

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap manusia memiliki kebutuhan hidup yang berbeda – beda. Segala macam produk yang tersedia dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup tersebut yang bertujuan agar dapat tetap menjaga dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Seiring dengan perkembangan zaman, proses untuk memperoleh produk yang dibutuhkan pun mengalami perubahan. Sekarang ini, berbagai jenis pasar modern seperti *supermarket* atau *minimarket* dapat dengan mudah ditemukan di berbagai tempat. Berbagai macam kelebihan yang ditawarkan menjadikannya semakin diminati oleh masyarakat.

Supermarket Yogya merupakan salah satu *supermarket* di kota Bandung dengan kantor pusat di Jln. Soekarno Hatta No.236. Di Bandung, *supermarket* Yogya telah memiliki 64 Cabang dan salah satunya berada di Perumahan Taman Kopo Indah (TKI) II B1 No.1. Cabang Yogya di TKI II adalah Griya – TKI II yang telah berdiri selama 6 tahun yang lalu lebih tepatnya pada tanggal 5 April 2006. Produk – produk yang ditawarkan di *supermarket* ini kurang lebih berjumlah 1500 *item* yang terdiri dari berbagai macam jenis produk seperti makanan, minuman, daging, sayuran dan buah – buahan segar, pakaian dan berbagai macam peralatan rumah tangga. Jam kerja Griya - TKI II terbagi menjadi 2 *shift* yaitu *shift* pagi yang dimulai dari pukul 07.30 – 15.00 dan *shift* siang yang dimulai dari pukul 13.30 – 21.00.

Jumlah *supermarket* yang cukup banyak di daerah Kopo saat ini menyebabkan tingkat persaingan yang tinggi antar *supermarket* yang ada termasuk *supermarket* Griya dengan pesaing – pesaingnya seperti Borma, Super Indo, Hypermart, Lotte Mart dan lainnya. Terlebih lagi, pada tahun 2012 terdapat *minimarket* – *minimarket* yang terletak tidak jauh dari Griya – TKI II seperti Indomaret dan Alfa Mart. Peningkatan jumlah pesaing tersebut berdampak terhadap jumlah penjualan yang mengalami penurunan sebesar 5 – 6 % pada

tahun 2012 jika dibandingkan dengan tingkat penjualan pada tahun – tahun sebelumnya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa pada tahun 2012 terjadi penurunan jumlah penjualan sebesar 5 – 6 % pada Griya – TKI II. Faktor – faktor yang dapat menjadi penyebab permasalahan tersebut antara lain:

1. Griya – TKI II belum mengetahui faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *supermarket*.
2. Griya – TKI II belum tepat dalam menentukan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* (STP) serta strategi pemasaran.
3. Adanya persaingan dengan *supermarket* lain yang terletak di sekitar Griya – TKI II.
4. Adanya persaingan dengan toko yang menjual barang sejenis di sekitar Griya – TKI II.
5. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kinerja Griya – TKI II.
6. Griya – TKI II belum melakukan identifikasi terhadap perilaku konsumennya.
7. Penurunan daya beli konsumen yang disebabkan oleh kondisi perekonomian yang berfluktuasi.

1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dalam melakukan penelitian tugas akhir ini, penulis membatasi beberapa pembahasan yang bertujuan agar penelitian yang dilakukan dapat menjadi lebih terarah. Adapun pembatasan masalah yang dimaksud antara lain:

1. Persaingan dengan toko yang menjual barang sejenis di sekitar Griya – TKI II tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.
2. Perilaku konsumen Griya – TKI II tidak diperhitungkan dalam penelitian ini.

3. Penurunan daya beli konsumen yang disebabkan oleh kondisi perekonomian yang berfluktuasi tidak diperhitungkan dalam penelitian ini. Asumsi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu:
 1. Tidak ada *supermarket* baru selama penelitian dilakukan.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah serta asumsi yang ada maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Faktor – faktor apa yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *supermarket* yang dikunjungi?
2. Apa yang menjadi kekurangan dan kelebihan Griya – TKI II dibandingkan dengan pesaingnya?
3. Bagaimana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Griya – TKI II?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap Griya – TKI II?
5. Bagaimana *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Griya – TKI II?
6. Usulan apa yang dapat diterapkan oleh Griya – TKI II agar dapat bersaing dan meningkatkan kembali jumlah penjualan?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih *supermarket* yang dikunjungi.
2. Untuk mengetahui kekurangan dan kelebihan Griya – TKI II dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja Griya – TKI II.
4. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap Griya – TKI II.
5. Untuk mengetahui *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh Griya – TKI II.
6. Untuk mengetahui usulan yang dapat diterapkan oleh Griya – TKI II agar dapat bersaing dan meningkatkan kembali jumlah penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan untuk penyusunan tugas akhir ini adalah :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian dan sistematika penulisan laporan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori – teori yang akan digunakan penulis untuk memecahkan masalah. Teori – teori yang didapatkan berasal dari beberapa sumber yang menjadi referensi penulis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai langkah – langkah pemecahan masalah yang akan ditempuh oleh penulis. Dalam bab ini juga akan sedikit dijelaskan bagaimana penulis akan melakukan pengumpulan dan pengolahan data, analisis terhadap hasil yang didapatkan, dan memberikan kesimpulan dan saran.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisikan data – data yang telah dikumpulkan oleh penulis yang akan digunakan dalam pengolahan data.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini penulis melakukan pengolahan terhadap data – data yang telah dikumpulkan pada bab sebelumnya. Setelah diolah maka penulis melakukan analisis terhadap hasil yang didapatkan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis melakukan penarikan kesimpulan terhadap hasil pengumpulan data, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dan penulis juga memberikan saran, baik untuk pihak *supermarket* maupun untuk penelitian selanjutnya.