

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Barang Electronic di era modern sekarang ini sudah menjadi kebutuhan wajib bagi semua kalangan dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Hampir semua orang pasti menggunakan barang electronic sebagai alat bantu dalam menyelesaikan tugas dan pekerjaan mereka sehari-hari. Contohnya seperti hp, laptop, televisi, radio, dan lain sebagainya. Menurut Kepala BKBBN Provinsi Jabar, Siti Fatimah, pertumbuhan penduduk di Bandung sebesar 2,6 persen per tahun banyak penduduk yang bermigrasi dari luar kota bahkan dari luar pulau yang datang dan menetap di kota Bandung ini untuk mencari kerja dan membuka usaha sendiri. Oleh karena itu persaingan dalam menjalankan usaha juga ikut meningkat. Seperti halnya penjualan laptop khususnya di Bandung Electronic Center (BEC) semakin meningkat. Keadaan ini menjadikan pedagang harus dapat bersaing dengan para pesaing-pesaingnya agar dapat menarik konsumen untuk membeli produk di counter laptopnya.

Dari sekian banyak pengusaha counter laptop di BEC Bandung, salah satunya adalah Gunatama Comp^{2U}. Gunatama Comp^{2U} adalah counter laptop yang berada di Jln. Punawarman No13-15 Lt.2 Blok G-02 BEC di Bandung. Counter laptop ini menjual beberapa jenis laptop seperti Acer, Toshiba, Asus, Hp, Compaq dan Lenovo.

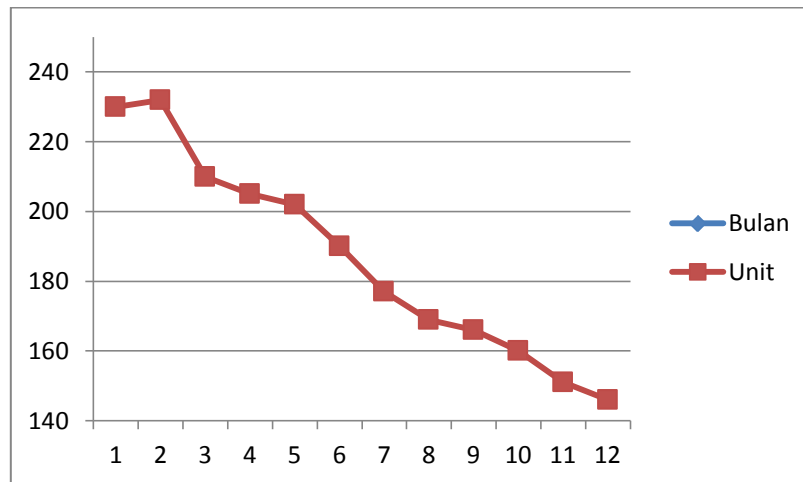
Pemilihan lokasi counter untuk menjalankan sebuah usaha di Bandung Electronic Center juga mempengaruhi penjualan, apabila lokasi counter terdapat banyak pengunjung yang berlalu lalang maka persentase pengunjung yang membeli laptop di counter tersebut akan semakin besar. Gunatama Comp^{2U} merupakan counter yang masih terbilang baru, hal ini menyebabkan Gunatama Comp^{2U} harus bisa lebih bersaing dengan counter-counter lainnya. Di Bandung Electronic Center akan ramai ketika akhir pekan. Konsumen yang datang untuk membeli sebuah laptop bukan hanya berasal dari pengunjung yang sedang

mencari sebuah laptop saja, namun ada juga counter laptop lain yang datang meminjam laptop untuk dijual terlebih dahulu karena counter tersebut kehabisan stok, pengembalian laptop yang telah dipinjam biasanya dengan cara mengembalikan dengan unit tipe laptop yang sama. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pihak Gunatama Comp^{2U}, terjadi penurunan penjualan laptop selama 1 tahun terakhir. Apabila kondisi pada Gunatama Comp^{2U} tidak terjadi perubahan. Maka dikhawatirkan Gunatama Comp^{2U} akan terus mengalami penurunan penjualan.

