

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semarang merupakan kota yang menarik. Semarang merupakan ibu kota Jawa Tengah, pemandangannya yang indah dan letaknya yang dekat dengan laut merupakan salah satu daya tarik kota ini. Posisinya yang berada di tengah Pulau Jawa ini dinilai para pedagang sebagai tempat yang sangat tepat untuk memulai usahanya. Dengan semakin banyaknya pedagang yang berdatangan ke kota Semarang membuat Semarang menjadi kota perdagangan yang sangat maju.

Para pedagang ini melihat sebuah peluang di Semarang. Mereka melihat bahwa sepeda yang digunakan sebagai alat transportasi sehari-hari (selain motor dan mobil) merupakan barang yang sangat menjanjikan untuk diperjualbelikan. Oleh karenanya di Semarang sangat banyak pedagang yang membuka toko sepeda. Dikarenakan banyaknya toko sepeda yang menyebar dimana-mana, maka banyak juga persaingan yang terhadap sesama toko-toko sepeda khususnya di kota Semarang. Banyak pelanggan yang ingin mendapatkan sepeda yang murah namun terbaik. Banyak aspek yang mempengaruhi para pelanggan seperti harga, servis, dan kualitas.

Banyaknya toko sepeda di kota Semarang telah menyebabkan persaingan antara toko-toko sepeda tersebut. Toko sepeda ACC salah satunya yang terkena imbas dari masalah persaingan ini. Toko sepeda ACC mengalami penurunan omset yang terjadi pada tahun 2011-2012 sebesar 25%.

Penelitian akan dilakukan untuk mengetahui penyebab menurunnya omset toko sepeda ACC. Penelitian ini juga dilakukan untuk memberikan usulan strategi pemasaran yang tepat kepada toko sepeda ACC.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil dari pengamatan dan wawancara terhadap pihak toko sepeda ACC, maka didapatkan beberapa faktor yang menjadi kemungkinan penyebab masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dengan makin tingginya angka kecelakaan yang terjadi di Semarang banyak orang tua yang melarang anaknya menggunakan sepeda
2. Tidak adanya jalur khusus sepeda membuat orang enggan menggunakan sepeda
3. Toko sepeda ACC kalah bersaing dengan para pesaingnya.
4. Belum diketahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam pelayanan servis dan pembelian sepeda.
5. Konsumen kurang puas terhadap kinerja dari toko sepeda ACC.
6. Toko sepeda ACC belum memiliki *segmentasi*, *targeting*, dan *positioning* yang jelas.

1.3 Pembatasan Masalah & Asumsi

Dari seluruh pembahasan pada identifikasi masalah, maka diperlukan pembatasan masalah yang berkaitan dengan masalah ini. Hal-hal yang menjadi pembatasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Toko yang dijadikan sebagai pesaing dari toko sepeda ACC hanya toko sepeda dengan skala usaha yang sama
2. Besarnya angka kecelakaan tidak menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian ini
3. Tidak adanya jalur khusus sepeda tidak menjadi bahan pertimbangan dalam penelitian ini
4. Tipe sepeda difokuskan berdasarkan hasil dari kuesioner pendahuluan

1.4 Perumusan Masalah

Hal-hal yang menjadi perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan para konsumen dalam memilih toko sepeda?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan servis dan penjualan oleh toko sepeda ACC?
3. Bagaimana tingkat performansi dan kepentingan konsumen terhadap pelayanan servis dan penjualan oleh toko sepeda ACC?

4. Bagaimana posisi kinerja bauran pemasaran toko sepeda ACC bila dibandingkan dengan pesaing?
5. Bagaimana *segmentation, targeting, dan positioning* yang sebaiknya diberikan kepada toko sepeda ACC?
6. Apakah usulan strategi bauran pemasaran yang sebaiknya diberikan kepada toko sepeda ACC?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui faktor-faktor yang dijadikan hal penting bagi konsumen dalam membeli sepeda.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan servis dan penjualan yang diberikan toko kepada konsumen.
3. Mengetahui tingkat performansi dan kepentingan konsumen terhadap pelayanan servis dan penjualan yang diberikan toko kepada konsumen
4. Mengetahui posisi kinerja bauran pemasaran toko sepeda ACC bila dibandingkan dengan pesaing lainnya.
5. Memberikan usulan *segmentation, targeting, dan positioning* kepada toko sepeda ACC.
6. Memberikan usulan strategi bauran pemasaran yang tepat berdasarkan pengolahan data agar dapat meningkatkan penjualan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian ini sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

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

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi mengenai berbagai macam referensi dan teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian, pengolahan data, dan menganalisis pada laporan tugas akhir ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi mengenai langkah-langkah yang dilakukan secara sistematis yang digambarkan dalam bentuk *flowchart* dari awal penelitian hingga akhir laporan tugas akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini berisi mengenai data umum perusahaan dan data–data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi tata cara pengolahan data dengan metode *Importance Performance Analysis* (IPA) dan *Correspondence Analysis* (CA), serta dilakukan analisis *Segmentation, Targeting, & Positioning* (STP).

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan serta saran bagi perusahaan dan penelitian selanjutnya.