

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan perekonomian di Indonesia, maka perusahaan di Indonesia khususnya di kota Bandung semakin banyak dengan memberikan penawaran-penawaran khusus yang dapat menarik konsumen. Dengan demikian maka persaingan antar perusahaan akan semakin ketat. Hal ini menuntut tiap perusahaan untuk meningkatkan kualitasnya sehingga dapat tetap bertahan bahkan mengungguli pesaingnya. Salah satu usaha yang diminati oleh para investor dan pemilik modal adalah minimarket karena merupakan usaha yang menjanjikan. Hal ini disebabkan karena setiap hari manusia harus memenuhi kebutuhannya baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder yang disediakan di minimarket.

Minimarket Ecomart adalah salah satu minimarket di kota Bandung khususnya di daerah Kota Baru Parahyangan. Ecomart ini berdiri pada tanggal 29 September 2002 dan juga yang pertama kali berdiri di kawasan Kota Baru Parahyangan. Dengan pertama berdirinya di kawasan Kota Baru Parahyangan "Ecomart" mengalami peningkatan penjualan setiap tahunnya. Hal ini mungkin disebabkan karena pada saat itu "Ecomart" yang pertama kali berdiri, sehingga tidak memiliki pesaing. Sehingga "Ecomart" memperluas jaringannya dengan mendirikan dua cabang lagi, yaitu di Kawasan Kota Baru Parahyangan dan Suka Jadi. Dan pada saat ini "Ecomart" sudah memiliki tiga cabang untuk mengembangkan usahanya.

Seiring dengan jalannya waktu dan perkembangan kawasan Kota Baru Parahyangan, satu per satu minimarket sejenis mulai bermunculan. Dengan berdirinya minimarket lainnya, membuat konsumen beralih dari "Ecomart". Dengan demikian pada tahun 2010 penjualan di "Ecomart" mengalami penurunan sekitar 20% dari tahun 2008. Dimana penghasilan awalnya sebesar

Rp3.000.000/hari menurun menjadi Rp2.500.000 – Rp2.000.000/hari. Sejak saat itu hingga sekarang penjualan di "Ecomart" belum mengalami peningkatan lagi.

Melihat permasalahan yang dihadapi "Ecomart", maka penulis ingin menganalisis strategi apa yang tepat digunakan bagi Minimarket "Ecomart" untuk meningkatkan penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan Bapak Eko selaku pemilik "Ecomart", maka dilakukan identifikasi masalah yang mungkin terjadi di minimarket "Ecomart" berdasarkan latar belakang permasalahan di atas sebagai berikut:

1. Untuk saat ini minimarket Ecomart belum menerapkan strategi pemasaran yang tepat.
2. Untuk saat ini pihak minimarket Ecomart belum mengetahui hal – hal apa saja yang menjadi kepentingan konsumen.
3. Untuk saat ini pihak minimarket Ecomart belum memenuhi kepuasan konsumen saat berbelanja.
4. Untuk saat ini minimarket Ecomart belum dapat bersaing dengan minimarket di sekitarnya.
5. Pemilik Ecomart belum mengetahui target pasar.
6. Untuk saat ini banyak konsumen memilih berbelanja di mall atau supermarket (gaya hidup).

1.3 Pembatasan Masalah

Agar topik yang akan dibahas pada penyusunan tugas akhir ini tidak meluas maka penulis mengajukan beberapa pembatasan masalah seperti di bawah ini:

1. Usaha yang diamati Ecomart bagian depan Kota Baru Parahyangan, yang di belakang tidak diamati.
2. Masalah keuangan perusahaan tidak dibahas pada penelitian ini.

3. Pesaing – pesaing yang ada di Kota Baru Parahyangan yaitu ; Kencana Lima. 1188, Ulimart, dan Arjuna. Berdasarkan pemilik “Ecomart”, pesaing utamanya adalah minimarket Kencana Lima dan Arjuna karena memiliki jarak lokasi yang sangat dekat.
4. Melihat lokasi Kota Baru Parahyangan yang sangat luas, maka peneliti membatasi para pesaing dengan jarak radius 1200 meter sejajar garis horizontal.
5. Gaya hidup konsumen tidak diamati dalam penelitian ini.

1.4 Perumusan Masalah

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

1. Faktor - faktor apa saja yang dipentingkan konsumen saat berbelanja di Minimarket?
2. Faktor - faktor apa saja yang menjadi kepuasan konsumen saat berbelanja di minimarket Ecomart?
3. Apa saja kelebihan dan kelemahan yang dimiliki minimarket Ecomart dibandingkan dengan pesaing?
4. Siapakah target pasar yang dapat diserap Ecomart?
5. Usulan perbaikan apa saja yang dilakukan berdasarkan strategi bauran pemasaran?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah penulis kemukakan di atas maka, penulis merumuskan tujuan penelitian dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasikan faktor-faktor apa saja yang merupakan tingkat kepentingan bagi konsumen.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen sudah dipenuhi konsumen.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan yang dimiliki minimarket Ecomart dibandingkan pesaing.
4. Untuk mengetahui target pasar yang akan diserap Ecomart.

5. Untuk menemukan usulan perbaikan berdasarkan strategi bauran pemasaran.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab ini diuraikan secara singkat mengenai latar belakang mengapa dilakukan penulisan ini, Identifikasi dari masalah yang terdapat dalam Minimarket "Ecomart", pembatasan yang digunakan untuk membatasi penulisan laporan ini, perumusan masalah yang dijadikan acuan dalam penulisan ini, tujuan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab ini diuraikan mengenai teori – teori yang berhubungan dengan Manajemen Pemasaran yang dapat membantu memecahkan masalah dalam penulisan laporan penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah penyusunan laporan penelitian mengenai Usulan Strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing di minimarket Ecomart ini mulai dari penelitian pendahuluan, penelitian, sampai kesimpulan dan saran.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi pengumpulan data yang telah didapat dari hasil wawancara dan survey. Data ini kemudian untuk menjadi dasar bagi pengolahan data yang akan dilakukan pada bab 5.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi pengolahan data yang telah dikumpulkan dengan menggunakan metode yang telah ditentukan dan analisa dari hasil pengolahan data tersebut. Analisa dilakukan agar diperoleh kejelasan mengenai hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Setelah dilakukan analisa diharapkan penulis dapat menarik kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan ini.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini ditarik kesimpulan berdasarkan hasil pengolahan data dan analisa yang telah dilakukan sebelumnya sehingga dapat diketahui strategi pemasaran apa yang tepat bagi minimarket Ecomart untuk meningkatkan daya saing.