Berikut merupakan data yang menunjukkan penjualan laptop merk asus pada tahun 2012 di counter Gunatama Comp^{2U} adalah:

Tabel 1.1
Unit Penjualan Laptop di counter Gunatama Comp^{2U}

Bulan	Unit
Januari	230
Febuari	232
Maret	210
April	205
Mei	202
Juni	190
Juli	177
Agustus	169
September	166
Oktober	160
November	151
Desember	146



Gambar 1.1
Grafik Penjualan Laptop di counter Gunatama Comp^{2U}

Maka berdasarkan informasi tersebut, penelitian akan dilakukan untuk dapat membantu Gunatama Comp^{2U} untuk meningkatkan kembali penjualan.

1.2 Identifikasi Masalah

Penyebab masalah yang terjadi di Gunatama Comp^{2U} seperti :

1. Tampilan counter yang tidak sesuai/menarik dengan selera konsumen.
2. Lokasi counter yang kurang strategis.
3. Belum diketahui tingkat kepuasan dan tingkat kepentingan konsumen.
4. Belum melakukan segmentation, targeting, dan positioning (STP).
5. Kinerja karyawan yang kurang memuaskan ketika melayani konsumen.
6. Masih adanya kelemahan ketika bersaing dengan pesaing.
7. Daya beli konsumen menurun.

1.3 Pembatasan Masalah

Keterbatasan waktu, biaya dan tenaga menyebabkan perlunya dibatasi ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini agar peneliti lebih jelas dan terarah dalam melakukan penelitian. Berikut adalah pembatasan masalah yang dilakukan :

1. Lokasi counter tidak diteliti karena di Bandung Electronic Center untuk berpindah ke lokasi yang dianggap lebih strategis harus menunggu Counter lain tidak melanjutkan sewanya.

2. Pembelian atau peminjaman unit laptop yang dilakukan counter lain tidak diteliti.

1.4 Perumusan Masalah

Permasalahan yang terjadi dalam persaingan Gunatama Comp^{2U} adalah:

1. Faktor – faktor apa yang dinilai penting oleh konsumen dalam memilih counter laptop untuk membeli sebuah laptop ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa penjualan laptop yang ditawarkan oleh Gunatama Comp^{2U} ?
3. Apa yang menjadi keunggulan dan kelemahan dari Gunatama Comp^{2U} dibandingkan dengan pesaingnya?
4. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang dilakukan Gunatama Comp^{2U} ?
5. Strategi bauran pemasaran apa saja yang dapat diusulkan kepada Gunatama Comp^{2U} untuk meningkatkan penjualannya ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang dilakukan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen ketika memilih sebuah counter laptop.
2. Mengetahui sebatas mana tingkat kepuasan konsumen terhadap jasa penjualan yang dilakukan oleh Gunatama Comp^{2U}.
3. Mengetahui keunggulan dan kelemahan dari Gunatama Comp^{2U}.
4. Menentukan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* dari Gunatama Comp^{2U}.
5. Mengusulkan strategi bauran pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan di Gunatama Comp^{2U}.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun laporan perlu adanya sistematika penulisan agar susunan laporan yang ditulis sesuai dengan aturan penulis. Adapun sistematika penulisan adalah sebagai berikut:

BAB1 PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, maksud dan tujuan dari penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB2 TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang berbagai macam referensi dan teori-teori yang digunakan sebagai pendukung dalam melakukan penelitian, penganalisisaan, dan penyusunan laporan tugas akhir.

BAB3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini berisikan langkah-langkah dan tahapan-tahapan yang dilakukan dari awal sampai akhir pada saat pelaksanaan dan penyusunan laporan tugas akhir. Langkah-langkah ini ditampilkan secara lengkap dari awal sampai akhir dalam bentuk *Flowchart* (diagram aliran).

BAB4 PENGUMPULAN DATA

Berisikan tentang data umum yang diperoleh dari counter laptop dan data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner sebagai data penunjang awal yang dibutuhkan untuk melakukan pengolahan data dan menganalisisnya.

BAB5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini berisikan tata cara pengolahan data dengan metode Importance Performnce Analysis (IPA), Correspondence Analysis (CA), Uji Hipotesis Ketidak Puasan serta menentukan Segmentation, Targeting, Positioning (STP) dan analisis gabungan untuk menghasilkan usulan berdasarkan skala prioritas perbaikan.

BAB6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan mengenai kesimpulan dari hasil analisis yang telah dilakukan kemudian disertai saran bagi counter laptop dan penelitian selanjutnya.