

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya perindustrian di kota Bandung, telah menyebabkan para investor membuka usaha di kota ini. Usaha-usaha tersebut beranekaragam macamnya, ada yang berupa usaha tempat hiburan, rumah makan, dan pusat perbelanjaan. Semakin lama, usaha-usaha ini semakin berkembang sehingga tidak dapat terhitung lagi jumlahnya. Bahkan untuk pusat perbelanjaan, kota Bandung memiliki beberapa lokasi seperti Pasar Baru Trade Center, Bandung Trade Center, ITC Kebon Kelapa, ITC Kopo, dan masih banyak lainnya. Pusat perbelanjaan ini merupakan tempat berkumpulnya toko-toko yang menjual barang dagangannya, yang dapat berupa pakaian, aksesoris, perlengkapan rumah tangga, dan lain-lain.

PD.SAHABAT merupakan salah satu toko yang berlokasi di sebuah pusat perbelanjaan di kota Bandung, yaitu di Pasar Baru Trade Center. Toko yang memulai usahanya sejak tahun 1996 ini, awalnya menjual berbagai macam sprei, selimut, dan *bed cover*. Namun, usahanya ini kemudian berubah menjadi pakaian batik. Pada saat itu usaha PD.SAHABAT menjual pakaian batik ini dapat terbilang cukup laris. Hal ini mungkin disebabkan karena pada saat itu kondisi Pasar Baru Trade Center masih baru berdiri, jadi hanya beberapa toko yang buka.

Seiring dengan jalannya waktu, satu per satu toko di Pasar Baru Trade Center mulai bermunculan. Begitu juga dengan toko-toko yang bergerak di bidang yang sama dengan PD.SAHABAT yaitu menjual pakaian batik pria. Munculnya toko-toko serupa ini, cukup membuat pemilik toko PD.SAHABAT merasakan adanya persaingan dan menurut keterangan pemilik toko, selama satu tahun kemarin, tepatnya tahun 2006, PD.SAHABAT mengalami fluktuasi penjualan. Untuk bulan-bulan tertentu penjualan dapat mencapai penghasilan sekitar 100 jutaan, dengan keuntungan sekitar 30 persen. Tetapi jika terjadi penurunan, hasil

penjualan yang diperoleh hanya mencapai setengah dari hasil penjualan pada saat naik.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan Bapak Gani selaku pemilik PD.SAHABAT, maka dapat diidentifikasi hal-hal yang menyebabkan terjadinya penurunan hasil penjualan pakaian batik PD.SAHABAT di Pasar Baru Trade Center Bandung, yaitu:

1. Pada tahun 2003 akhir, mulai bermunculan toko-toko serupa dengan PD.SAHABAT yaitu toko yang menjual pakaian batik, seperti untuk di lantai dasar 1 terdapat PD.Batik Citra, PD.Sahara, PD.Ambarsari, PD.Sinar Buana, PD. Cahaya Agung, PD.Widjaya, PD.Kencana Ungu dan lainnya; untuk lantai dasar 2 terdapat PD.Formal Batik, PD.Dua Mutiara, PD.SONY, PD.Aneka Baru dan lainnya. Dengan bermunculannya toko-toko ini, PD.SAHABAT mulai merasakan adanya persaingan.
2. PD.SAHABAT belum mengetahui pendapat pelanggan mengenai jasa dan produk yang dijualnya selama ini.
3. PD.SAHABAT belum mengetahui karakteristik dari pelanggannya.
4. PD.SAHABAT belum mengetahui strategi pemasaran untuk mengatasi persaingan yang terjadi di Pasar Baru Trade Center, Bandung.

Oleh karena itu, penulis akan melakukan penelitian Tugas Akhir mengenai hal ini dan diberi judul “Analisis Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Pakaian Batik dan Usulan Strategi Pemasaran Berdasarkan *Segmentation, Targeting, Positioning* dan *Importance Performance Analysis* (Studi Kasus: PD. SAHABAT, di Otto Iskandardinata, Pasar Baru Trade Center, Bandung)”.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar penelitian yang dilakukan menjadi lebih jelas dan terarah, maka dibutuhkan pembatasan masalah. Pembatasan masalah yang digunakan antara lain adalah :

1. Penelitian Tugas Akhir ini tidak membahas mengenai persaingan.

2. Penelitian akan dilakukan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dengan memperhatikan hasil penilaian tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan, metode yang digunakan adalah metode *Importance Performance Analysis*.
3. Penelitian akan dilakukan untuk mengetahui karakteristik pelanggannya, dengan menanyakan profilnya di kuesioner, untuk kemudian dilakukan *segmentation, targeting, dan positioning*.
4. Penelitian akan dilakukan untuk menentukan strategi pemasaran berdasarkan *segmentation, targeting, dan positioning* serta metode *Importance Performance Analysis*.

1.4 Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Apa saja faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan pada saat berbelanja di PD.SAHABAT?
2. Apa saja faktor-faktor utama yang perlu untuk diperbaiki oleh PD.SAHABAT?
3. Bagaimana usulan strategi pemasaran untuk PD.SAHABAT berdasarkan *segmentation, targeting, dan positioning* serta metode *Importance Performance Analysis*?

1.5 Tujuan Penelitian

Penyusunan laporan ini dilakukan untuk mencapai dua buah tujuan. Tujuan pertama, yaitu untuk memenuhi laporan Tugas Akhir sebagai persyaratan akademik dalam mencapai Sarjana Strata 1 (S-1). Tujuan kedua, yaitu tujuan operasional yang terdiri dari :

1. Mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pelanggan pada saat berbelanja di PD.SAHABAT.
2. Mengetahui faktor-faktor yang harus diperbaiki oleh PD.SAHABAT.

3. Menentukan usulan strategi pemasaran untuk PD.SAHABAT berdasarkan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* serta metode *Importance Performance Analysis*.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini disusun dalam 6 (enam) bab yang saling berkaitan dan ditulis berdasarkan sistematika sebagai berikut :

BAB 1: PENDAHULUAN

Berisi gambaran mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, penjelasan tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang memberikan gambaran umum mengenai penelitian yang dilakukan.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan sampai dengan penulisan Laporan Tugas Akhir.

BAB 4: PENGUMPULAN DATA

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB 5: PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi pengolahan data yang akan dilakukan untuk dapat memecahkan masalah yang terjadi dalam penelitian Tugas Akhir disertai analisis hasil yang telah diperoleh berdasarkan pengolahan data.

BAB 6: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh dengan berpedoman pada analisis yang telah dilakukan. Selain itu, pada tahap ini juga diberikan saran yang bermanfaat bagi pihak toko dalam memenuhi kepuasan pelanggan baik dalam hal jasa maupun produk.