

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha semakin keras. Setiap perusahaan berusaha untuk membuat strateginya masing-masing untuk mendapatkan konsumen. Penelitian ini mengambil topik permasalahan mengenai strategi pemasaran toko kelontongan yang harus bertahan terhadap persaingan bisnis yang kuat karena sudah menjamurnya toko kelontongan lainnya dan minimarket yang menjual barang-barang kebutuhan sehari-hari. Munculnya minimarket dan supermarket moderen otomatis membuat konsumen mulai banyak beralih untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari dari toko-toko kelontongan biasa ke minimarket-minimarket moderen dan terkenal. Untuk itu sebagai toko kelontongan kecil yang ingin bertahan dan tetap memiliki pelanggan, maka toko tersebut harus mengetahui kebutuhan konsumen akan barang-barang kebutuhan sehari-hari dan melengkapi apa yang diinginkan oleh para konsumen tersebut.

Jika pada zaman dahulu, pelayanan ialah nilai tambah bagi suatu toko, maka pada zaman sekarang hal ini sudah harus menjadi sesuatu yang mutlak harus dimiliki tiap toko/grosir/ritel untuk melayani konsumennya. Dan pada zaman sekarang, para pemilik toko harus mengedepankan pelayanan yang baik kepada para pelanggan supaya mereka puas terhadap kualitas toko yang bersangkutan. Dan bila pelanggan puas pada kualitas toko tersebut, maka mereka akan terus berbelanja pada toko tersebut. Dan biasanya bila pelanggan sudah percaya terhadap suatu toko/ritel, maka para konsumen akan memberikan *image* yang baik terhadap toko/ritel tersebut dan akan menjadi pelanggan tetap dari toko tersebut.

Dengan adanya hal ini, maka penelitian ini akan meneliti bagaimana strategi pemasaran toko-toko kecil agar dapat bertahan dari persaingan dagang sesama toko maupun minimarket yang ada di wilayah sekitar toko tersebut.

Untuk itu dalam penelitian kali ini akan dilakukan penelitian pada suatu toko kelontongan kecil yaitu toko Foet yang memiliki banyak pesaing dalam menjalankan usahanya di daerah Rama seperti Toko Anyar dan Alfamart. Toko ini memiliki lokasi di Jl. Rama no. 11a, Bandung. Pemilik toko Foet ini mengeluhkan bahwa dengan banyaknya para pesaing menyebabkan penjualan toko Foet mengalami penurunan yang cukup signifikan kira-kira sekitar 25% dari *omzet* harian sejak tahun 2007 sampai dengan saat ini.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari penelitian terhadap toko Foet ini, akan dilakukan pembahasan yang mengupas permasalahan yang dihadapi oleh toko ini dan para pesaing-pesaing yang ada di sekitar daerah Rama ini. Untuk melakukan pengidentifikasian masalah utama dapat diambil beberapa kemungkinan yang dapat menjadi penyebab permasalahan penurunan omzet di toko Foet ini yaitu :

1. Toko Foet belum mengetahui kebutuhan konsumen di lingkungan sekitar.
2. Kualitas pelayanan di toko Foet belum terlalu baik di mata konsumen dibandingkan dengan toko-toko pesaing lainnya.
3. Harga yang ditawarkan oleh toko Foet pada konsumen terlalu mahal yang mungkin akan memberatkan konsumen untuk berbelanja di toko ini.
4. Toko Foet belum menerapkan strategi pemasaran yang baik dalam menjalankan bisnisnya.
5. Toko Foet belum memiliki perbedaan/diferensiasi yang signifikan dibandingkan dengan toko-toko para pesaing lainnya.
6. Toko Foet belum memiliki citra yang baik di mata para konsumen di daerah komplek Rama.
7. Daya beli konsumen semakin menurun dari tahun ke tahun.

1.3 Pembatasan Masalah

- Daya beli konsumen yang mengalami penurunan dari tahun ke tahun tidak dibahas dalam penelitian kali ini
- Inflasi yang terjadi di Indonesia mungkin mempengaruhi penjualan di Toko Foet namun hal ini tidak dibahas dalam penelitian kali ini

1.4 Perumusan Masalah

1. Siapa yang menjadi target pasar toko Foet di daerah Rama ini ?
2. Apakah kelebihan dan kekurangan yang dimiliki toko Foet dibandingkan dengan pesaing lainnya ?
3. Hal-hal apa saja yang menjadi pembeda (diferensiasi) antara toko Foet dengan para pesaing lainnya ?
4. Bagaimana citra toko Foet di mata para konsumen ?
5. Bagaimana strategi bauran pemasaran usulan yang dapat diberikan terhadap toko Foet agar dapat memenangkan persaingan ataupun bertahan terhadap persaingan yang ada ?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Dapat mengetahui siapa yang menjadi target pasar bagi toko Foet.
2. Dapat mengetahui kelebihan atau kekurangan toko Foet di mata konsumen bila dibandingkan dengan pesaing-pesaing lainnya.
3. Dapat mengetahui diferensiasi yang dimiliki oleh toko Foet dibandingkan dengan pesaing lainnya.
4. Dapat mengetahui *positioning* yang sesuai dengan target pasar di toko Foet.
5. Dapat mengetahui strategi bauran pemasaran yang paling sesuai bagi toko Foet, untuk memenangkan persaingan dengan para pesaing. Hal ini dilakukan agar dapat memberikan perubahan yang lebih baik lagi bagi toko Foet di masa mendatang.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab pendahuluan ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini dibuat tinjauan pustaka yang berkenaan dengan topik Tugas Akhir ini yang mengambil dari beberapa buku teori manajemen pemasaran seperti buku Manajemen Pemasaran oleh Kotler, Manajemen Bisnis Ritel oleh Dr. Sopia, dan buku-buku pendukung lainnya.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan dibuat aliran proses penelitian Tugas Akhir dari awal penelitian dilakukan hingga penelitian berakhir dalam bentuk *Flowchart*.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini akan dimasukkan semua *input* data yang dibutuhkan dalam penelitian kali ini yaitu kuesioner dalam 3 bagian yang sudah diisi oleh para responden dan hasil rangkuman kuesioner.

Bab 5 Pengolahan dan Analisis Data

Pada bab ini akan dilakukan pengolahan data yang sudah didapatkan pada bab sebelumnya dan akan dilakukan analisis. Pengolahan data yang dilakukan pertama kali ialah pengujian validitas dan reliabilitas isi kuesioner. Kemudian diolah menggunakan IPA dan CA. Setelah itu baru ditentukan berbagai strategi bauran pemasaran yang akan diterapkan pada toko Foet.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dibuat kesimpulan dari perumusan masalah yang sudah dibuat dan akan diberikan saran ataupun usulan pada toko Foet.