

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Saat ini, emas telah menjadi perbincangan yang cukup serius di kalangan para investor sebagai alternatif menyimpan kekayaan mereka. Emas disebut-sebut menjanjikan untung dan prospek yang cerah di masa depan karena harganya yang terus meroket dari waktu ke waktu. Tidak hanya sekarang, sejak dahulu emas sudah menjadi primadona yang mempesona. Emas telah diketahui sebagai benda yang sangat berharga sejak zaman prasejarah. Kala itu, emas dianggap sebagai logam yang paling istimewa.

Dari waktu ke waktu, nilai emas tidak lekang digerus zaman, tetapi justru cenderung meningkat. Maka dari itu, emas diidentikkan sebagai kekayaan yang utuh. Sebab, muncul anggapan bahwa orang yang memiliki emas adalah orang yang kaya. Dan saat ini, emas tidak hanya menjadi nilai tertinggi dari sebuah barang kekayaan. Nilainya yang terus meroket membuatnya menjadi alat penyimpan uang sekaligus sebagai alat terbaik yang dapat melipatgandakan uang. Emas dianggap sebagai alat penyimpan harta terbaik karena nilainya yang awet, tidak mudah rusak, dan simpel.

Fungsi unggulan emas yang pertama adalah sebagai perhiasan. Perhiasan merupakan sebuah benda yang digunakan untuk merias atau mempercantik diri baik untuk wanita maupun pria. Di sini, emas tidak hanya tampil dalam bentuk kuningan saja (batangan), tetapi juga tampil dalam bentuk yang sangat indah dan cantik seperti kalung, cincin, gelang, dan lain-lain. Dahulu penjualan perhiasan emas, kadar emas dinyatakan dalam satuan “karat” akan tetapi seiring waktu berjalan kadar emas dinyatakan dalam “persen” (%). Hal ini disebabkan karena harga emas yang semakin hari semakin melonjak naik sehingga standarisasi kadar emas diturunkan dan akhirnya kadar emas dinyatakan dalam “persen” (%).

Emas merupakan salah satu jenis logam mulia yang memiliki harga atau nilai cukup tinggi. Banyak masyarakat yang sudah memahami bahwa emas adalah sarana investasi jangka panjang yang menjanjikan. Oleh karena itu, mereka menyimpan uang dalam bentuk emas dan bila suatu saat mereka membutuhkan uang, maka emas tersebut dapat dijual. tentu saja, hal ini berlaku tidak hanya bagi mereka yang membeli emas secara pribadi, melainkan juga bagi mereka yang berinvestasi emas dalam bentuk toko emas.

Toko Mas Jaya Abadi merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan emas. Perhiasan yang dijual di toko tersebut berbentuk kalung, gelang, cincin, dan lain-lain. Toko Mas Jaya Abadi berada di Jl. A.H. Nasution no 213 Bandung. Toko Mas Jaya Abadi yang terletak di bagian Timur Kota Bandung dimana toko perhiasan tersebut cukup strategis karena letak toko yang dikelilingi oleh toko-toko lain bergerak dalam bidang yang sama yakni toko perhiasan emas. Selain itu, toko perhiasan emas ini juga terletak di pinggir jalan besar dimana orang dapat dengan mudah menemukan toko perhiasan tersebut.

Masalah yang terjadi dalam toko ini adalah adanya penurunan penjualan perhiasan emas di pasaran yang memiliki kandungan emas 70,00% hingga 75,00%. Berikut merupakan persentasi penurunan penjualan perhiasan di toko tersebut dari tahun 2008 hingga tahun 2011.

