

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perubahan dalam pola kehidupan manusia selalu terjadi dalam waktu yang sangat cepat. Hampir semua kegiatan manusia saat ini tidak terbatas oleh masalah ruang, waktu, maupun jarak. Pekerjaan manusia pun saat ini banyak yang tidak dilakukan di kantor seperti pada saat sebelumnya, sehingga membutuhkan suatu alat bantu yang memudahkan dalam menyelesaikan pekerjaan-pekerjaan tersebut

Berdasarkan kehidupan manusia yang seperti itulah maka beberapa ahli mencoba mencari solusi untuk jalan keluarnya dan kemudian ditemukanlah suatu alat yang dikenal dengan nama komputer pada tahun 1980an. Perkembangan komputer bukan terjadi dalam hitungan tahun namun dapat dikatakan dalam hitungan bulan baik dilihat dari segi *software* maupun *hardware* yang ada. Saat ini, dapat dengan mudah dijumpai seseorang yang membawa komputer ketika dia bepergian, yaitu yang biasa disebut laptop ataupun *notebook*.

Salah satu pelaku usaha di bidang komputer adalah CV Alam Prima Komputer yang berpusat di kota Bandar Lampung. Secara umum, perusahaan ini bergerak pada bidang penyedia komputer, pelatihan komputer, dan penyedia jasa konsultan tentang komputer termasuk dalam hal *hardware*, *software*, dan jaringan. Perusahaan ini membuka cabang di kota Bandung sejak Mei 2008. CV Alam Prima Komputer cabang Bandung ini yang secara khusus hanya memfokuskan pada bidang penyedia *hardware* komputer dan *notebook* saja. Saat ini CV Alam Prima Komputer Bandung hanya menjual komputer dan *notebook* dari satu merk saja yaitu ZYREX. Hal ini dikarenakan CV Alam Prima Komputer berpendapat bahwa komputer dan *notebook* merk tersebut merupakan produk yang murah dan dapat dijangkau oleh banyak lapisan masyarakat. Namun perkembangannya tidak sebaik yang diharapkan karena banyak mengalami

kendala baik dari segi internal perusahaan maupun dari segi eksternal yang tidak dapat dijangkau oleh perusahaan seperti masalah model, perubahan spesifikasi dengan cepat, perubahan harga, dan lainnya. Permasalahan utama yang dihadapi adalah tidak tercapainya target penjualan melalui distribusi ke toko-toko dan kepada perorangan sebesar 75 unit per bulan, karena pada kenyataannya penjualan rata-rata per bulan sebesar 30 unit meliputi semua jenis baik berupa komputer maupun *notebook* selama periode Mei 2008 – Agustus 2009.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun faktor-faktor penyebab masalah yang dapat teridentifikasi pada perusahaan tersebut adalah :

1. Belum adanya strategi pemasaran yang cocok di perusahaan tersebut.
2. Kurangnya pengawasan dan pemantauan dari perusahaan terhadap karyawannya.
3. Ketidakpuasan konsumen terhadap kecepatan pelayanan yang diakibatkan kurangnya jumlah pegawai di perusahaan tersebut.
4. Ketidakpuasan konsumen terhadap jenis merk yang tersedia..
5. Lokasi perusahaan yang terletak di pinggir kota Bandung dan relatif sepi transaksi.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Untuk memfokuskan permasalahan yang akan diteliti maka dilakukan pembatasan pada permasalahan yang ada yaitu :

1. Penelitian dilakukan berdasarkan metode IPA (*Importance Performance Analysis*) dan STP (*Segmentation, Targetting, and Positioning*).
2. Penelitian ini tidak membahas tentang manajemen penyediaan barang untuk jenis merk yang ada.
3. Penelitian ini tidak membahas tentang jumlah pegawai yang optimal karena ketidakpuasan konsumen terhadap jumlah pegawai di perusahaan.

4. Penelitian ini tidak mengamati tentang penjualan aksesoris komputer yang tersedia di CV Alam Prima Komputer.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian yang dilakukan maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

1. Faktor – faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam membeli komputer dan *notebook*?
2. Bagaimanakah tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan yang dirasakan oleh konsumen?
3. Bagaimana usulan strategi pemasaran yang bisa dilakukan perusahaan dengan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* serta IPA?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Mengetahui faktor – faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam membeli komputer dan *notebook*.
2. Mengetahui tingkat kepuasan dan kepentingan yang dirasakan oleh konsumen.
3. Memberikan usulan strategi pemasaran yang bisa dilakukan perusahaan berdasarkan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* serta IPA.

1.6 Sistematika Penelitian

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini terdapat latar belakang masalah, bagian identifikasi masalah, bagian bagian pembatasan masalah, dan bagian sistematika penulisan.

Bab 2 Landasan Teori

Pada bab ini berisi tinjauan teori-teori yang berhubungan dengan topik yang dibahas dalam laporan ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian ini dari awal hingga laporan ini selesai.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi data-data hasil pengamatan dan juga hasil pengolahan data yang dapat berguna sebagai dasar dalam pembuatan bab analisis.

Bab 5 Analisis dan Usulan

Di dalam bab ini berisi analisis dari data-data pengamatan yang telah ada dan juga usulan penulis untuk pencapaian tujuan penelitian.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Di dalam bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan isi laporan dan saran dari penulis.