

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan usaha ritel di Indonesia, tempat berbelanja saat ini sangat digemari masyarakat. Usaha ritel ini timbul akibat keinginan masyarakat untuk berbelanja keperluan sehari-hari yang nyaman, enak, dan praktis. Adanya ketertarikan konsumen yang sangat besar pada usaha ritel ini membuat banyak pengusaha berlomba-lomba untuk melakukan inovasi pelayanan pada usaha ritel. Salah satu tempat yang usaha ritel adalah Hypermart, yang menyediakan barang-barang yang lengkap terutama barang keperluan sehari-hari dengan pelayanan yang baik, nyaman, dan cepat.

Hypermart adalah salah satu usaha ritel yang terdapat di Bandung Indah Plaza (BIP) yang berdiri sejak BIP melakukan renovasi yaitu pada akhir tahun 2005. Selain di Bandung Indah Plaza (BIP), Hypermart yang termasuk dalam Matahari Group ini mempunyai cabang lain di kota Bandung yaitu di Metro Trade Center (MTC) yang akhir-akhir ini baru saja melaksanakan *grand opening*. Selain di kota Bandung, Hypermart juga terdapat di kota-kota lain di Indonesia yaitu Jakarta, Tangerang, Depok, Medan, Batam, Banjarmasin, dan Manado. Hypermart menyediakan barang-barang yang sangat lengkap mulai dari makanan, minuman, pakaian, barang perawatan tubuh, sampai ke barang-barang elektronik seperti televisi, *tape*, dan lain-lain.

Dari awal pembukaan Hypermart hingga sekarang, pihak Hypermart mengalami fluktuasi penjualan dimana pada saat awal bulan maka penjualan akan sangat meningkat, sedangkan pada saat akhir bulan maka penjualan akan menurun. Penjualan biasanya meningkat pada hari Sabtu dan Minggu dimana kebanyakan orang pergi untuk bersantai dan berbelanja. Pada awal-awal pembukaan Hypermart penjualan terus meningkat, tetapi pada bulan April hingga bulan Desember 2006 penjualan Hypermart mengalami penurunan $\pm 40\%$ dibandingkan dengan bulan Januari hingga Maret 2006.

Saat ini Hypermart merupakan pendatang baru di kota Bandung bagi para pesaingnya dalam bidang usaha ritel. Persaingan yang terjadi antara lain dalam hal jenis produk, kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas pelayanan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertimbangan kondisi pasar, dimana konsumen dihadapkan pada begitu banyaknya pilihan tempat usaha ritel, maka pihak Hypermart Bandung Indah Plaza perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada agar dapat meningkatkan penjualannya. Maka dapat diidentifikasi hal-hal yang dapat menyebabkan terjadinya penurunan penjualan Hypermart Bandung Indah Plaza, yaitu:

1. Adanya pesaing yang sama-sama bergerak dalam usaha ritel, membuat konsumen mempunyai banyak pilihan tempat ritel untuk dikunjungi.
2. menurut hasil pengamatan, adanya ketidak-puasan pelanggan terhadap pelayanan dari para pegawai Hypermart.

Berdasarkan hal diatas, maka perlu dilakukan penelitian tentang “*Analisis dan Usulan Strategi Pemasaran (studi kasus di Hypermart Bandung Indah Plaza)*”. Sebelum memperhitungkan adanya persaingan sesama usaha ritel (*external*), Hypermart harus mengutamakan kepuasan konsumen (*internal*) dalam berbelanja di Hypermart karena jika konsumen tidak puas dengan pelayanan Hypermart maka konsumen akan segera beralih ke para pesaing. Jadi maka itu menganalisis kepuasan konsumen dan memberikan usulan strategi pemasaran lebih didahulukan daripada menganalisis pesaing utama.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Akibat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain:

- Penelitian dilakukan pada Hypermart yang terletak di lantai 1 Bandung Indah Plaza sebagai studi kasus utama.

- Masalah yang diteliti yaitu kepuasan konsumen terhadap pelayanan dari para pegawai Hypermart dan persaingan.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hypermart?
2. Apakah penetapan sasaran pasar yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan data di lapangan?
3. Bagaimana pelayanan Hypermart menurut persepsi konsumen berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat ritel?
4. Upaya apa yang perlu dilakukan untuk meningkatkan pelayanan dan penjualan Hypermart?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih Hypermart.
2. Untuk mengetahui penetapan sasaran pasar yang dilakukan perusahaan sudah sesuai dengan data di lapangan
3. Untuk menganalisis pelayanan Hypermart menurut persepsi konsumen berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih tempat usaha ritel.
4. Untuk mengetahui upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan pelayanan dan penjualan Hypermart.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan penulisan tugas akhir ini disusun sedemikian rupa, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas. Laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori, prinsip-prinsip, serta aturan-aturan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian dan pembahasan masalah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian yang sistematis yang berguna dalam memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Pada bab ini dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

BAB IV : PENGUMPULAN DATA

Bab ini membahas secara terperinci tentang data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB V : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang dihadapi.