

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan sektor perekonomian di Indonesia yang sangat pesat mempengaruhi munculnya berbagai pemasaran terhadap produk-produk yang bersaing secara ketat. Produk-produk yang dipasarkan pun sangat bervariasi sehingga setiap perusahaan dituntut untuk meningkatkan kualitas produk. Peningkatan kualitas produk tersebut dilakukan agar dapat bersaing pada pasar yang ada serta unggul dari pesaing.

Salah satu sumber daya yang saat ini sangat diminati oleh para investor adalah sumber daya perikanan. Sumber daya perikanan khususnya ikan hias menjadi sektor yang cukup populer bagi investor. Salah satu bisnis ikan hias yang sangat diminati saat ini adalah ikan Arwana Super Red. Hal ini dikarenakan harga jual yang sangat tinggi dan cenderung stabil sehingga mengakibatkan perolehan keuntungan yang besar.

PT. Shelookred Bandung merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasaran ikan Arwana Super Red yang berasal dari Pontianak – Kalimantan Barat. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2005. PT. Shelookred Bandung beralamat di Jl. Karapitan no 62 Bandung – Jawa Barat. Saat ini gerai Shelookred menyediakan ikan Arwana Super Red dengan berbagai ukuran yang dilengkapi *chip* (alat penanda identitas ikan) dan sertifikat dari dinas perikanan. PT. Shelookred Bandung dipimpin oleh seorang manajer yang dibantu lima orang karyawan.

Penjualan PT. Shelookred Bandung mengalami penurunan sebesar 20 – 25% untuk produk Ikan Arwana Super Red dengan ukuran 12 – 14 cm yang mengakibatkan tidak tercapainya target penjualan bulanan. Hal ini terjadi sejak bulan Mei 2010 sampai September 2010. Penurunan tersebut berdampak pada penurunan profit perusahaan karena Ikan Arwana Super Red ukuran 12 – 14 cm merupakan salah satu produk yang memiliki target penjualan per bulan.

1.2 Identifikasi Masalah

Saat ini masalah utama yang dihadapi oleh PT. Shelookred Bandung adalah penurunan penjualan sebesar 20 – 25% yang terjadi sejak bulan Mei 2010 – September 2010. Berdasarkan wawancara dan observasi langsung terhadap manajer PT. Shelookred, maka dapat diperoleh hal-hal yang menyebabkan terjadinya penurunan penjualan yaitu:

- Ø Banyaknya gerai ikan hias yang muncul sebagai pesaing disekitar lokasi gerai PT. Shelookred.
- Ø Perusahaan tidak mampu memenuhi permintaan ikan Arwana Super Red dengan ukuran 7 – 11 cm. Hal ini dikarenakan peraturan dinas perikanan yang menyatakan bahwa penjualan Ikan Arwana Super Red hasil penangkaran adalah ikan dengan ukuran minimal 12 cm. Permintaan terhadap ikan Arwana Super Red dengan ukuran 7 – 11 cm menyebabkan konsumen mencari pemasok lain yang memungkinkan untuk menyediakan ikan Arwana Super Red dengan ukuran tersebut. Sehingga, penjualan ikan Arwana Super Red dengan ukuran 12 cm mengalami penurunan.
- Ø Ketidakpuasan konsumen terhadap performansi yang diberikan oleh PT. Shelookred sehingga menyebabkan beralihnya konsumen ke gerai penjualan ikan Arwana super red yang lain.
- Ø Kurangnya promosi yang dilakukan oleh pihak PT. Shelookred.
- Ø Adanya peningkatan harga yang signifikan sejak bulan April 2010.

1.3 Pembatasan Masalah

- Ø Penelitian dilakukan terhadap penjualan ikan Super Red Arwana dengan ukuran 12 – 14cm.
- Ø Pengambilan data kuesioner dilakukan pada tanggal 24 November 2010 – 15 Desember 2010.
- Ø Daerah penyebaran kuesioner dilakukan di 3 lokasi gerai yaitu pada gerai Shelookred, gerai Laksana, dan gerai Gampang Ingat.

- Ø Penurunan penjualan berpengaruh pada keuangan perusahaan. Namun, masalah mengenai keuangan perusahaan tidak diperhitungkan karena hal ini cukup luas dan dipengaruhi penjualan produk lainnya.

1.4 Perumusan Masalah

Berikut merupakan perumusan masalah yang akan dibahas pada penelitian ini.

- Ø Faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ikan Arwana Super Red?
- Ø Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* PT. Shelookred yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan?
- Ø Bagaimana tingkat kepentingan menurut konsumen berdasarkan kinerja bauran pemasaran?
- Ø Bagaimana tingkat kepuasan menurut konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran PT. Shelookred?
- Ø Usulan apa yang dapat diberikan kepada PT. Shelookred Bandung untuk meningkatkan penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka berikut merupakan tujuan penelitian ini.

- Ø Mengetahui faktor apa saja yang menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli ikan Arwana Super Red
- Ø Mengetahui *Segmentation, Targeting, dan Positioning* PT. Shelookred yang dapat dilakukan untuk meningkatkan penjualan.
- Ø Mengetahui bagaimana tingkat kepentingan menurut konsumen berdasarkan kinerja bauran pemasaran.
- Ø Mengetahui bagaimana tingkat kepuasan menurut konsumen terhadap kinerja bauran pemasaran PT. Shelookred.

- Ø Mengetahui usulan apa yang dapat diberikan kepada PT. Shelookred Bandung untuk meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada subbab ini dikemukakan mengenai hal-hal yang menjadi latar belakang masalah yang ada.

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang berisi tentang masalah yang terjadi pada perusahaan yang sedang diamati.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar masalah yang dipilih dapat dibahas secara mendalam sesuai dengan kemampuan dan waktu yang tersedia, maka perlu dilakukan pembatasan masalah.

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah berisi tentang pernyataan yang lengkap dan rinci mengenai ruang lingkup masalah yang akan diteliti berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah.

1.5 Tujuan

Tujuan merupakan sasaran yang ingin dicapai dalam penelitian yang merupakan jawaban dari perumusan masalah yang ada.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan penjelasan langkah – langkah yang dilakukan dalam menyusun laporan penelitian.

BAB 2 STUDI PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang berkaitan dan digunakan dalam melakukan penelitian dan penyusunan laporan penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan langkah – langkah yang dilakukan dalam melakukan penelitian yang disusun dalam bentuk *flowchart*.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi mengenai seluruh data-data yang dikumpulkan untuk mendukung dalam proses penelitian ini.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini berisi tentang hasil dari pengolahan data berdasarkan data yang telah dikumpulkan dari suatu penelitian serta menganalisis hasil pengolahan data yang telah didapatkan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang dapat diberikan kepada perusahaan mengenai permasalahan yang dihadapi.