

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

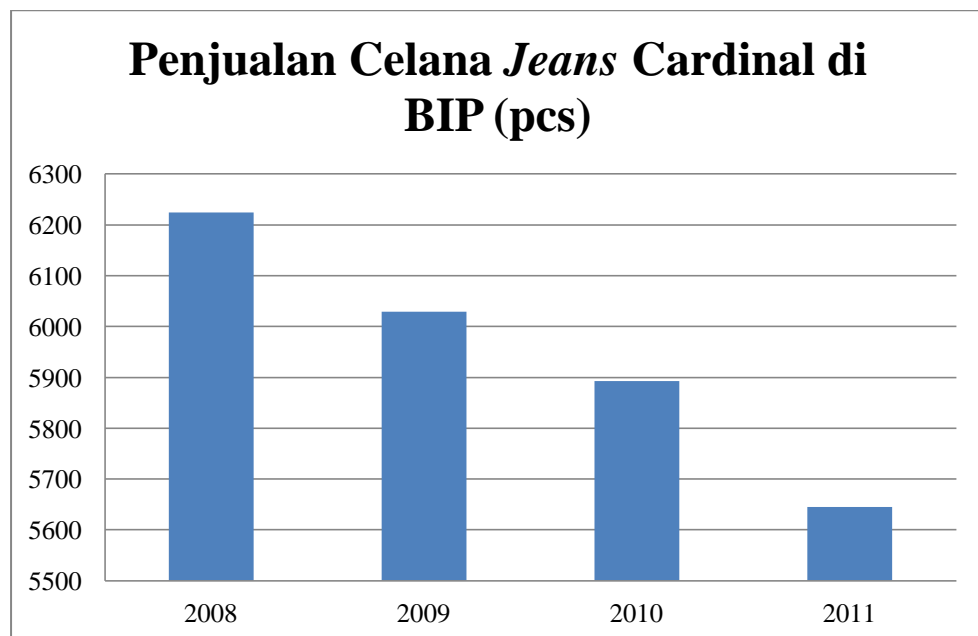
Banyaknya industri pakaian jadi yang dibuat oleh perusahaan garmen membuat beberapa perusahaan garmen memasarkan produk yang dibuatnya dengan membuka beberapa *Showroom* yang dibuka di mall-mall.

Salah satu *Showroom* yang dibuka oleh perusahaan garmen adalah *Showroom Cardinal* yang dibuka oleh PT Multi Garmenjaya berada di Bandung Indah Plaza (BIP) lantai 2, dimana dibukanya *Showroom* ini untuk memasarkan produk Cardinal seperti celana *jeans*, kemeja, dan kaos, jaket dll. *Showroom Cardinal* pertama kali dibuka pada tahun 1989 bersamaan dengan dibukanya Bandung Indah Plaza (BIP).

Dalam beberapa tahun belakangan ini penjualan pada *Showroom Cardinal*, menurut pihak manager marketing *Showroom Cardinal* (Bpk. Dedi, SE) mengalami penurunan penjualan terutama celana *jeans* pria dan wanita yang bermerek Cardinal *jeans* yang terjadi sejak tahun 2008-2011. Penurunan penjualan yang terjadi sebesar 9.3%. Hal ini dapat dilihat pada tabel penjualan 1.1. dimana penurunan terjadi karena banyaknya pesaing celana *jeans* merek lain yang ada di Bandung Indah Plaza (BIP) seperti celana jeans Logo, Watchout, X8, Lee Copeer, Levi's. Berikut ini adalah tabel penurunan penjualan yang terjadi dari tahun 2008-2011 :

Tabel 1.1
Penjualan Celana *Jeans* Cardinal di BIP (Pcs)

Bulan	Tahun			
	2008	2009	2010	2011
Januari	578	456	421	476
Febuari	564	432	465	421
Maret	534	501	431	432
April	489	539	509	542
Mei	572	542	485	431
Juni	430	523	532	506
Juli	556	542	554	532
Agustus	578	552	578	543
September	534	587	543	456
Oktober	512	487	456	476
November	445	421	487	397
Desember	432	447	432	433
Total	6224	6029	5893	5645



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Celana *Jeans* Cardinal di BIP

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah dimaksudkan untuk mengetahui masalah-masalah yang mungkin menyebabkan penurunan penjualan berdasarkan pengalaman/studi pustaka dan wawancara kepada pihak manager marketing Bpk Dedi, SE. hal tersebut mungkin disebabkan oleh :

1. Banyaknya pesaing yang membuka usaha yang serupa.
2. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk celana *jeans* merek Cardinal *jeans*.
3. Belum diketahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam membeli celana *jeans*.
4. Belum diketahui harapan konsumen untuk membeli celana *jeans*.
5. Daya beli masyarakat menurun, sehingga mereka memilih produk-produk yang lebih murah.
6. Kurangnya promosi akan celana *jeans* Cardinal.

1.3 Pembatasan Masalah

Akibat dari keterbatasan waktu, tenaga, dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Peneliti tidak meneliti daya beli masyarakat menurun, sehingga mereka memilih produk-produk yang lebih murah.
2. Peneliti hanya melakukan penelitian di Bandung Indah Plaza (BIP).
3. Peneliti hanya meneliti penurunan celana jeans di *Showroom* Cardinal di Bandung Indah Plaza (BIP).
4. Pesaing yang diteliti hanya pesaing utama produk Cardinal *Jeans*, yaitu produk Logo dan *Watchout*.

1.4 Perumusan Masalah

Hal-hal yang menjadi perumusan masalah adalah sebagai berikut:

1. Variable-variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih celana *jeans*?

2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk *jeans* merek Cardinal?.
3. Bagaimana keunggulan *Showroom* Cardinal dan Produk celana jeans Cardinal dibandingkan pesaingnya?.
4. Apakah yang menjadi Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning Showroom* Cardinal dan Produk Cardinal *jeans*?.
5. Upaya perbaikan apa saja yang perlu dilakukan untuk meningkatkan penjualan celana jeans Cardinal?.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui :

1. Mengetahui variable-variabel apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih celana *jeans*.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Cardinal *jeans*.
3. Mengetahui keunggulan *Showroom* Cardinal dan Produk celana jeans Cardinal dibandingkan pesaingnya.
4. Mengetahui Segmentasi, *Targeting*, dan *Positioning Showroom* Cardinal dan Produk Cardinal *jeans*.
5. Mengetahui upaya perbaikan yang harus dilakukan untuk meningkatkan penjualan celana *jeans* Cardinal.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian yang akan dilakukan dibagi menjadi 6 bab yang terdiri atas:

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 STUDY PUSTAKA

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan yang akan dipergunakan dalam penelitian ini, teori-teori tersebut diantaranya segmentasi, *targeting*, dan *positioning*, *marketing mix*, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data dan uji Hipotesis Ketidakpuasan, Matriks *Importance Performsnce Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA).

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

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

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang data umum perusahaan, sejarah perusahaan, struktur organisasi perusahaan dan hasil kuesioner pendahuluan, hasil kuesioner segmentasi, hasil validitas konstruk, hasil kuesioner penelitian dan persaingan.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang pengolahan data STP, uji validitas dan reliabilitas, uji Hipotesis Ketidakpuasan, Matriks *Importance Performance Analysis* (IPA), *Correspondence Analysis* (CA), Gabungan Matriks *Importance Performance Analysis* (IPA), Uji Hipotesis Ketidakpuasan, dan *Correspondence Analysis* (CA).

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang telah dilakukan serta saran-saran yang berguna untuk memenangkan persaingan.