

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kehidupan masyarakat saat ini seringkali disibukkan dengan berbagai aktivitas. Aktivitas dapat dilakukan disatu tempat maupun di tempat yang berbeda. Aktivitas yang berbeda tempat tersebut dimudahkan dengan berbagai macam sarana transportasi. Tanpa adanya sarana transportasi, maka setiap orang akan kesulitan untuk melakukan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain.

Belakangan ini masyarakat lebih suka menggunakan kendaraan pribadi dari pada kendaraan umum. Salah satunya adalah mobil yang semakin banyak dijumpai dijalanan, terutama di kota besar. Agar mobil tetap nyaman digunakan, maka diperlukan perawatan terutama dari segi sparepart. Meskipun masyarakat sering menganggap remeh sparepart tetapi hal itu merupakan komponen penting dari suatu mobil. Sparepart dapat dijumpai di toko-toko yang menjual alat-alat pendukung mobil maupun tempat service mobil. Salah satu toko yang menjual sparepart mobil adalah toko sparepart “X” yang terletak di jalan Pungkur.

Toko sparepart “X” merupakan salah satu toko yang menjual berbagai macam sparepart mobil yang telah berdiri sejak tahun 1990. Sparepart yang dijual oleh toko sparepart “X” adalah sparepart untuk mobil-mobil pabrikan Jepang, seperti Honda, Suzuki, Daihatsu, Toyota, Isuzu dan Mitsubishi. Toko sparepart “X” telah cukup lama dikenal oleh masyarakat Bandung dan tidak sedikit pula yang menjadi pelanggan tetap, baik pemakai akhir/pemilik mobil atau bukan. Akan tetapi berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik toko sparepart “X”, didapatkan informasi bahwa sejak tahun 2009 toko sparepart “X” mengalami penurunan omset sekitar 20%, dibanding penjualan pada tahun 2008. Sampai tahun 2012, belum terjadi perubahan yang lebih baik terhadap penjualan toko sparepart “X”.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari hasil pengamatan dan wawancara yang telah dilakukan terhadap toko sparepart “X”, dapat diidentifikasi masalah-masalah yang terjadi sebagai berikut :

1. Belum diketahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko sparepart mobil.
2. Banyaknya pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu toko sparepart mobil.
3. Belum diketahui kelebihan dan kekurangan dari toko sparepart “X” dibanding pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen.
4. Toko sparepart “X” belum memiliki strategi pemasaran yang tepat.
5. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh toko sparepart “X”.
6. Menurunnya daya beli konsumen.
7. Kurang tepatnya *segmenting*, *targeting* dan *positioning* dari toko sparepart “X”.

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Karena adanya keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya maka dibutuhkan beberapa pembatasan masalah dan asumsi, yaitu sebagai berikut :

Pembatasan Masalah :

1. Konsumen yang diamati hanya pemakai akhir.
2. Penulis tidak mengamati penyebab menurunnya daya beli konsumen.

1.4. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap toko sparepart “X” ?
2. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko sparepart mobil ?
3. Apa yang menjadi kelebihan dan kekurangan dari toko sparepart “X” dibandingkan pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen ?
4. Bagaimana *segmentasi*, *targeting* dan *positioning* dari toko sparepart “X” ?

5. Strategi pemasaran apa yang dapat diusulkan kepada toko sparepart “X” agar penjualannya meningkat ?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ada, maka tujuan yang hendak dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap toko sparepart “X”.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih toko sparepart mobil.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan dari toko sparepart “X” dibandingkan pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen.
4. Untuk mengetahui *segmentasi*, *targeting* dan *positioning* dari toko sparepart “X”.
5. Untuk mengetahui strategi pemasaran apa yang dapat diusulkan kepada toko sparepart “X” agar penjualannya meningkat.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

➤ Bab 1 Pendahuluan

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

➤ Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori-teori dasar yang berhubungan dengan pengamatan yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

➤ Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis dalam penelitian, yang digambarkan dalam bentuk *flow chart* agar penyusunan Tugas Akhir ini dapat terlaksana dengan baik dari awal sampai selesai.

➤ Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai data-data yang dibutuhkan untuk pengolahan data, yang didapat dari hasil pengamatan, wawancara, dan penyebaran kuesioner.

➤ Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi mengenai pengolahan data yang dilakukan oleh penulis untuk memecahkan masalah yang ada dan juga berisi analisis berdasarkan hasil pengolahan yang telah dilakukan.

➤ Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari analisis yang telah dilakukan dan saran yang dapat digunakan pada penelitian selanjutnya, serta saran-saran bagi toko sparepart “X”.