

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini, persaingan dalam dunia bisnis semakin meningkat kuat. Hal ini terlihat dari semakin banyaknya keinginan konsumen akan suatu barang/jasa yang dapat memuaskannya, sehingga setiap perusahaan berusaha berlomba-lomba mencoba mengeluarkan ide-ide yang semakin inovatif demi memenuhi keinginan konsumennya. Usaha yang dilakukan oleh setiap perusahaan ini merupakan suatu bentuk strategi agar produknya dapat bersaing di pasar dengan produk-produk dari perusahaan pesaingnya. Dimana perusahaan yang bersaing tidak hanya antar perusahaan-perusahaan yang sudah berdiri lama, namun persaingan ini juga dipengaruhi oleh banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang ingin menguasai pasar dengan produk mereka.

Penelitian ini dilakukan dengan mengamati sebuah perusahaan yaitu CV. Asialamindo Rejeki yang ingin menguasai pasar dengan produk ciptaannya. CV. Asialamindo Rejeki ini didirikan oleh Bapak Tandra pada tanggal 8 Mei 2011, yang beralamat di Jl. Sumber Sugih Komplek Sumber Indah Blok 29-8 No. 31, Bandung. Produk-produk yang dihasilkan oleh CV. Asialamindo Rejeki diantaranya adalah tas untuk anak-anak dengan merek “Napoli Kids”, tas untuk remaja wanita dengan merek “Cavali”, tas untuk remaja pria dengan merek “Napoli Soldier”, tas untuk wanita dewasa dengan merek “Lovely”, dan tas untuk pria dewasa dengan merek “Napoli”. Perusahaan ini juga menerima pesanan tas merek “JJ” yang dipesan oleh Ramayana. Tas yang diproduksi oleh CV. Asialamindo Rejeki ini dipasarkan ke daerah Jawa Barat seperti Garut, Tasikmalaya, Majalaya, Purwakarta, dll. Pengecualian kepada tas dengan merek JJ yang dipasarkan diseluruh Ramayana di Indonesia. CV. Asialamindo Rejeki rata-rata dapat memproduksi 10.000 tas dalam satu bulan.

Penelitian kali ini hanya dilakukan terhadap tas untuk pria dewasa yaitu tas dengan merek “Napoli”, hal ini dikarenakan sejak bulan Juni 2011 sampai dengan bulan Mei 2013 tingkat penjualan untuk tas Napoli ini mengalami penurunan penjualan sehingga Bapak Tandra selaku pemilik CV. Asialamindo Rejeki mengeluhkan adanya penurunan penjualan.

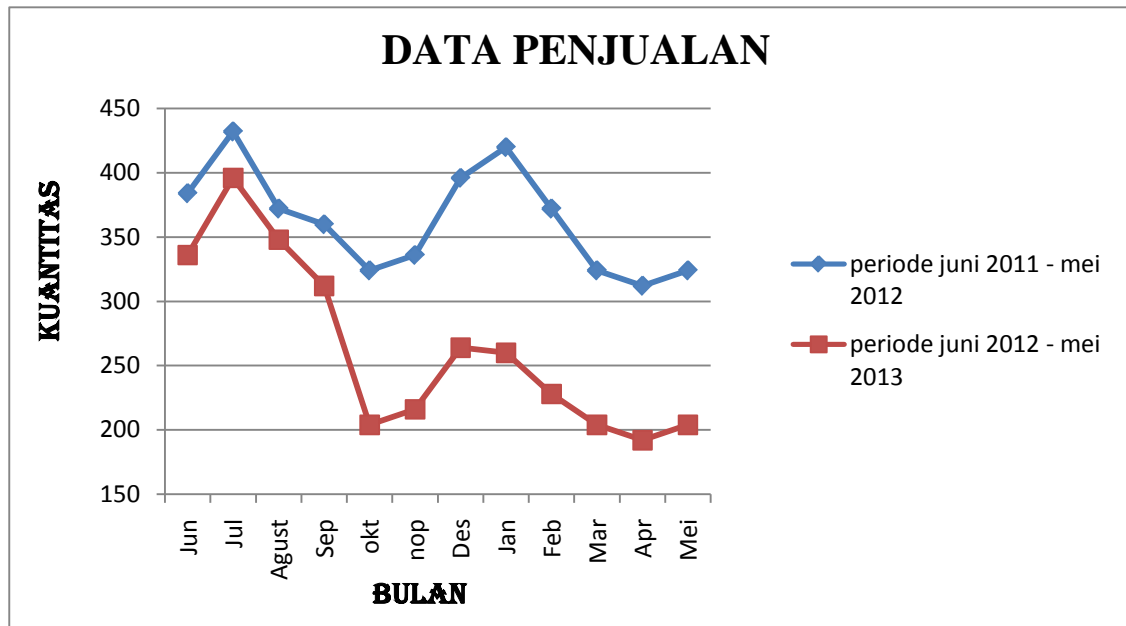
Berikut adalah data penjualan dan grafik penurunan penjualan yang dihadapi oleh CV. Asialamindo Rejeki:

