

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian di Indonesia, maka perusahaan di Indonesia khususnya di kota Bandung semakin banyak dengan memberikan penawaran-penawaran khusus yang dapat menarik konsumen. Dengan demikian maka persaingan antar perusahaan akan semakin ketat. Hal ini menuntut tiap perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya sehingga dapat tetap bertahan bahkan mengungguli pesaingnya. Salah satu usaha yang diminati oleh para investor dan pemilik modal adalah supermarket karena merupakan usaha yang menjanjikan. Hal ini disebabkan karena setiap hari manusia harus memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder yang disediakan di supermarket.

Supermarket "X" adalah salah satu supermarket di kota Bandung yang berdiri sejak tahun 1978 dan memiliki cabang di berbagai tempat salah satunya adalah di Griya Setrasari Mall. Supermarket "X" Setrasari Mall telah berdiri sejak 27 Mei 1995. Pada awal berdiri, yaitu pada tahun 1995, nilai penjualan pada supermarket ini sangat kecil karena masih banyak konsumen yang belum mengetahui keberadaan supermarket ini. Oleh karena itu para pimpinan manajer melakukan tindakan promosi dengan cara menyebar pamflet, brosur dan membuat acara-acara. Selain itu di Griya Setrasari Mall yang tadinya hanya 3 ruko sekarang diperluas menjadi 6 ruko. Tahun 1997, penjualan di Supermarket "X" ini mengalami peningkatan sekitar 30% dari tahun 1996. Tahun 1998 penjualan mengalami peningkatan lagi sekitar 10% dari tahun 1997. Setelah itu dari tahun 1998 sampai 2004 penjualan relatif tetap dengan fluktuasi penjualan yang kecil. Seiring berjalannya waktu dengan berdirinya supermarket-supermarket bahkan hypermarket lain yang berdiri, membuat konsumen beralih pada supermarket dan hypermarket tersebut. Dengan demikian pada tahun 2005 penjualan di Supermarket "X" sendiri mengalami penurunan sekitar 20% dari tahun 2004.

Sejak saat itu hingga sekarang penjualan di Supermarket "X" belum mengalami peningkatan lagi.

Melihat permasalahan yang dihadapi Supermarket "X", maka penulis ingin menganalisis strategi apa yang tepat digunakan bagi Supermarket "X" untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Untuk mempermudah penulis dalam menentukan langkah-langkah selanjutnya dalam penelitian ini, maka dilakukan identifikasi masalah yang terjadi di Supermarket "X" berdasarkan latar belakang permasalahan di atas sebagai berikut:

1. Banyaknya perusahaan sejenis yang berdiri membuat semakin ketatnya persaingan dengan ditandai perebutan pangsa pasar semakin ketat dan menyebabkan penurunan penjualan.
2. Perubahan jalur angkutan umum sejak tahun 2005 mungkin menyebabkan berkurangnya pelanggan yang berdampak pada penurunan penjualan.
3. Ketidakpuasan konsumen terhadap performansi yang diberikan oleh Supermarket "X" menyebabkan beralihnya konsumen ke supermarket lain.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar topik yang akan dibahas pada penyusunan tugas akhir ini tidak meluas maka penulis mengajukan beberapa pembatasan masalah seperti di bawah ini:

1. Penelitian hanya dilakukan di Supermarket "X" (Dilakukan tanggal 1 Desember 2007 sampai dengan 30 Desember 2007)
2. Penelitian ini tidak mengamati persaingan secara langsung.
3. Masalah keuangan perusahaan tidak dibahas pada penelitian ini.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya maka penulis merumuskan masalah seperti di bawah ini:

1. Faktor-faktor apa saja yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Supermarket "X"?
2. Alternatif-alternatif strategi apa saja yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan Supermarket "X"?
3. Strategi apa yang paling tepat digunakan oleh Supermarket "X"?
4. Hal-hal apa saja yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk memenuhi kepuasan konsumen?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis kemukakan di atas maka, penulis merumuskan tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Mengidentifikasi faktor-faktor yang merupakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi Supermarket "X".
2. Menemukan alternatif-alternatif strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan Supermarket "X".
3. Menentukan strategi yang tepat digunakan untuk meningkatkan penjualan dengan menggunakan *QSPM*.
4. Mengetahui hal-hal yang perlu ditingkatkan dan dipertahankan untuk memenuhi kepuasan konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang mengapa dilakukan penulisan ini, Identifikasi dari masalah yang terdapat dalam Supermarket "X", pembatasan yang digunakan untuk membatasi penulisan laporan ini, perumusan masalah yang dijadikan acuan dalam penulisan ini, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan mengenai teori – teori yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran yang dapat membantu memecahkan masalah dalam penulisan laporan penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah penyusunan laporan penelitian mengenai Usulan Strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di Supermarket "X" ini mulai dari penelitian pendahuluan, penelitian, sampai kesimpulan dan saran.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi pengumpulan data yang telah didapat dari hasil survey. Data ini kemudian untuk menjadi dasar bagi pengolahan data yang akan dilakukan pada bab 5.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi pengolahan data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode yang telah ditentukan dan analisa dari hasil pengolahan data tersebut. Analisa dilakukan agar diperoleh kejelasan mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah dilakukan analisa diharapkan penulis dapat menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini ditarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan sebelumnya sehingga dapat diketahui strategi pemasaran apa yang tepat bagi Supermarket "X" untuk meningkatkan daya saing.