

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring berkembangnya era globalisasi saat ini, secara tidak disadari telah menciptakan suatu kebergantungan dalam setiap kebutuhan bagi manusia. Kebutuhan yang terus meningkat menjadikan suatu peluang bagi para pelaku bisnis untuk terus mengakomodasikan setiap kebutuhan konsumen serta mengembangkan usahanya dalam berbagai bidang.

Melalui peluang yang tercipta, maka secara langsung terbentuklah suatu keadaan persaingan antar bisnis, dimana setiap bisnis dan usaha yang ada berupaya untuk bertahan di pasaran. Upaya persaingan yang dilakukan pun sangatlah beragam baik dari segi persaingan harga, kualitas produk, pemasaran, lokasi penjualan, dan lain-lain. Maraknya persaingan yang saat ini dapat dijumpai sehari-hari adalah banyaknya usaha *retail* atau yang disebut juga sebagai pengecer. Adapun persaingan *retail* yang dimaksud adalah toserba (toko serba ada). Toserba adalah suatu bentuk toko swalayan yang menjual barang dagangannya secara eceran.

Tentunya dalam penelitian kali ini toserba yang akan dibahas adalah toserba modern, yang saat ini dapat dengan mudah dijumpai di mana-mana. Adapun pembahasan toserba yang dimaksud untuk diteliti adalah toserba YOGYA. Toserba ini telah memiliki beberapa cabang di Bandung. Salah satu cabang yang ada terletak di Jalan Surya Sumantri no. 57. Dimana dulunya lokasi tersebut merupakan pasar swalayan yang dikenal dengan Tujuh Sebelas. Apabila dilihat dari potensi pasar di lokasi tersebut, sangatlah memungkinkan untuk dijadikan peluang dalam meraih keuntungan dikarenakan lokasi yang berdekatan dengan pusat kegiatan di sana, yaitu salah satunya adalah universitas dan sekolah. Akan tetapi seiring berjalannya waktu, pasar swalayan Tujuh Sebelas justru mengalami kemunduran yang besar kemungkinan hal itu diduga dikarenakan pasar swalayan Tujuh Sebelas tidak dapat bertahan dengan persaingan yang ada, (adanya toserba lain di

sekitarnya). Hingga pada akhirnya lokasi tersebut kemudian dikelola oleh pihak toserba YOGYA.

Berdasarkan pengamatan dan hasil wawancara yang dilakukan, pihak toserba YOGYA mulai beroperasi di lokasi tersebut pada tanggal 1 Juni 2012. Didapatkan informasi bahwa pihak perusahaan belum benar-benar mengetahui secara jelas mengenai apa yang menjadi kebutuhan konsumen sekitar dalam berbelanja. Adapun kebutuhan konsumen dalam setiap pertimbangan yang akan diambil dalam berbelanja sangatlah erat kaitannya dengan gaya hidup konsumen. Dimana gaya hidup mengambil bagian yang penting dalam pemenuhan kebutuhan maupun keinginan seorang konsumen. Selain itu kurangnya informasi dalam hal tersebut menyebabkan penjualan seringkali kurang efektif dan seringkali menyebabkan pihak toserba menyediakan barang tanpa tahu barang mana yang seharusnya disediakan, atau diprioritaskan. Sehingga menjadikan usaha penjualan kurang maksimal dan menjadikan target penjualan tidak tercapai.

Tentunya hal tersebut menjadikan pihak toserba YOGYA kesulitan menetapkan strategi apa yang akan dilakukan untuk dapat menghadapi persaingan terhadap toserba yang ada di sekitarnya. Maka dari itu perlu adanya suatu strategi yang tepat dalam mengatasi masalah tersebut, guna sebagai salah satu usaha untuk dapat bertahan dalam kondisi persaingan.

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa faktor kemungkinan yang menyebabkan usaha penjualan kurang maksimal dan target penjualan yang tidak tercapai adalah

1. Pihak YOGYA belum mengetahui secara jelas mengenai segmen pasar yang menjadi target pasar dalam menentukan strategi pemasaran yang sesuai
2. Pihak YOGYA belum mengetahui secara jelas mengenai perilaku konsumen sekitar
3. Pihak YOGYA belum mengetahui sejauh mana tingkat performansi dari pelayanan yang diberikan Toserba tersebut, apakah sudah baik atau belum

4. Pihak YOGYA belum memiliki strategi pemasaran yang tepat dalam menghadapi beberapa kompetitor atau pesaing yang berdekatan di daerah tersebut

1.3 Pembatasan Masalah

Diperlukan beberapa pembatasan masalah, dikarenakan keterbatasan sumber daya yang ada, serta agar penelitian yang dilakukan juga dapat terfokus pada permasalahan

1. Kompetitor yang diamati hanya mencakup daerah Surya Sumantri, dimana merupakan daerah sekitar dari radius penjualan Toserba YOGYA yaitu sebesar 500 meter
2. Penelitian tidak mengkaji dari sisi *Brand Loyalty* dan tingkat kepuasan dari pihak toserba YOGYA

1.4 Perumusan Masalah

Melalui permasalahan yang ada, maka perumusan masalah untuk penelitian ini adalah

1. Segmen pasar yang bagaimana yang menjadi target pasar yang paling efektif bagi toserba YOGYA?
2. Jenis toserba yang seperti apa yang sesuai dengan perilaku konsumen dalam berbelanja?
3. Bagaimana tingkat performansi yang diberikan oleh pihak toserba YOGYA?
4. Strategi pemasaran yang bagaimana yang dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan dari kompetitor yang ada?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dan hasil yang ingin dicapai dari penelitian terhadap Toserba YOGYA adalah

1. Mengetahui target pasar yang tepat bagi pihak Toserba YOGYA
2. Mengetahui jenis toserba yang sesuai dengan perilaku konsumen sekitar

3. Mengetahui tingkat performansi yang diberikan dari Toserba
4. Mengetahui strategi yang dapat diusulkan bagi pihak Toserba YOGYA

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan secara keseluruhan untuk penelitian adalah sebagai berikut

BAB 1 Pendahuluan

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

BAB 2 Landasan Teori

Berisi tentang landasan teori-teori yang diperlukan dan digunakan untuk penelitian

BAB 3 Metodologi Penelitian

Berisi tentang langkah-langkah dalam melakukan penelitian selama penyusunan laporan. Dilengkapi dengan keterangan masing-masing langkah

BAB 4 Pengumpulan Data

Berisi tentang data-data yang digunakan dalam penelitian yaitu data umum perusahaan, data yang didapat melalui penyebaran kuesioner, maupun data-data lainnya yang mendukung kelangsungan penelitian

BAB 5 Pengolahan Data dan Analisis

Berisi tentang pengolahan data berdasarkan data-data yang telah diperoleh pada bab sebelumnya dan analisis dari hasil pengolahan data tersebut

BAB 6 Kesimpulan dan Saran

Berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran yang berguna bagi pihak YOGYA