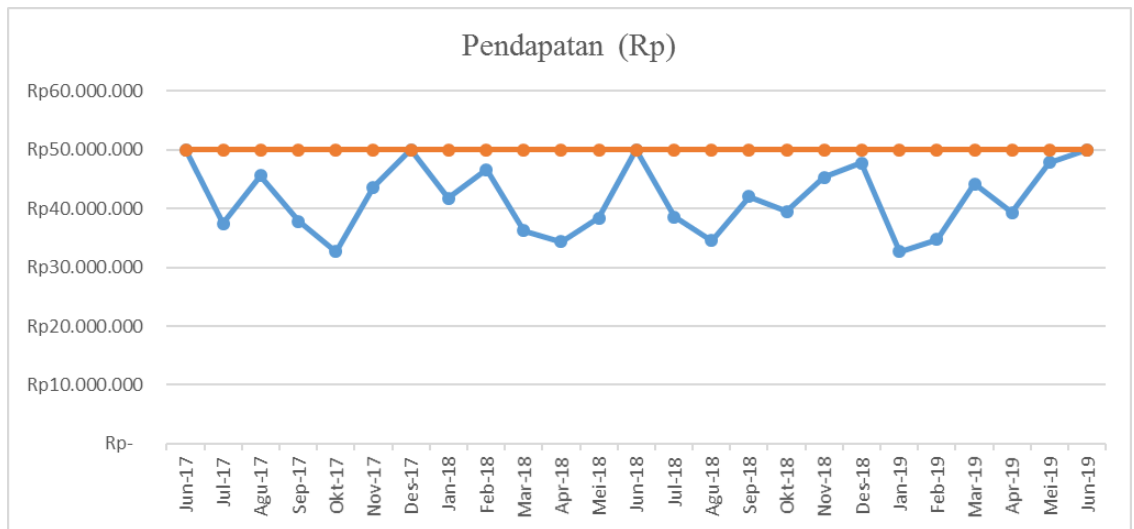
Munculnya media sosial juga menjadi sarana untuk bersosialisasi dengan lingkungan namun saat ini sudah menjadi sarana untuk mempermudah dalam berbisnis. Dengan adanya media sosial juga membuat pertumbuhan yang sangat cepat dalam pembayaran melalui *internet*.

Pada kesempatan ini peneliti akan melakukan penelitian terhadap salah satu *clothing store* di sekitar kota Bandung, yaitu **Boxout Store**. *Clothing store* ini sendiri sudah berdiri sejak tahun 2011 dan berlokasi di Jl. Cibeunying Kolot No.91, Sadang Serang, Coblong, Kota Bandung, Jawa Barat. *Boxout store* telah berhasil menawarkan berbagai pakaian yang nyaman dan serbaguna, simpel namun elegan. *Boxout Store* juga tidak hanya fokus memasarkan produk di *Clothing store* namun juga fokus dalam memasarkan produk *online*. Namun berdasarkan hasil pengamatan

dan wawancara langsung dengan pemilik *Boxout store* ditemukan bahwa *persentase* target tidak tercapai seperti yang ditunjukkan data berikut :

Tabel 1.1
Jumlah Pendapatan *Boxout Store* juni 2017 - Juni 2019

Periode	Pendapatan	Target pendapatan	Presentase	Memenuhi Target
Jun-17	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	100%	Memenuhi
Jul-17	Rp 37.500.000	Rp 50.000.000	75%	Tidak
Agu-17	Rp 45.600.000	Rp 50.000.000	91%	memenuhi
Sep-17	Rp 37.800.000	Rp 50.000.000	76%	Tidak
Okt-17	Rp 32.700.000	Rp 50.000.000	65%	Tidak
Nov-17	Rp 43.600.000	Rp 50.000.000	87%	Memenuhi
Des-17	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	100%	Memenuhi
Jan-18	Rp 41.800.000	Rp 50.000.000	84%	Memenuhi
Feb-18	Rp 46.670.000	Rp 50.000.000	93%	Memenuhi
Mar-18	Rp 36.200.000	Rp 50.000.000	72%	Tidak
Apr-18	Rp 34.340.000	Rp 50.000.000	69%	Tidak
Mei-18	Rp 38.400.000	Rp 50.000.000	77%	Tidak
Jun-18	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	100%	Memenuhi
Jul-18	Rp 38.540.000	Rp 50.000.000	77%	Tidak
Agu-18	Rp 34.600.000	Rp 50.000.000	69%	Tidak
Sep-18	Rp 42.000.000	Rp 50.000.000	84%	Memenuhi
Okt-18	Rp 39.500.000	Rp 50.000.000	79%	Tidak
Nov-18	Rp 45.300.000	Rp 50.000.000	91%	Memenuhi
Des-18	Rp 47.800.000	Rp 50.000.000	96%	Memenuhi
Jan-19	Rp 32.650.000	Rp 50.000.000	65%	Tidak
Feb-19	Rp 34.750.000	Rp 50.000.000	70%	Tidak
Mar-19	Rp 44.230.000	Rp 50.000.000	88%	Memenuhi
Apr-19	Rp 39.320.000	Rp 50.000.000	79%	Tidak
Mei-19	Rp 47.850.000	Rp 50.000.000	96%	Memenuhi
Jun-19	Rp 50.000.000	Rp 50.000.000	100%	Memenuhi
	Rata-rata persentase target penjualan		83%	



