

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring bertambah banyaknya *minimarket* yang terdapat di kota Bandung membuat persaingan usaha di bidang ini semakin meningkat, ditambah lagi kebutuhan masyarakat terutama anak muda terhadap keberadaan *minimarket - minimarket* ini mendorong *minimarket - minimarket* untuk beroperasi setiap hari 24 jam. *Minimarket* 24 jam seperti ini secara perlahan bertambah fungsinya sebagai tempat *hang out* anak muda. Berbeda fungsinya seperti *mall* untuk *hang out*, tempat ini menjadi tempat nongkrong, tempat mengobrol pada malam hari. Karena *minimarket* ini menyediakan kebutuhan mereka seperti makanan ringan, minuman ringan, rokok, dsb. Salah satu *minimarket* yang menyediakan jasa pelayanan 24 jam ini adalah “**Waroong**”.

“**Waroong**” berdiri di awal tahun 2008 ini dan berpusat di Jl. Ir. H. Juanda. “**Waroong**” memiliki empat cabang lain di Bandung yaitu di Cihampelas, Dipati Ukur, dan di daerah Dago Atas Bandung. “**Waroong**” menyediakan kebutuhan sehari-hari seperti makanan ringan, minuman ringan, rokok, permen, dsb. Pada akhir pekan pengunjung *minimarket* ini meningkat terutama di malam hari pada saat *minimarket* lain tutup.

Dari hasil wawancara dengan *system manager* saat itu yaitu Bapak Rio, dari empat cabang yang dimiliki “**Waroong**” ternyata “**Waroong 3**” atau “**Waroong**” cabang Dipatiukur yang paling bermasalah. Sejak awal berdirinya “**Waroong 3**”, ternyata target penjualan pada cabang ini belum mampu tercapai. Penjualan tidak mengalami peningkatan bahkan mengalami penurunan penjualan sebesar 15% sejak bulan Juli 2008. Dengan adanya masalah ini maka pihak perusahaan ingin berusaha meningkatkan penjualan mereka, dengan menarik konsumen untuk berbelanja di “**Waroong**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil wawancara dengan bapak Rio selaku *System Manager* saat itu. Diketahui bahwa besar kemungkinan penyebab masalah yang terjadi pada saat ini adalah :

1. Pihak **”Waroong”** belum mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja dan *nongkrong* di *minimarket* 24 jam, sehingga belum mengetahui strategi pemasaran yang tepat.
2. Pihak **”Waroong”** belum mampu bersaing dengan kompetitor yang ada.
3. **”Waroong”** tergolong *minimarket* baru.
4. Kurangnya promosi melalui media cetak maupun media elektronik, sehingga konsumen belum mengetahui *image* dari **”Waroong”**.
5. **”Waroong”** belum mengetahui secara pasti tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan, produk, harga produk, dll. yang diberikan selama ini.
6. **”Waroong”** belum memiliki *store atmosphere* yang dapat menarik dan memuaskan konsumen.

1.3 Pembatasan Masalah.

Karena keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini dilakukan pembatasan masalah agar penelitian dapat lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah diantaranya adalah:

1. Persaingan tidak dibahas secara mendalam.
2. Biaya-biaya dalam penambahan fasilitas di **”Waroong”** tidak dibahas.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Faktor dan atribut apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja dan *nongkrong* di *minimarket* 24 jam?
2. Strategi pemasaran apakah yang cocok untuk mempengaruhi konsumen dalam berbelanja dan *nongkrong* di **”Waroong”**?

3. Bagaimana keunggulan dan kelemahan **“Waroong”** terhadap *minimarket* 24 jam lain?
4. Upaya perbaikan apa saja yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing **“Waroong”** ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah maka dapat disimpulkan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor dan atribut yang mempengaruhi konsumen dalam berbelanja dan *nongkrong* di *minimarket* 24 jam.
2. Mengetahui strategi pemasaran yang cocok untuk mempengaruhi konsumen dalam berbelanja dan *nongkrong* di **“Waroong”**.
3. Mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki **“Waroong”** dibandingkan *minimarket* 24 jam lainnya.
4. Untuk mengetahui upaya perbaikan yang perlu dilakukan **“Waroong”** untuk dapat meningkatkan daya saing.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dari laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab, diantaranya yaitu :

BAB I . PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 . TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat perbandingan teori-teori, prinsip-prinsip, serta aturan-aturan yang berkaitan dengan materi Tugas Akhir yang dihadapi dan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian dan pembahasan masalah.

BAB 3 . METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat mengenai objek penelitian, langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

BAB 4 . PENGUMPULAN DATA

Bab ini membahas data umum perusahaan, sejarah singkat, produk yang dijual, waktu kerja, dll. Data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB 5 . PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi seluruh pengolahan data sesuai kebutuhan penelitian dan analisa dari hasil pengolahan data, dihubungkan dengan penelitian Tugas Akhir yang dilakukan.

BAB 6 . KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi rangkuman dan kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran yang perlu dilakukan yang diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang dihadapi.