

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di zaman modern ini banyak sekali perubahan yang telah terjadi dalam kehidupan manusia. Tak terkecuali pada bidang pemasaran dimana pada zaman ini banyak cara yang dilakukan manusia untuk bisa memasarkan produk atau jasa yang mereka punya. Beberapa orang menggunakan iklan untuk memasarkan produk dan jasa mereka, mereka mengeluarkan sejumlah uang yang tidak sedikit untuk membeli lowongan iklan baik di media elektronik atau media cetak agar produk atau jasa mereka bisa terlihat dan terdengar oleh sejumlah masyarakat.

Ada satu lagi jenis pemasaran, dimana pemasaran ini sedang menjadi tren saat ini. Perusahaan induk yang menjadi tempat produksi produknya, tidak menggunakan jasa iklan untuk memasarkan produk mereka. Mereka tidak memasang *banner*, spanduk atau menyewa lowongan iklan di media cetak dan elektronik, tetapi mereka membuka sistem kerja pemasaran mereka kepada semua orang tanpa terkecuali yang ingin bekerja sama dengan perusahaan itu. Mereka tinggal mendaftarkan diri mereka sesuai dengan aturan dari perusahaan pusat tersebut. Mereka yang bekerja sama dengan perusahaan itu dengan ikut memasarkan produknya disebut dengan distributor dan jenis pemasaran ini disebut dengan *multi level marketing* (MLM).

Salah satu perusahaan yang menggunakan sistem MLM tersebut adalah Tiens Group atau biasa dikenal di Indonesia dengan sebutan Tianshi. Perusahaan ini berkantor pusat di Tianjin, China dan menggunakan sistem MLM sejak tahun 1995. Pada tahun 2001 dengan sistem MLM perusahaan ini mulai masuk ke Indonesia.

Perusahaan Tianshi di Indonesia tidak lepas dari peran *stockist & sub stockist* yang berfungsi sebagai wakil dari kantor pusat China yang tersebar di berbagai negara dan wilayah untuk menyediakan produk-produk Tianshi agar mudah dijangkau oleh para distributor. Dalam praktek pemasarannya di Kota Bandung, produk Tianshi belum bisa dengan mulus masuk ke beberapa konsumen

karena saat ini ada begitu banyak perusahaan kompetitor yang menggunakan sistem MLM juga dengan produk-produknya, sehingga hal ini mempengaruhi penjualan *stockist & sub stockist* Tianshi.

Salah satu *sub stockist* yang merasakan dampak dari banyaknya perusahaan kompetitor ini adalah *sub stockist* 38. *Sub stockist* 38 beralamat di Taman Kopo Indah 2 blok 2A2 no 44. Kendala yang dihadapi oleh *Sub stockist* ini adalah menurunnya omset penjualan dari tahun 2009 dan 2010 menjadi ± 100 juta / bulan dari yang tahun-tahun sebelumnya berkisar antara $\pm 120 - 130$ juta / bulan. Maka dari itu dengan penelitian ini, peneliti berharap bisa memberikan usulan positif mengenai strategi penjualan sehingga pemilik *sub stockist* bisa menaikkan omset *sub stockist*nya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan, hasil wawancara yang telah dilakukan kepada pemilik *Sub Stockist* 38 Tianshi, terdapat berbagai masalah diantaranya:

1. Strategi pemasaran yang diberikan *sub stockist* 38 dirasa masih kurang memuaskan.
2. Daya beli masyarakat yang menurun karena kondisi ekonomi yang semakin sulit.
3. Munculnya berbagai perusahaan kompetitor yang menyebabkan distributor beralih.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pembatasan Masalah

Karena keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya dalam penyusunan tugas akhir ini, maka peneliti membatasi masalah-masalah yang tidak akan diteliti yaitu:

1. Daya beli masyarakat yang menurun karena kondisi ekonomi yang semakin sulit.
2. Munculnya berbagai perusahaan kompetitor yang menyebabkan distributor beralih.

Asumsi

Perusahaan Tianshi tidak sedang mengalami masalah internal yang bisa mempengaruhi penjualan *stockist* dan *sub stockist* Tianshi.

1.4 Perumusan Masalah

Dari, hasil pengamatan yang telah dilakukan dapat dirumuskan masalah yang terjadi, diantaranya :

1. Faktor-faktor apa sajakah yang penting menurut konsumen dalam memilih *stockist* untuk berbelanja produk Tianshi?
2. Bagaimanakah kondisi kepuasan dan kepentingan distributor terhadap *sub stockist* 38?
3. Bagaimanakah target pasar yang seharusnya dapat diusulkan untuk *sub stockist* 38?
4. Upaya apa sajakah yang bisa dilakukan untuk meningkatkan omset *sub stockist* 38?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor apa sajakah yang menjadi penting bagi para distributor dalam memilih *stockist* untuk berbelanja produk Tianshi.
2. Untuk mengetahui perbandingan tingkat kepuasan terhadap tingkat kepentingan para distributor terhadap *sub stockist* 38.
3. Untuk mengetahui kondisi target pasar yang bisa dipilih dengan tepat oleh *sub stockist* 38.
4. Untuk memberikan usulan guna meningkatkan omset *sub stockist* 38.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian untuk penyusunan tugas akhir adalah sebagai berikut :

- Bab 1 Pendahuluan
Berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.
- Bab 2 Studi Pustaka
Berisi tentang teori-teori yang akan digunakan, sehingga dapat diperoleh hasil yang maksimal.
- Bab 3 Metodologi Penelitian
Berisi langkah-langkah dalam pembuatan tugas akhir di mulai dari awal sampai akhir.
- Bab 4 Pengumpulan Data
Berisi mengenai data-data yang diperlukan oleh peneliti untuk kemudian diolah datanya.
- Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis
Berisi tentang pengolahan data dari data yang didapat di bab sebelumnya lalu dianalisis.
- Bab 6 Kesimpulan dan Saran
Berisi kesimpulan dari pengolahan data dan jawaban pertanyaan dari perumusan masalah serta saran yang diberikan pada perusahaan untuk perbaikan.