Tabel 1.1
Persentase Penurunan Penjualan

Tahun	% Penurunan Penjualan
2008	32%
2009	34%
2010	29%
2011	43%

Contoh Perhitungan % Penurunan Penjualan tahun 2008:

$$\frac{(\text{berat emas thn } 2007 - \text{berat emas thn } 2008)}{\text{berat emas thn } 2007} \times 100 = \frac{(60809.57 - 41629.498)}{60809.57} \times 100\% \\ = 32\%$$

1.2. Identifikasi Masalah

Faktor penyebab kemungkinan terjadinya penurunan penjualan yang terjadi terhadap perhiasan di Toko Mas Jaya Abadi adalah sebagai berikut:

1. Pelanggan kurang puas terhadap pelayanan dari pelayan Toko Mas Jaya Abadi.
2. Perusahaan (Toko Mas Jaya Abadi) belum tepat dalam menentukan *segmentation, targeting, dan positioning*.
3. Banyaknya pengusaha bisnis yang bergerak di bidang yang sama sehingga persaingan semakin ketat.
4. Harga emas yang setiap tahun mengalami kenaikan secara fluktuatif sehingga daya beli konsumen yang semakin rendah.
5. Kurangnya tenaga pemasaran yang bekerja di perusahaan (Toko Mas Jaya Abadi) sehingga pada waktu toko sedang ramai, konsumen yang ada tidak dapat dilayani secara maksimal.

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar dalam penelitian tidak membahas terlalu luas sehingga dapat fokus dalam menyelesaikan masalah dalam penelitian. Hal-hal yang tidak dibahas secara mendalam pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini tidak meneliti harga emas yang setiap tahunnya mengalami kenaikan secara fluktuatif.
2. Penelitian ini tidak meneliti kurangnya tenaga pemasaran yang bekerja di perusahaan (Toko Mas Jaya Abadi).
3. Penelitian ini tidak mengamati perusahaan (Toko Mas Jaya Abadi) yang belum memahami atau mengetahui hal – hal yang menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih tempat berbelanja khususnya toko perhiasan emas.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Mas Jaya Abadi?
2. Bagaimana tingkat keunggulan dan kelemahan Toko Mas Jaya Abadi dibandingkan dengan pesaingnya?
3. Bagaimana menentukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* Toko Mas Jaya Abadi?
4. Bagaimana usulan bauran pemasaran Toko Mas Jaya Abadi agar dapat memenangkan persaingan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas dapat disusun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan Toko Mas Jaya Abadi.
2. Mengetahui tingkat keunggulan dan kelemahan Toko Mas Jaya Abadi dibandingkan dengan pesaingnya.
3. Menentukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* Toko Mas Jaya Abadi.
4. Mengetahui usulan bauran pemasaran Toko Mas Jaya Abadi agar dapat memenangkan persaingan.

1.6. Sistematika Penulisan

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

1.1. Latar Belakang Masalah

Berisi tentang masalah - masalah yang timbul dalam Toko Mas Jaya Abadi, sehingga dilakukan penelitian mengenai manajemen pemasaran.

1.2. Identifikasi Masalah

Berisi tentang masalah – masalah yang ada dalam Toko Mas Jaya Abadi.

1.3. Pembatasan Masalah

Berisi tentang pembatasan masalah terhadap masalah – masalah yang tidak dibahas dalam penelitian.

1.4. Perumusan Masalah

Berisi tentang masalah – masalah yang ingin diselesaikan dari penelitian ini.

1.5. Tujuan Penelitian

Berisi tentang tujuan dilakukan penelitian di Toko Mas Jaya Abadi.

1.6. Sistematika Penulisan

Berisi tentang langkah – langkah yang dilakukan dalam penulisan laporan.

BAB 2 STUDY PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, yaitu segmentasi, *targeting*, *positioning*, *marketing mixed*, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji hipotesis ketidakpuasan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang *flow chart* (prosedur praktikum) dari penelitian pendahuluan hingga kesimpulan dan saran. Bab ini juga menjelaskan poin-poin dari *flow chart*.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang cara pengumpulan data melalui kuesioner, dimulai dari penentuan jumlah sampel, variabel, sampai penyusunan kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang pengolahan data dan analisis, mulai dari persentase segmentasi, uji validitas dan reliabilitas, Uji Hipotesis Ketidakpuasan, uji keunggulan produk, dan penentuan target perusahaan.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang didapat dari penelitian serta saran-saran yang berguna untuk memenangkan persaingan.