

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan usaha, sekarang ini strategi dalam pemasaran sangat penting agar usaha yang dijalankan dapat lebih berkembang. Menurut Kotler strategi pemasaran adalah konsep yang menjelaskan tentang keputusan, analisis dan permasalahan pemasaran, penekanan terhadap pandangan organisasional daripada fungsional. Peran pemasaran berubah seiring dengan kesadaran akan pentingnya pelanggan bagi suatu perusahaan.

Berdasarkan pengertian strategi pemasaran diatas dapat disimpulkan bahwa langkah yang sangat penting untuk dilakukan adalah mengetahui apa yang diinginkan konsumen sehingga dapat meningkatkan keunggulan bersaing.

Cyberpark adalah salah satu perusahaan yang terletak di Jalan Surya Sumantri No 86 Bandung yang berdiri sejak tahun 2009, namun pada 2011 berpindah tempat di Jalan Surya Sumantri No 63 Bandung. Selama tahun 2009 pihak *Cyberpark* mengalami peningkatan *game online*, sehingga memperoleh penjualan sekitar \pm 180 juta per tahun. Pada tahun 2011, penjualan yang di peroleh mengalami penurunan sebesar 30% per tahun atau sekitar 54 juta per tahun, yang dimana penurunan dimulai pada tahun 2011. Pihak *Cyberpark* yaitu Bapak Aji mengatakan bahwa terjadi penurunan penjualan disebabkan oleh perpindahan konsumen ke tempat lain yang menjadi pesaing utama yang bergerak dalam bidang yang sama yaitu *Digigames*.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pertimbangan kondisi pasar, dimana konsumen dihadapkan pada begitu banyaknya pihak-pihak lain yang bergerak dalam bidang yang sama, maka pihak *Cyberpark* perlu mempertimbangkan faktor-faktor yang ada agar dapat meningkatkan penjualannya. Dari hasil observasi dan wawancara langsung dengan Bapak Aji selaku *Team Development Cyber Park*, maka dapat

diidentifikasi hal-hal yang mungkin menyebabkan penurunan penjualan *Cyberpark* di Jalan Surya Sumantri Bandung, yaitu:

1. *Cyberpark* telah kalah bersaing dengan *Digi Games*.
2. Perusahaan belum mengetahui dengan pasti hal-hal apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih *Game Online*.
3. Strategi pemasaran yang digunakan pada saat ini kurang tepat.
4. Konsumen merasa tidak puas terhadap *Game Online Cyberpark*.
5. Segmentasi, *targetting*, dan *positioning* pada saat ini kurang tepat.

Dengan demikian pihak *Cyberpark* perlu mengetahui faktor apa saja yang menjadi bahan pertimbangan konsumen baik dalam produk dan pelayanan yang akan di berikan kepada konsumen, serta bagaimana persepsi konsumen terhadap *Cyberpark* apabila dibandingkan dengan pesaing utamanya, sehingga dapat diketahui upaya-upaya yang perlu dilakukan untuk dapat meningkatkan daya saing. Berdasarkan hal diatas, maka penulis melakukan penelitian tentang “*Usulan Strategi Persaingan Game Online (studi kasus di Cyberpark Jalan Surya Sumantri, Bandung)*”.

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

1.3.1 Pembatasan Masalah

Akibat keterbatasan waktu, tenaga dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan-pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain:

- Penelitian dilakukan di *Cyberpark* yang terletak di Jalan Surya Sumantri No.86 sebagai studi kasus utama, dan pesaing utamanya menurut Bapak Aji selaku *Team Development Cyberpark* yaitu *Digi Games* sebagai pembanding.

1.3.2 Asumsi

- Selama dilakukan penelitian tidak ada tempat permainan game online baru yang muncul, yang bertujuan agar tidak terjadi perbedaan pesaing ketika meneliti.

1.4. Perumusan Masalah

Perumusan-perumusan masalah yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Faktor-faktor penting apa saja yang dipentingkan konsumen untuk memilih bermain *Game Online* ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja/perforamansi yang diberikan oleh *Cyberpark* ?
3. Apa saja kelebihan-kelebihan dan kelemahan-kelemahan dari *Cyberpark* dibandingkan *Digi Games* ?
4. Apakah usulan *segmenting, targeting* dan *positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan *Cyberpark* ?
5. Upaya-upaya apa sajakah yang dapat dilakukan *Cyberpark* agar dapat unggul terhadap *Digigames* ?

1.5. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui faktor-faktor penting apa saja yang dipentingkan konsumen untuk memilih bermain *Game Online*.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja/perforansi yang diberikan oleh *Cyberpark*.
3. Untuk mengetahui kelebihan-kelebihan dan kelemahan-kelemahan dari *Cyberpark* dibandingkan *Digi Games*.
4. Untuk memberikan usulan *segmenting, targeting* dan *positioning* yang sebaiknya dilakukan oleh perusahaan *Cyberpark*.
5. Untuk mengetahui upaya-upaya apa sajakah yang dapat dilakukan *Cyberpark* agar dapat unggul terhadap *Digigames*.

1.6. Sistematika Penulisan

Laporan penulisan tugas akhir ini disusun sedemikian rupa, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas. Laporan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang diuraikan sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori, prinsip-prinsip, serta aturan-aturan yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi dan dijadikan pedoman dalam melakukan penelitian dan pembahasan masalah.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang uraian langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian yang sistematis yang berguna dalam memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Pada bab ini dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

BAB IV : PENGUMPULAN DATA

Bab ini membahas secara terperinci tentang data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

BAB V : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh serta analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, serta saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada pihak tempat penelitian dalam memecahkan masalah yang dihadapi.