

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini laju pertumbuhan penduduk di Indonesia semakin meningkat, sehingga mendorong peningkatan jumlah kebutuhan masyarakat. Hal itu mengakibatkan makin banyaknya industri penyedia kebutuhan masyarakat. Contohnya adalah semakin banyak toko serba ada (toserba) yang muncul sebagai pemenuh kebutuhan masyarakat. Toserba merupakan suatu bentuk toko yang menjual barang dagangannya secara eceran dimana barang-barang yang dijual umumnya digolongkan menjadi barang-barang kebutuhan pria, barang-barang kebutuhan wanita, barang-barang kebutuhan remaja, barang-barang kebutuhan anak, dan alat-alat rumah tangga (sumber : http://id.wikipedia.org/wiki/Toko_serba_ada).

Tiap toserba memiliki ciri dan keunggulan yang berbeda-beda dan memiliki penilaian yang berbeda dari masing-masing orang. Setiap toserba bersaing untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik pada setiap konsumen untuk mendapatkan kepercayaan dari tiap konsumennya. Pelayanan yang diberikan dapat berupa kelengkapan barang yang ditawarkan, kondisi bangunan, kemudahan pembayaran, dan lain-lain.

Pada kesempatan ini, penelitian dilakukan pada sebuah toserba yang bernama Samudera Toserba yang berdiri pada bulan September 2006 dan beralamat di Jalan Raya Barat No.729 Cimahi. Samudera Toserba merupakan salah satu toserba yang dapat bersaing dengan toserba yang ada di daerah Cimahi.

Dari informasi yang didapat setelah melakukan wawancara dengan pihak Samudera Toserba, saat ini Samudera Toserba sudah cukup dikenal masyarakat dan sudah memiliki pelanggan yang cukup banyak. Hal ini dapat dilihat dari jumlah konsumen yang telah membuat kartu *member* Samudera Toserba. Namun

masih terdapat permasalahan mengenai target pendapatan yang tidak dapat tercapai, dimana persentase tidak tercapainya target adalah sebagai berikut,

Tabel 1.1
Persentase Tidak Tercapainya Target Tahun 2008

Bulan	Persentase %
Januari	84,3
Febuari	98,4
Maret	79,6
April	68,7
Mei	74,5
Juni	91,4
Juli	88,7
Agustus	83,1
September	76,2
Oktober	124,6
November	81,8
Desember	131,3

Sumber : data perusahaan 2008

Dilihat dari data diatas maka didapatkan untuk bulan Oktober dan Desember perusahaan dapat memenuhi target sedangkan untuk bulan-bulan lainnya target tidak tercapai.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak Samudera Toserba, maka didapat identifikasi masalah yang didapat adalah sebagai berikut:

1. Terdapat toserba yang sudah memiliki nama yang lebih banyak dikenal oleh konsumen, yaitu Ramayana dan Yogya.
2. Toserba Samudera belum mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih suatu toserba.
3. Toserba Samudera belum mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen.
4. Toserba Samudera belum mengetahui dengan pasti target pasar yang dituju.
5. Toserba Samudera belum memiliki strategi pemasaran yang baik untuk menghadapi persaingan dengan toserba lain.

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian, diperlukan batasan yang bertujuan agar penelitian sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Untuk itu pembatasan masalah yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian hanya dilakukan di daerah Cimahi.
2. Toserba pesaing yang dibahas adalah Yogya dan Ramayana.

1.4. Perumusan Masalah

Setelah permasalahan telah diketahui, maka perlu diketahui perumusan masalah terhadap penelitian yang akan dilakukan yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih toserba?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Toserba Samudera untuk tiap faktor?
3. Kelebihan apa yang dimiliki oleh Samudera Toserba dibandingkan dengan para pesaingnya?
4. Kekurangan apa yang dimiliki oleh Samudera Toserba dibandingkan para pesaingnya?
5. Upaya-upaya apa yang dapat dilakukan Samudera Toserba agar dapat mencapai target penjualan?

1.5. Tujuan Penelitian

Setelah mengetahui perumusan masalah mengenai apa saja yang akan diamati, maka didapat tujuan dari pengamatan yang akan dilakukan, yaitu:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih toserba.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja Toserba Samudera untuk tiap faktor.
3. Mengetahui kelebihan yang dimiliki oleh Samudera Toserba dibandingkan dengan para pesaingnya.

4. Mengetahui kekurangan yang dimiliki oleh Samudera Toserba dibandingkan dengan para pesaingnya.
5. Mengetahui upaya-upaya yang dapat dilakukan Samudera Toserba agar dapat mencapai target penjualan.

1.6. Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Di dalam bab ini terdapat latar belakang masalah yang berisi alasan utama penulis untuk melakukan penelitian, bagian identifikasi masalah yang berisi masalah-masalah yang terjadi yang berhubungan dengan topik yang dibahas, bagian perumusan masalah berisi masalah-masalah yang telah dirumuskan, bagian pembatasan masalah dan asumsi yang berisi batasan-batasan dan asumsi yang ada dalam melakukan penelitian ini, dan bagian sistematika penulisan yang berisi ringkasan dari isi seluruh laporan.

Bab 2 Studi Pustaka

Bab ini berisi tentang teori-teori yang memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan dan teori-teori mengenai pengolahan data yang akan dilakukan.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang langkah-langkah pengamatan yang harus dilakukan mulai dari melakukan pengamatan, pengumpulan data hingga pengolahan data. Kemudian menganalisa dan mengambil kesimpulan dari setiap tujuan pengamatan yang telah dibuat.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai sejarah perusahaan dan data umum perusahaan yang diamati. Berisi juga data-data yang didapat dari pembagian kuesioner baik kuesioner pendahuluan maupun kuesioner penelitian, dimana data tersebut akan digunakan pada bab berikutnya.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi mengenai pengolahan data dan hasil analisis dari pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan teori-teori yang relevan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian dan usulan untuk diberikan pada pihak pengelola Samudera Toserba.