

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis ritel yang semakin pesat mengakibatkan jumlah minimarket di kota Bandung semakin banyak, contoh: Yomart yang berada di bawah naungan PT Yomart Rukun Selalu, memiliki $\pm$ 63 minimarket di kota Bandung. Salah satu cabang Yomart di kota Bandung tersebut terletak di Jl. Prof. Drg. Surya Sumantri No. 70, Bandung. Minimarket ini berada di depan gedung GWM Universitas Kristen Maranatha. Oleh karena itu, salah satu segmen pasar yang dipilih oleh Yomart cabang Surya Sumantri adalah mahasiswa yang tinggal di sekitar kampus atau sering disebut dengan anak kos. Untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dari anak kos, maka Yomart cabang Surya Sumantri menyediakan makanan dan minuman ringan, makanan instan, buah-buahan, telur, perlengkapan memasak, pembersih lantai, perlengkapan mencuci, perlengkapan mandi, pembasmi serangga, pengharum ruangan, voucher isi ulang, tissue, pembalut, kosmetik, dan obat-obatan. Selain itu, lokasi Yomart cabang Surya Sumantri juga berada dekat dengan kompetitor sejenis, yaitu: Tujuh Sebelas dan Indomaret Maranatha. Hal ini menimbulkan persaingan diantara minimarket dalam memberikan kinerja yang terbaik bagi konsumennya.

Yomart cabang Surya Sumantri merupakan cabang ke-113 yang berdiri pada tanggal 27 Juli 2007. Sejak berdirinya, Yomart cabang Surya Sumantri mengalami tingkat penjualan yang paling rendah dan jumlah pengunjung yang paling sedikit dibandingkan Yomart cabang lainnya di kota Bandung. Perbandingan antara tingkat penjualan Yomart cabang Surya Sumantri dengan Yomart cabang Dayeuhkolot, Ciparay, dan Baleendah (minimarket yang tingkat penjualannya tertinggi) adalah 1 : 4. Yomart cabang Surya Sumantri juga belum mencapai target perusahaan, yaitu: Rp 238.545.000,-/bulan. Tingkat penjualan yang dapat dicapai oleh Yomart cabang Surya Sumantri saat ini hanya sebesar 80% dari target perusahaan. Target perusahaan tersebut diperoleh dari hasil

perhitungan, yaitu: 30 hari operasi toko dalam bulan ini * Rp 15.500,-/transaksi * 513 transaksi/hari.

1.2 Identifikasi Masalah

Faktor-faktor yang mungkin menjadi penyebab rendahnya tingkat penjualan dan sedikitnya jumlah pengunjung Yomart cabang Surya Sumantri, yaitu:

1. Adanya kompetitor sejenis di lokasi yang berdekatan, yaitu Indomaret Maranatha dan Tujuh Sebelas.
2. Pihak PT Yomart Rukun Selalu belum menentukan target pasar yang tepat bagi Yomart cabang Surya Sumantri.
3. Konsumen merasa kurang puas terhadap kinerja Yomart cabang Surya Sumantri karena pihak PT Yomart Rukun Selalu belum menerapkan strategi pemasaran yang tepat menurut bauran pemasaran dan menurut kondisi eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) Yomart cabang Surya Sumantri.
4. Pihak PT Yomart Rukun Selalu belum mengetahui tingkat kepuasan konsumen berdasarkan persepsi dan harapan konsumen terhadap kinerja Yomart cabang Surya Sumantri.

1.3 Pembatasan Masalah

Akibat keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah pada topik penelitian, yaitu: "Analisis dan Usulan Strategi Persaingan Minimarket". Pembatasan masalah tersebut dilakukan dengan menentukan permasalahan yang tidak dibahas dalam penelitian ini, yaitu:

- ✦ Analisis tingkat kepentingan kinerja (*Importance-Performance Analysis*)

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka dapat dirumuskan masalah penelitian, yaitu:

1. Faktor apa saja yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih minimarket?
2. Bagaimana posisi persaingan antara Yomart cabang Surya Sumantri dengan pesaingnya menurut persepsi konsumen?
3. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap Yomart cabang Surya Sumantri?
4. Bagaimana kondisi eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) Yomart cabang Surya Sumantri?
5. Bagaimana segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* bagi Yomart cabang Surya Sumantri?
6. Upaya apa saja yang perlu dilakukan Yomart cabang Surya Sumantri agar dapat meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini terhadap PT Yomart Rukun Selalu, yaitu:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam memilih minimarket.
2. Untuk menganalisis posisi persaingan antara Yomart cabang Surya Sumantri dengan pesaingnya berdasarkan persepsi konsumen.
3. Untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap Yomart cabang Surya Sumantri.
4. Untuk mengetahui kondisi eksternal (peluang dan ancaman) dan internal (kekuatan dan kelemahan) Yomart cabang Surya Sumantri.
5. Untuk mengetahui segmentasi pasar, *targeting*, dan *positioning* bagi Yomart cabang Surya Sumantri.
6. Untuk mengetahui upaya apa saja yang perlu dilakukan Yomart cabang Surya Sumantri untuk meningkatkan penjualannya.

1.6 Sistematika Penelitian

Untuk memperoleh gambaran menyeluruh, maka dapat diinformasikan secara garis besar sistematika penulisan tugas akhir ini setelah BAB 1 adalah sebagai berikut:

BAB 2 Landasan Teori

Berisikan landasan teori yang didalamnya memuat semua teori yang diperlukan atau teori yang dipakai selama melakukan penelitian.

BAB 3 Metodologi Penelitian

Berisikan langkah-langkah sistematis yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian selama menyusun laporan ini.

BAB 4 Pengumpulan Data

Berisikan pembahasan secara terinci tentang 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

Berisikan pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Berisikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini dan saran-saran yang berguna bagi PT Yomart Rukun Selalu di masa mendatang.