

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan salah satu negara yang mempunyai jumlah penduduk yang besar. Peningkatan jumlah penduduk yang setiap tahun akan mengakibatkan meningkatnya kebutuhan barang-barang konsumsi, dengan demikian hal ini jelas merupakan peluang bagi produsen untuk menawarkan produk-produknya.

Toserba merupakan salah satu bentuk retail yang menyediakan berbagai kebutuhan untuk memenuhi tuntutan konsumen. Munculnya Toserba ini bertujuan untuk memenuhi harapan masyarakat akan produk yang dibutuhkannya dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan dalam berbelanja. Dari begitu banyak tempat perbelanjaan di kota Bandung, Toserba Griya merupakan salah satu tempat perbelanjaan yang ramai dikunjungi oleh konsumen.

Setiap perusahaan hidup dari pelanggan, karena itu pelanggan merupakan satu-satunya alasan keberadaan sebuah perusahaan. Dengan demikian, kepuasan konsumen wajib menjadi prioritas bagi setiap perusahaan. Meskipun demikian, tidak sedikit perusahaan yang kurang menyadari arti pentingnya kepuasan konsumen. Akibatnya perusahaan secara cepat atau perlahan namun pasti akan mengalami kemunduran. Beruntung bila kemunduran tersebut berlangsung lambat karena masih dapat diperbaiki, jika tidak maka perusahaan akan mengalami kebangkrutan.

Toserba Griya adalah salah satu Toserba di kota Bandung yang berdiri sejak tahun 1978 dan memiliki cabang di berbagai tempat, salah satunya adalah di Griya Margahayu Raya. Toserba Griya Margahayu Raya telah berdiri sejak 13 Maret 1998. Pada awal berdirinya Toserba Griya Margahayu, penjualan mengalami peningkatan yang cukup pesat. Tetapi dari tahun 2002 sampai tahun 2009 peningkatan penjualan di Toserba Griya Margahayu relatif tetap dengan fluktuasi penjualan yang kecil. Dalam 2 bulan terakhir ini yaitu bulan Juni dan Juli, Toserba Griya Margahayu mengalami penurunan penjualan sebesar $\pm 7\%$.

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Store Manager* Toserba Griya Margahayu dikatakan adanya keluhan-keluhan yang dirasakan oleh konsumen, seperti area toserba yang kurang luas dan variasi produk tidak selengkap Toserba Griya yang berada di pusat kota.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis kemukakan di atas maka, kemungkinan penyebab permasalahan antara lain:

1. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Toserba Griya Margahayu.
2. Pihak Toserba Griya Margahayu belum mengetahui tingkat kepuasan konsumen.
3. Banyaknya pesaing di daerah Toserba Griya Margahayu.
4. Ketidakpuasan konsumen terhadap area Toserba yang kurang luas.
5. Pihak Toserba tidak mengetahui dengan pasti faktor-faktor apa yang paling dipertimbangkan konsumen dalam proses keputusan memilih Toserba karena belum pernah dilakukan penelitian sebelumnya.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada penelitian ini, penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian ini antara lain :

1. Toserba yang dipilih dalam melakukan penelitian ini adalah Toserba Griya yang berlokasi di komplek Margahayu Raya, Bandung.
2. Situasi dan kondisi Toserba Griya diasumsikan tidak mengalami perubahan yang berarti sejak peneliti melakukan penelitian.
3. Tidak meneliti lay out Toserba Griya Margahayu Raya.
4. Penelitian tidak mengamati persaingan dengan Toserba lain.

1.4 Perumusan Masalah

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

- 1 Bagaimana perilaku konsumen di Toserba Griya Margahayu?
- 2 Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Toserba Griya Margahayu?
- 3 Atribut-atribut apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih Toserba?
- 4 Strategi apa yang dapat diusulkan untuk meningkatkan penjualan Toserba Griya Margahayu?

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 perilaku konsumen di Toserba Griya Margahayu.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Toserba Griya Margahayu.
3. Mengetahui atribut-atribut yang diutamakan oleh konsumen dalam memilih Toserba.
4. Menemukan alternatif-alternatif strategi yang dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan Toserba Griya Margahayu.

1.6 Sistematika Penulisan

Tugas Akhir ini ditulis dalam 6 bab yang mengikuti sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah yang mendasari penulis untuk melakukan penelitian ini, identifikasi masalah yang terjadi, pembatasan masalah dan asumsi agar penelitian lebih fokus, perumusan masalah yang diperoleh dari identifikasi masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dilakukannya penelitian ini.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori yang diambil dari beberapa sumber yang digunakan untuk mendukung proses penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tahap-tahap yang dijalani oleh penulis mulai dari awal sampai akhir penelitian. Tahapan ini disusun dalam bentuk *flowchart* dan dilengkapi dengan keterangan dari setiap tahapan dalam *flowchart* tersebut.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi tentang data-data umum dari perusahaan yang diteliti serta data-data lain yang dibutuhkan untuk penelitian ini. Misalnya data mengenai *job description* setiap bagian, bagaimana profil pekerja dan hasil penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data dengan menggunakan data-data yang diperoleh pada saat pengumpulan data, kemudian dilakukan analisis dari hasil pengolahan data supaya penulis dapat memberikan usulan strategi.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari seluruh penelitian yang dilakukan yang menjawab permasalahan pada perumusan masalah. Pada bab ini juga terdapat saran untuk penelitian lebih lanjut, dan saran perbaikan untuk perusahaan.