

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dewasa ini perekonomian tengah berkembang dengan pesatnya. Persaingan dalam dunia bisnis mulai mengarah pada perekonomian bebas yang semakin kompleks. Tingginya tingkat persaingan dalam dunia usaha tersebut menyebabkan perlunya pemahaman produsen akan lingkungan pasar yang akan dimasukinya. Untuk mencapai kesuksesan usaha, konsumen harus ditempatkan pada posisi teratas, sebab konsumen merupakan nafas bagi tiap perusahaan. Jika konsumen merasa puas akan produk atau jasa yang ditawarkan suatu perusahaan, maka secara tidak langsung konsumen tersebut akan memasarkan produk atau jasa ke konsumen lain secara mulut ke mulut. Keadaan ini mengakibatkan setiap perusahaan semakin dituntut untuk bekerja dengan lebih efektif dan efisien. Untuk terus dapat meningkatkan daya produksinya tentu saja perusahaan harus mengutamakan faktor pelanggan. Sebab pelanggan merupakan faktor terpenting bagi kehidupan suatu perusahaan, walaupun faktor-faktor lainnya juga tidak dapat dikesampingkan.

Pada lingkungan bisnis supermarket, hal di atas juga berlaku. Supermarket merupakan salah satu usaha bisnis yang cukup menjanjikan, sebab manusia memiliki kebutuhan-kebutuhan yang sebagian besar pemenuh kebutuhan tersebut tersedia di supermarket. Walaupun di pasar tradisional alat pemenuh kebutuhan juga tersedia, tetapi manusia modern sekarang cenderung lebih mencari kepraktisan berbelanja. Oleh karena bisnis supermarket cukup menjanjikan, maka sekarang ini jumlah supermarket semakin bertaburan. Keadaan ini menyebabkan supermarket perlu memiliki kualitas produk dan pemasaran yang baik untuk dapat memperoleh loyalitas dari pelanggan. Persaingan antar supermarket pun semakin ketat, hingga kini kita dapat melihat bahwa beberapa supermarket antara satu dengan yang lain mempunyai jarak yang berdekatan.

Kondisi ini juga dirasakan oleh supermarket “X” yang berada di jalan Surya Sumantri. Posisinya yang terletak di depan kampus Universitas Kristen Maranatha (UKM) menunjukkan bahwa supermarket tersebut mempunyai target pasar mahasiswa UKM dan orang-orang yang hidup di lingkungan kampus UKM. Padahal di dekat kampus UKM terdapat pula supermarket “Y”. Selama ini supermarket “Y” telah terlebih dahulu berdiri dan memiliki pangsa pasar kampus UKM. Kedua supermarket ini memiliki jenis dan kelengkapan produk yang relatif sama. Dengan adanya supermarket “X” maka bisnis pasar serba ada di daerah kampus UKM menjadi semakin ramai. Maka dari itu dengan penerapan strategi bersaing yang baik, diharapkan supermarket “X” dapat memenangi pasar serta mampu menanggulangi masalah-masalah yang ada.

1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Sebelum berdirinya supermarket “X”, supermarket “Y” telah lebih dahulu menguasai pangsa pasar para mahasiswa Universitas Kristen Maranatha (UKM) maupun orang-orang yang hidup di sekitar jalan Surya Sumantri. Walaupun demikian supermarket “X” masih melihat adanya peluang untuk memasuki pasar. Tetapi untuk menembus pangsa pasar supermarket “Y” ternyata merupakan hal yang sangat sulit, sebab supermarket “Y” telah memiliki pasar yang cukup kuat.

Hal tersebut menyebabkan persaingan menjadi berat bagi supermarket “X”. Oleh karena itu diperlukan analisis pasar untuk mengetahui penyebab utama mengapa pelanggan berbelanja di supermarket serta strategi persaingan yang baik untuk meningkatkan penjualan dari supermarket “X”.

1.3 PEMBATAHAN MASALAH

Untuk menghindari pengamatan yang terlalu luas terhadap pokok permasalahan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah yang dilakukan antara lain :

- ♪ Kedua objek penelitian, yaitu objek yang diteliti penulis dan objek pembanding berlokasi di jalan Surya Sumantri.
-

1.4 PERUMUSAN MASALAH

Pada pembuatan Laporan Tugas Akhir ini penulis telah merumuskan beberapa masalah yang akan diteliti yaitu :

- ♪ Faktor-faktor apa saja yang sangat berpengaruh atau dominan yang dapat mempengaruhi konsumen berbelanja ke supermarket?
- ♪ Strategi bersaing bagaimana yang sebaiknya diterapkan supermarket “X” berdasarkan faktor-faktor dominan yang telah dihasilkan dari penelitian?

1.5 TUJUAN DAN MANFAAT PENELITIAN

1.5.1 TUJUAN PENELITIAN

Sehubungan dengan disusunnya laporan ini maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- ♪ Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang sangat berpengaruh atau dominan yang dapat mempengaruhi konsumen berbelanja ke supermarket.
- ♪ Untuk mengetahui strategi bersaing yang sebaiknya diterapkan oleh supermarket “X” berdasarkan faktor-faktor dominan yang telah dihasilkan dari penelitian.

1.5.2 MANFAAT PENELITIAN

Adapun manfaat dari penyusunan dan pembuatan Laporan Tugas Akhir ini yaitu :

- ♪ Bagi penulis :
 - ✓ Untuk menyelesaikan Laporan Tugas Akhir Jurusan Teknik Industri di Universitas Kristen Maranatha.
 - ✓ Penelitian ini dapat memberikan pengertian lebih mendalam berkenaan dengan Manajemen Pemasaran yang diperoleh di perkuliahan dan dapat diterapkan secara praktek di perusahaan.
-

♪ Bagi perusahaan :

- ✓ Sebagai umpan balik dan bahan referensi bagi perusahaan untuk mengetahui seberapa besar supermarket “X” dapat diterima oleh masyarakat sekitar.
- ✓ Menerapkan strategi-strategi memenangkan pasar menghadapi persaingannya secara langsung dengan supermarket “Y”.

1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini terbagi dalam enam bab, yaitu pendahuluan, landasan teori, metodologi penelitian, pengumpulan dan pengolahan data, analisis, serta kesimpulan dan saran. Bab-bab tersebut adalah :

♪ Bab I Pendahuluan

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika penulisan.

♪ Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini merupakan landasan teori yang didapatkan melalui studi literatur. Teori-teori yang ada tersebut kemudian akan digunakan sebagai kerangka pemikiran dan dasar penelitian penulis.

♪ Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini menjelaskan secara lebih terinci mengenai tahapan proses penelitian dan langkah-langkah yang dilakukan dalam upaya pencapaian tujuan penelitian.

♪ Bab IV Pengumpulan Data

Bab ini menyajikan secara ringkas data-data yang diperoleh dalam penelitian serta metode yang digunakan penulis dalam mengumpulkan data.

♪ Bab V Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini menyajikan cara penulis melakukan pengolahan data dan analisis serta perbandingan dengan teori yang ada. Analisis data berguna untuk mengetahui hasil dari penelitian sebelum disimpulkan.

♪ Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dan saran dari penulis tentang permasalahan dan pemecahannya bagi perusahaan.