

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada situasi seperti saat ini, dimana globalisasi sudah berada didepan mata, persaingan bebas semakin gencar, terutama Indonesia dengan jumlah penduduk terbesar di Asia Tenggara, merupakan sasaran utama dalam memasarkan produk-produk import. Hal tersebut menuntut perusahaan untuk semakin siap dalam melakukan persaingan, baik dengan produk lokal dan juga produk-produk import, terutama perusahaan yang memproduksi kebutuhan primer. Dalam kasus ini perusahaan seperti pabrik sepatu, pakaian, dan lainnya harus berfikir ekstra dalam mengatasi tantangan globalisasi tersebut. Dalam hal ini industri sepatu khususnya di kota Bandung sudah menjadi umum bagi masyarakat sekitar, seperti yang sudah dikenal lama contohnya industri sepatu Cibaduyut, DONATELLO, EDWARD FORRER, dan para pemain baru dalam sektor ini.

Mengingat industri sepatu bukanlah industri yang baru, maka perlu dilakukan pemikiran yang lebih matang dalam menjalankan strategi pemasaran yang menggunakan bauran pemasaran. Penelitian ini dilakukan pada perusahaan sepatu CV. Bintang Buana Karya di Jl. Kembar Timur Raya no.44, dimana CV. Bintang Buana Karya memproduksi merek sepatu DONATELLO, yang telah berdiri sejak tahun 1990an. Perusahaan ini mengalami penurunan penjualan produk $\pm 15\%$ dari penjualan biasa khususnya dikota Bandung, data tersebut diambil dari akhir tahun 2008 sampai akhir tahun 2009.

Pada penelitian sebelumnya yang telah dilakukan oleh Setiadi (NRP:9923143) pada tahun 2005, diperusahaan CV. Bintang Buana Karya, diketahui masalah utama yang dipaparkan pada penelitian tersebut adalah tentang penurunan penjualan sebanyak 17% unit sepatu, yang disebabkan kalah bersaingnya perusahaan dengan perusahaan lain. penurunan tersebut berulang pada tahun 2003 sampai 2006, akan tetapi masalah yang dihadapi berbeda dengan masalah sebelumnya, pada kasus ini masalah perusahaan adalah penurunan

penjualan akibat banyaknya produk import yang masuk. Sehingga penelitian ini akan memberikan usulan pemasaran pada perusahaan dalam menghadapi persaingan dengan produk import tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan diatas, maka dapat diketahui kemungkinan faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya masalah :

1. Persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis dan produk sepatu asal Cina.
2. Strategi pemasaran perusahaan yang kurang tepat.
3. Ketidakpuasan konsumen terhadap produk sepatu dan sandal DONATELLO.
4. Penentuan target konsumen perusahaan yang belum terarah.

1.3 Pembatasan Masalah

Untuk menjaga fokus terhadap penelitian ini, maka masalah dalam identifikasi masalah di atas hanya untuk pengembangan strategi pemasaran yang tepat untuk sepatu merek DONATELLO. Masalah-masalah lain di Donatello untuk sementara ini diabaikan.

- Persaingan antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis dan produk sepatu asal Cina.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen terhadap produk “DONATELLO” ?
2. Bagaimana harapan konsumen terhadap produk “DONATELLO” ?
3. Bagaimana STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) perusahaan ?
4. Bagaimana SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*) perusahaan ?
5. Bagaimana usulan strategi pemasaran bagi perusahaan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai penulis sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap produk “DONATELLO”.
2. Untuk mengetahui harapan konsumen terhadap produk “DONATELLO”.
3. Untuk mengetahui STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) perusahaan.
4. Untuk mengetahui SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*) perusahaan.
5. Untuk memberikan usulan strategi pemasaran bagi perusahaan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi uraian secara singkat sistematika penulisan skripsi dari setiap bab (Bab 1 Pendahuluan sampai dengan Bab 6 Kesimpulan dan Saran), yang terdiri dari 6 bab, yaitu :

BAB 1 Pendahuluan

Dalam bab ini berisikan alasan-alasan mengapa strategi pemasaran penting bagi perusahaan. Dijelaskan pula masalah-masalah yang terjadi diperusahaan, sehingga harus dicarikan solusi yang akhirnya mungkin dapat berguna untuk pihak-pihak yang berkepentingan. Pada bab ini terdiri dari : Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

BAB 2 Landasan Teori

Dalam bab ini berisikan berbagai teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti yang bertujuan untuk dapat memperoleh pengertian yang mendalam mengenai konsep dan gagasan yang berkaitan dengan masalah agar diperoleh argumentasi yang dapat dipertanggung jawabkan dalam memberikan solusi yang baik pada perusahaan.

BAB 3 Sistematika Penelitian

Dalam bab ini berisikan langkah-langkah dalam melakukan pengolahan data dan pembuatan skripsi, dari pengambilan data hingga memberikan kesimpulan, dimana proses tersebut digambarkan dalam bentuk *flowchart*.

BAB 4 Pengumpulan Data

Berisi prosedur yang ditempuh dalam pengumpulan data, penentuan sampel penelitian dan deskripsi mengenai data-data yang diperoleh selama penelitian dilakukan, yang kemudian diolah dalam rangka pemecahan masalah.

BAB 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi mengenai pengolahan data-data dalam rangka pemecahan masalah dan analisis mengenai hasil-hasil penelitian berdasarkan informasi yang diperoleh dari data dan hasil pengolahan data.

BAB 6 Kesimpulan Dan Saran

Dalam bab ini berisikan hal-hal penting yang telah penulis simpulkan, yang merupakan jawaban dari perumusan masalah. Selain itu juga penulis memberikan saran untuk perusahaan.