

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dewasa ini pertumbuhan penduduk berkembang dengan pesatnya tanpa terkecuali di kota Bandung. Oleh sebab itu, kebutuhan masyarakat akan kebutuhan primer seperti pakaian juga semakin meningkat. Keadaan seperti inilah yang menjadi peluang menjanjikan bagi pengusaha-pengusaha konveksi di kota Bandung untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan pakaian.

Dari sekian banyak pengusaha konveksi di kota Bandung, salah satunya adalah CV KM Konveksi. Perusahaan yang berdiri pada tahun 2005 ini terletak di Kompleks Ruko Surapati Core blok F28. CV ini melayani pembuatan pakaian yang dibutuhkan oleh masyarakat, seperti kaos, celana, jaket, bahkan bordir dan sablon pun dilayani oleh CV ini.

Menurut pemilik CV KM Konveksi, masalah utama yang dihadapi saat ini adalah penurunan penjualan dalam beberapa tahun terakhir yang diakibatkan semakin banyaknya jumlah perusahaan yang bergerak dalam bidang usaha yang sama sehingga permintaan masyarakat menjadi berkurang. Penurunan penjualan terbesar terjadi pada produk kaos yang merupakan produk andalan perusahaan ini. Dari tahun 2008 hingga tahun 2012 terjadi penurunan penjualan sekitar 33%.

Berdasarkan data tersebut, dapat dilihat bahwa dari tahun 2008 hingga tahun 2012 terjadi penurunan yang cukup signifikan, yaitu dengan rata-rata penurunan sebesar 8,25% per tahun. Apabila kondisi ini tidak segera diperbaiki, maka dikhawatirkan CV KM Konveksi akan mengalami penurunan penghasilan dan bisa mengalami kerugian yang cukup besar.

Maka, berdasarkan uraian di atas, penelitian akan dilakukan untuk mengetahui penyebab CV KM Konveksi mengalami penurunan penghasilan serta memberikan usulan strategi pemasaran yang tepat kepada CV KM Konveksi agar dapat meningkatkan kembali pendapatannya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan kondisi pasar saat ini di mana konsumen diperhadapkan pada banyaknya alternatif dalam memilih perusahaan konveksi, maka CV KM Konveksi perlu mengetahui hal-hal apa saja yang menjadi penyebab terjadinya penurunan penghasilan dalam waktu dua tahun terakhir ini. Dari hasil wawancara dan observasi langsung dengan pemiliknya, dapat diidentifikasi hal-hal yang mungkin menjadi penyebab menurunnya penghasilan CV KM Konveksi, yaitu antara lain:

1. CV KM Konveksi tidak dapat bersaing dengan perusahaan sejenis.
2. Tingkat performansi perusahaan kurang baik dan tingkat kepentingan konsumen dalam memilih produk kaos belum diketahui.
3. CV KM Konveksi belum melakukan *Segmentation, Targeting*, dan *Positioning* dengan tepat.
4. CV KM Konveksi belum mengetahui strategi bauran pemasaran yang tepat dalam menjalankan bisnisnya.
5. Kurangnya modal dari CV KM Konveksi untuk memperluas usahanya.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari pengamatan yang terlalu luas terhadap ruang lingkup permasalahan, maka perlu dilakukan pembatasan masalah supaya penelitian lebih jelas dan terarah. Pembatasan masalah yang dilakukan antara lain:

1. Perusahaan konveksi yang menjadi pembanding dari CV KM Konveksi adalah perusahaan konveksi yang berada di sekitar kawasan jalan PHH Mustofa tetapi dengan skala dan jenis usaha yang sama.
2. Produk yang akan diteliti yaitu produk kaos saja, yang merupakan produk unggulan CV KM Konveksi.
3. Aspek keuangan perusahaan tidak diteliti.

1.4 Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi dalam persaingan CV KM Konveksi yang terletak di Kompleks Ruko Surapati Core blok F28 adalah:

1. Faktor-faktor apa yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih perusahaan konveksi?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pembuatan kaos yang ditawarkan oleh CV KM Konveksi?
3. Apa yang menjadi kelebihan maupun kelemahan dari CV KM Konveksi dibandingkan dengan pesaingnya?
4. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk memenangkan persaingan?
5. Usulan strategi pemasaran apa yang dapat diberikan kepada CV KM Konveksi agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualannya?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih perusahaan konveksi.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa pembuatan kaos yang ditawarkan oleh CV KM Konveksi.
3. Mengetahui kelebihan maupun kelemahan dari CV KM Konveksi dibandingkan dengan pesaingnya.
4. Mengetahui *Segmentation*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk memenangkan persaingan.
5. Memberikan usulan strategi pemasaran kepada CV KM Konveksi agar dapat memenangkan persaingan dan meningkatkan penjualannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian ini adalah sebagai berikut :

Bab I 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 II Tinjauan Pustaka

Bab ini mengemukakan beberapa konsep dan dasar teori yang akurat dan relevan dalam pemecahan masalah yang dihadapi. Teori-teori tersebut berasal baik dari buku-buku tentang pemasaran, karangan ilmiah dan segala karangan yang dapat menunjang dalam pemecahan masalah yang akan dihadapi penulis.

Bab III Metodologi Penelitian

Bab ini berisi kerangka pemecahan masalah yang dihadapi dan langkah-langkah untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi, mulai dari penelitian kemudian melakukan pengumpulan data, pengolahan data dan analisis sampai diakhiri dengan kesimpulan dan saran. Langkah-langkah ini ditampilkan secara lengkap dalam bentuk *flowchart* (diagram aliran).

Bab IV Pengumpulan Data

Bab ini berisi tentang sejarah singkat mulai berdirinya CV KM Konveksi sampai perkembangannya sekarang, struktur organisasi CV KM Konveksi dan deskripsi pekerjaannya, serta data-data yang telah disebarkan dan dikumpulkan oleh penulis, yang akan diperlukan dalam pengolahan serta analisis data.

Bab V Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisikan tata cara pengolahan data dengan menggunakan metode *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan untuk menentukan skala prioritas

perusahaan serta menentukan Segmentation, Targeting, Positioning dan analisis untuk menghasilkan usulan berdasarkan skala prioritas perbaikan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang kesimpulan-kesimpulan dan hasil analisis serta saran tentang permasalahan dan pemecahannya bagi perusahaan.