

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Jeruk Medan merupakan jenis buah yang sudah diminati di kota Bandung. Untuk itu masyarakat Tanah Karo berlomba-lomba untuk membuka usaha sebagai distributor dimana tujuan utama dari setiap usaha yang dilakukan ialah pencapaian *profit* (laba) dan hal ini dapat juga sebagai tolak ukur dalam sukses atau tidaknya sebuah usaha dalam pencapaian tujuannya. Kiat-kiat yang dilakukan pihak usaha biasanya menggunakan strategi pemasaran dengan perhitungan dan pertimbangan yang tepat sehingga tidak ada pemborosan biaya baik itu dalam operasional maupun dalam biaya promosi juga menggunakan strategi pemasaran yang tepat dan sesuai dengan pasar yang dilayani oleh usaha tersebut sehingga sasaran yang ditetapkan dapat tercapai.

Usaha yang menjadi penelitian adalah usaha Jeruk Medan UD Kopur yang terletak di Pasar Caringin. usaha dagang ini dirintis pada tahun 2007 dan lokasi yang dipilih adalah Pasar Induk Caringin. Tempat ini merupakan lokasi yang strategis karena pada umumnya usaha dagang jeruk Medan berada di lokasi tersebut

Masalah yang terjadi dalam usaha ini, menurut Karli selaku pemilik usaha ini adalah adanya target penjualan sebesar Rp 700.000.000,- per tiga bulannya tidak dapat dipenuhi mulai Januari 2011 sampai dengan saat ini dan penurunan target penjualan tersebut yang dapat dilihat di tabel dibawah ini

Tabel 1.1  
Hasil Penjualan UD Kopur

Bulan	Penjualan
April 2010 sampai dengan Juni 2010	Rp 744.542.400,-
Juli 2010 sampai dengan September 2010	Rp 740.344.500,-
Oktober 2010 sampai dengan Desember 2010	Rp 741.342.500,-
Januari 2011 sampai dengan Maret 2011	Rp 618.969.300,-
April 2011 sampai dengan Juni 2011	Rp 527.340.200,-
Juli 2011 sampai dengan September 2011	Rp 416.591.500,-
Oktober 2011 sampai dengan Desember 2011	Rp 285.451.600,-
Januari 2012 sampai dengan Maret 2012	Rp 250.614.000,-
April 2012 sampai dengan Juni 2012	Rp 201.145.500,-

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan study pustaka melalui wawancara dengan bapak Karli maka didapatkan kemungkinan faktor penyebab masalah tidak tercapainya target penjualan, yaitu :

1. Banyaknya pesaing yang mengelola usaha yang sama.
2. Daya beli masyarakat kemungkinan berkurang atau selera masyarakat yang mungkin beralih.
3. Masalah pembelian jeruk dari para petani atau pasokan jeruk dari para petani karena mereka harus bersaing dengan usaha dagang lain untuk mendapatkan buah jeruk.
4. Belum diketahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam pembelian Jeruk Medan.
5. Strategi pemasaran yang tidak tepat akibat dari perusahaan belum mengetahui kondisi pesaing.
6. Perusahaan belum mengetahui apa saja yang menjadi kelemahan dan keunggulan dari UD Kopur.
7. Belum diketahuinya harapan dan persepsi konsumen dalam UD Kopur.

## 1.3 Batasan Masalah

Akibat dari keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah tersebut adalah.

1. Usaha dagang Jeruk Medan yang akan dijadikan pesaing utama adalah hanya usaha yang bekecimpung dalam usaha dagang Jeruk Medan saja.
2. Penelitian ini tidak membahas tentang daya beli masyarakat yang berkurang atau selera masyarakat yang mungkin beralih.
3. Penelitian ini tidak meneliti tentang pembelian jeruk dari para petani atau pasokan jeruk dari para petani.

#### 1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Variabel-variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih jeruk Medan?
2. Prioritas perbaikan apa saja yang perlu dilakukan pada variabel yang dipentingkan konsumen?
3. Bagaimana *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* Jeruk Medan UD Kopur?
4. Bagaimana posisi usaha ini dalam persaingan dilihat dari segi keunggulan dan kelemahan dibandingkan dengan pesaingnya?
5. Upaya perbaikan apa saja yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas maka tujuan penelitian yang dilakukan adalah:

1. Dapat mengetahui variabel-variabel yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih jeruk Medan.
2. Untuk mengetahui prioritas perbaikan yang perlu dilakukan pada variabel yang dipentingkan konsumen.
3. Untuk mengetahui *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* Jeruk Medan.
4. Untuk mengetahui posisi usaha ini dalam persaingan dilihat dari segi keunggulan dan kelemahan.

5. Untuk mengetahui upaya perbaikan yang perlu dilakukan dalam meningkatkan penjualan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang penguraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB 2 LANDASAN TEORI**

Bab ini berisi tentang teori-teori, prinsip-prinsip, dan rumus-rumus yang digunakan sebagai landasan berfikir dalam melakukan penelitian dan menyelesaikan masalah yang ada beserta metode-metode yang akan digunakan.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tahapan-tahapan penelitian yang akan dilakukan dimulai dari pengamatan hingga akhir pengamatan dengan menggunakan *Flowchart*.

### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Bab ini, membahas tentang data umum usaha, data yang didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data yang lain digunakan dalam penelitian ini.

### **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Bab ini, berisikan tentang pengolahan dan pengumpulan data, kemudian melakukan penganalisisan, sehingga mendapatkan jawaban dari permasalahan yang dihadapi.

### **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini, berisikan mengenai kesimpulan yang diperoleh dari analisis perumusan masalah yang sudah ada, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang dihadapi.