Gambar 1.1

Grafik Jumlah Pendapatan *Boxout Store* juni 2017 - Juni 2019

Dari Grafik diatas, dapat dilihat bahwa tidak tercapainya target pendapatan dari bulan juni tahun 2017 hingga Juni 2019 yang mengakibatkan pada penurunan jumlah pendapatan *Boxout Store*. Hal tersebut disebabkan strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Boxout Store* kurang tepat, sehingga menyebabkan berkurangnya minat konsumen untuk berbelanja ke *Boxout Store*. yang mengakibatkan penurunan jumlah pendapatan pada bulan-bulan tertentu dari *Boxout Store*.

Dengan melihat hal tersebut membuat peneliti ingin membantu *Boxout Store* untuk menentukan startegi pemasaran yang tepat dan dapat diterapkan oleh *Boxout Store*, agar dapat menarik kembali minat konsumen untuk berbelanja ke *Boxout Store*, sehingga dapat menaikkan jumlah pendapatan *Boxout Store* dapat kembali meningkat dan mencapai target.

1.2 Identifikasi Masalah

Dengan melihat permasalahan pada *Boxout store* berikut merupakan beberapa kemungkinan penyebab terjadinya penurunan jumlah pendapatan pada *Boxout store* :

1. *Boxout store* belum mengetahui faktor-faktor kepentingan konsumen dalam memilih Produk *Clothing Store*.

2. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kinerja *Boxout store*.
3. *Boxout store* belum tepat dalam menentukan *Segmentation, Targeting, dan Positioning*.
4. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh *Boxout store* belum tepat.
5. *Boxout store* belum mampu bersaing dengan pesaing-pesaingnya yang membuka usaha *Clothing Store*.
6. Adanya ketidakloyalan konsumen terhadap *Boxout Store*.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar dalam penelitian tidak membahas terlalu luas sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian. Hal-hal yang tidak dibahas secara mendalam pada penelitian ini adalah:

1. Persaingan terhadap usaha *Clothing Store* yang ada di Jl.Cibeunying Kolot.
2. Tidak melakukan penelitian tentang Ketidakloyalan konsumen terhadap *Boxout Store*.

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 Produk *Clothing Store*?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap *Boxout store* pada saat ini?
3. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh *Boxout Store* ?

4. Bagaimana strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh *Boxout Store* agar dapat meningkatkan jumlah pendapatannya?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai yaitu dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan yang telah dikemukakan dalam perumusan masalah. Adapun tujuan dari penelitian adalah sebagai berikut;

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih Produk *Clothing Store*.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap *Boxout store* saat ini.
3. Mengetahui usulan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh *Boxout Store* dapat meningkatkan jumlah pendapatan.
4. Memberikan usulan strategi pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh *Boxout Store* agar dapat meningkatkan jumlah pendapatan.

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 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian teori 7P, populasi, dan sampel, teknik pengumpulan data, Analisis Faktor, uji hipotesis ketidakpuasan, matriks IPA (*Importance and Performance Analysis*).

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang *flowchart* (prosedur penelitian) dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flowchart*.

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, Analisis Faktor uji *validitas*, dan *reliabilitas*, matriks IPA, Uji Hipotesis Ketidakpuasan, dan penentuan target perusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran yang dapat digunakan untuk membantu pihak *Bouxout Store* untuk memperbaiki dan meningkatkan pendapatannya.