

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Dewasa ini perkembangan dunia usaha semakin meningkat, terutama di negara-negara yang sedang berkembang seperti negara Indonesia. Meningkatnya dunia usaha dimulai sejak tahun 1999 dimana badai krisis yang terjadi sudah bisa diatasi oleh para usahawan sehingga banyak sekali perusahaan-perusahaan yang memproduksi produk yang sama bersaing dengan ketat untuk mencapai target yang diinginkan. Dalam rangka mencapai target yang diinginkan, perusahaan harus memperhatikan faktor konsumen yang ada di luar perusahaan tersebut.

Faktor konsumen perlu diperhatikan karena dengan adanya konsumen membeli produk perusahaan, maka perusahaan akan mendapatkan laba untuk kelangsungan hidup perusahaan sehingga dituntut untuk menarik konsumen sebanyak-banyaknya.

Banyaknya penawaran atau alternatif pilihan produk yang ada di pasaran, akan membuat konsumen semakin kritis dalam memilih dan menentukan suatu produk yang sesuai dengan keinginan manusia. Sehubungan dengan keinginan konsumen, produsen harus melakukan pendekatan-pendekatan terhadap konsumennya dan pemasar dituntut tidak saja mampu menjual produk atau jasanya, melainkan juga harus mengetahui bagaimana perilaku konsumen yang menjadi pasar sasarannya, dibanding pesaingnya.

Menarik minat konsumen agar membeli produk perusahaan tidaklah mudah karena banyaknya pesaing yang menjual produk sejenis ke pasaran. Hal ini memperlihatkan bahwa bagaimana sulitnya merebut konsumen agar mau berpindah memakai produk perusahaan.

Situasi ini juga berpengaruh terhadap PT Halimjaya Sakti, sebagai produsen sandal Ando. Selama tiga tahun terakhir target penjualan tidak tercapai atau bahkan mengalami penurunan.

Pada akhir tahun 1997, target penjualan PT Halimjaya Sakti mengalami penurunan, dari target penjualan sebesar 5.500.000 pasang sandal yang terealisasi hanya 4.576.000 pasang sandal. Tahun 1998 bahkan mengalami penurunan yang drastis, dari target penjualan 3.500.000 pasang sandal tapi yang terealisasi hanya 2.830.000 pasang sandal sedangkan tahun 1999 meskipun kondisi perekonomian mulai membaik namun target penjualan tetap tidak terealisasi, dari target 5.500.000 pasang sandal yang terealisasi hanya 5.087.000 pasang sandal.

Keadaan seperti ini, produsen dituntut untuk dapat lebih meningkatkan pemasarannya yaitu bagaimana memotivasi konsumen dengan mempengaruhi persepsi konsumen dalam benak konsumen terhadap produk yang bersangkutan.

Seorang pemasar harus mampu menganalisa selera dan perilaku konsumen secara terus menerus, agar dapat di ketahui keinginan konsumen yang setiap saat dapat berubah. Menganalisa perilaku konsumen akan lebih berhasil bila pemasar dapat memahami aspek demografi manusia yang mempengaruhi faktor psikologis konsumen. Hal ini perlu karena masing-masing segmen demografi mempunyai motivasi dan persepsi yang tidak sama.

Dengan mengetahui perilaku konsumen tersebut diharapkan perusahaan dapat mengembalikan tingkat kepercayaan konsumen melalui pemenuhan keinginan konsumen yang dapat memberikan kepuasan yang lebih besar kepada konsumen.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan permasalahannya adalah Apakah terdapat ketergantungan antara motivasi dan persepsi konsumen dengan faktor usia, pekerjaan dan pendidikan dalam memilih produk sandal Ando ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui ketergantungan antara motivasi dan persepsi konsumen terhadap faktor usia, pekerjaan dan pendidikan dalam memilih produk sandal Ando .

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat bagi Akademik

Dapat sebagai masukan dan perbendaharaan perpustakaan serta para mahasiswa di Universitas Widya Mandala tentang analisa ketergantungan motivasi dan persepsi konsumen di dalam memilih produk sandal Ando di Surabaya.

1.4.2. Manfaat bagi Praktis

Dapat sebagai masukan bagi perusahaan PT Halimjaya Sakti untuk mengetahui motivasi dan persepsi konsumen di dalam memilih produk sandal Ando.

1.5. Sistematika Skripsi

Sistematika dari penyusunan skripsi adalah sebagai berikut:

Bab 1 : Pendahuluan

Dalam bab ini dibahas tentang apa yang menjadi pokok permasalahan secara umum, mulai dari latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika skripsi.

Bab 2: Tinjauan Kepustakaan

Dalam bab ini dibahas mengenai landasan teori, hipotesa serta model analisa yang digunakan sebagai dasar penggunaan skripsi.

Bab 3: Metode Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan mengenai metode penelitian yang digunakan, yang terdiri dari desain penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel, dan teknik pengambilan sampel, teknik analisis data dan prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4: Analisis dan Pembahasan

Dalam bab ini dikemukakan tentang gambaran umum penelitian, deskripsi data, analisis data dan pembahasan yang dihadapi oleh perusahaan dan manfaatnya.

Bab 5: Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab terakhir dari seluruh pembahasan yang ada dalam skripsi ini. Isi dari bab ini adalah simpulan atas pembahasan yang ada dalam skripsi ini dan saran yang mungkin dapat bermanfaat.