Tabel 1.1
Data Penjualan Tas Napoli

| Periode | Penjualan (unit) | Periode | Penjualan (unit) |
|----------|------------------|----------|------------------|
| Jun-11 | 384 | Jun-12 | 336 |
| Jul-11 | 432 | Jul-12 | 396 |
| Agust-11 | 372 | Agust-12 | 348 |
| Sep-11 | 360 | Sep-12 | 312 |
| Okt-11 | 324 | Okt-12 | 204 |
| Nop-11 | 336 | Nop-12 | 216 |
| Des-11 | 396 | Des-12 | 264 |
| Jan-12 | 420 | Jan-13 | 260 |
| Feb-12 | 372 | Feb-13 | 228 |
| Mar-12 | 324 | Mar-13 | 204 |
| Apr-12 | 312 | Apr-13 | 192 |
| Mei-12 | 324 | Mei-13 | 204 |
| Total | 4356 | Total | 3164 |

Perhitungan penurunan penjualan:

$$\begin{aligned}
 &= \frac{\text{Total Penjualan periode 1} - \text{Total penjualan periode 2}}{\text{Total penjualan periode 1}} * 100\% \\
 &= \frac{4356 - 3164}{4356} * 100\% \\
 &= 27,4\%
 \end{aligned}$$



Gambar 1.1
Grafik Penurunan Penjualan

Dari gambar 1.1, kita dapat melihat bahwa terdapat penurunan penjualan yang terlihat sangat signifikan dari periode Juni 2011 – Mei 2012 dan Periode Juni 2012 – Mei 2013. Penurunan penjualan diatas adalah sebesar 27,4 %.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan dan wawancara langsung dengan Bapak Tandra selaku pemilik CV. Asialamindo Rejeki, maka beberapa faktor yang menjadi penyebab terjadinya masalah penurunan omset untuk tas “Napoli”, diantaranya adalah:

1. Target pasar tas Napoli yang belum tepat.
2. *Positioning* perusahaan yang belum tepat.
3. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor penting yang diinginkan konsumen dalam membeli tas.
4. Konsumen belum puas terhadap performansi tas Napoli.
5. CV. Asialamindo Rejeki belum melakukan strategi bauran pemasaran yang tepat untuk tas “Napoli”.
6. Tas Napoli yang belum dapat bersaing dipasaran.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang dilakukan dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah agar dapat memperjelas permasalahan yang terjadi saat ini, diantaranya yaitu:

1. Masalah penurunan penjualan yang terjadi di perusahaan saat ini hanya untuk penjualan tas “Napoli” di kota Cimahi.

1.4 Perumusan Masalah

Dalam penelitian Tugas Akhir yang dilakukan, ada beberapa hal yang dirumuskan nantinya yang kemudian akan ditarik menjadi sebuah kesimpulan pada akhir penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli tas?
2. Bagaimanakah pendapat konsumen mengenai Performansi dari tas Napoli?
3. Apa sajakah yang menjadi kelemahan dan kelebihan tas “Napoli” jika dibandingkan dengan tas pesaingnya?
4. Bagaimanakah *Segmentasi*, *Targeting*, dan *Positioning* yang tepat untuk tas “Napoli”?
5. Bagaimanakah strategi bauran pemasaran yang tepat untuk tas “Napoli”?

1.5 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan dan manfaat dari penelitian Tugas Akhir yang dilakukan antara lain adalah:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli tas.
2. Mengetahui pendapat konsumen mengenai Performansi tas Napoli.
3. Mengetahui apa saja yang menjadi kelemahan dan kelebihan tas “Napoli” jika dibandingkan dengan tas pesaingnya.

4. Mengetahui *Segmentasi, Targeting* dan *Positioning* yang tepat untuk tas “Napoli”
5. Mengetahui strategi bauran pemasaran yang tepat untuk tas “Napoli”.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Bab 1 Pendahuluan menjelaskan secara singkat gambaran umum permasalahan yang terjadi di perusahaan, yang dijadikan sebagai dasar dilakukannya penelitian Tugas Akhir ini. Bagian ini terdiri dari latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab 2 Tinjauan Pustaka mengemukakan teori-teori yang berkaitan dengan topik penelitian Tugas Akhir yang dilakukan.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab 3 Metodologi Penelitian berisi tentang langkah-langkah yang dilakukan penulis dari awal sampai dengan laporan Tugas Akhir selesai dilakukan, yang dituangkan dalam bentuk *Flowchart*.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab 4 Pengumpulan Data berisi tentang data-data hasil pengamatan pertama (baik data wawancara langsung, data hasil observasi, dan data hasil kuesioner pendahuluan) dan data penelitian berdasarkan kuesioner penelitian (yang akan digunakan untuk pengolahan data pada bab selanjutnya dengan menggunakan metode *Segmentation, Targeting, Positioning* dan *Importance Performance Analysis* dan *Correspondence Analysis*).

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis berisi tentang pengolahan data yang dilakukan untuk data yang dikumpulkan dalam bab sebelumnya dan pada pengolahan data tersebut diberikan analisis untuk setiap pengolahan data yang dilakukan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Bab 6 Kesimpulan dan Saran berisi tentang kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan usulan yang dapat diberikan penulis kepada perusahaan untuk mengatasi permasalahan yang terjadi saat ini.