

BAB I

PENDAHULUAN

Suatu penelitian diharuskan dapat menyelesaikan permasalahan untuk objek tertentu. Oleh karena itu perlu dilakukan pendahuluan untuk mengidentifikasi permasalahan tersebut. Pada BAB I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi.

1.1 Latar Belakang Masalah

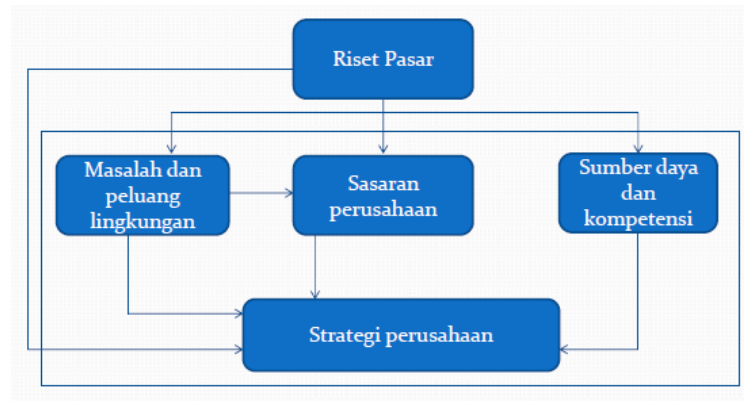
Mengembangkan dan mempertahankan pangsa pasar dalam suatu perusahaan atau UKM produksi merupakan hal penting yang harus diperhatikan mekanismenya. Oleh karena itu, dalam kondisi tersebut perilaku konsumen merupakan hal utama yang perlu ditanggapi karena konsumen merupakan salah satu faktor utama yang menjadi pembahasan dan pertimbangan untuk menentukan strategi yang bertujuan untuk mengembangkan suatu produk. Langkah pertama yang biasa dilakukan adalah dengan berinteraksi langsung dengan konsumen, yaitu dengan menjalin komunikasi secara sehat dan terbuka guna memperoleh suatu informasi produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Keefektifan komunikasi yang terjalin antara produsen dan konsumen juga perlu dipertimbangkan. Hal ini bertujuan untuk menyelaraskan antara keinginan konsumen dan target yang diinginkan oleh produsen.

Suatu produsen produksi juga perlu melakukan inovasi-inovasi pada produknya yang dapat diterima oleh masyarakat luas, salah satu contoh produk tersebut adalah alas kaki. Alas kaki khususnya sandal jepit merupakan salah satu bentuk dari alas kaki yang terbuka (pada bagian jari dan kaki), biasanya terdiri dari dua lapisan yaitu lapisan bawah (alas) berupa karet terkadang juga terdapat kawat yang bertujuan agar sandal tersebut tahan dengan gesekan permukaan, memiliki tekstur kaku dan keras sehingga tidak mudah robek dan lapisan atas yang berupa spon dan memiliki tekstur yang lebih elastis sehingga nyaman untuk digunakan, kemudian terdapat tali (sandat) yang berfungsi untuk menyangga dan menjepit kaki (Anonim, 2016).

Kementerian Perindustrian Indonesia menyatakan bahwa nilai produksi IKM (Industri Kecil dan Menengah) alas kaki ditargetkan Rp 24 Triliun tahun 2017.

Sektor ini menjadi salah satu pengembangan yang diprioritaskan karena berperan dalam memberikan kontribusi devisa Negara. Menurut menteri Perindustrian Airlangga Hartono di Bogor, Jawa Barat, Selasa (3/1) “Pada tahun 2016, penambahan investasi IKM alas kaki diperkirakan sebesar Rp 2.8 Triliun dengan nilai produksinya mencapai Rp 22.98 Triliun memproyeksikan nilai produksi sektor alas kaki akan meningkat pada tahun 2017 sebesar Rp. 24.25 Triliun”. Kemudian Menurut Menperin, IKM alas kaki menyerap cukup banyak tenaga kerja dengan karakteristik jumlah pekerja setiap satu unit usaha sekitar 1 – 19 orang. Berdasarkan data BPS (Badan Pusat Statistik) pada Klasifikasi Baku Lapangan Usaha Indonesia (KBLI-15), IKM alas kaki tergabung kedalam kelompok IKM penyamakan kulit dan produk kulit. Data pada tahun 2010 menunjukkan kelompok usaha alas kaki berjumlah 32,910 unit dengan jumlah penyerapan tenaga kerja mencapai 114,495 orang diseluruh Indonesia. Dirjen IKM Kemenperin Gati Wibawaningsih mengatakan, kemajuan IKM alas kaki secara langsung akan memajukan industri kreatif. Diperkirakan, pertumbuhan industri kulit, barang dari kulit dan alas kaki tahun 2016 sebesar 7,74 persen dan hingga Oktober 2016, ekspor produk alas kaki dari Indonesia mencapai USD 3,7 miliar. Menurut kemenperin penyebaran IKM alas kaki di seluruh Indonesia sebanyak 32.30% untuk wilayah Jawa Timur dan 49.62% untuk wilayah Jawa Barat (Anonim, 2016).

Riset pasar merupakan definisi dari sistematis, obyektif, informasi dan keputusan (Kinneer dan Taylor). Sedangkan menurut Malhotra (2009) riset pasar merupakan identifikasi, pengumpulan, analisis dan penyebaran informasi secara sistematis dan obyektif yang bertujuan untuk membantu memajukan pengambilan keputusan berkaitan dan pemecahan masalah serta peluang yang didapatkan.



Gambar 1.1 Hubungan antara riset pasar dengan strategi perusahaan (Cori, 2007)

Riset pemasaran merupakan fungsi yang menghubungkan konsumen, pelanggan, dan masyarakat dengan produsen melalui informasi-informasi yang digunakan untuk mengidentifikasi serta mendefinisikan peluang, masalah, membuat, memperbaiki dan mengevaluasi tindakan pemasaran, memantau dan memperbaiki. Riset pemasaran merinci informasi mengenai informasi yang dibutuhkan untuk persoalan-persoalan tersebut (Malhotra, 2009). Dalam kegiatan riset pasar otomatis produsen atau pihak yang meneliti terjun langsung ke lapangan yaitu guna mengetahui informasi terhadap keadaan pasar, pangsa pasar yang sesuai, konsumsi pasar, keadaan konsumen, kebutuhan konsumen, keinginan konsumen dan wilayah yang sesuai untuk pemasaran. Riset pemasaran yang dimaksudkan disini adalah riset pasar alas kaki khususnya ingin mengetahui dan menganalisis kondisi pasar sandal jepit sehingga sandal jepit produksi dari SISCO (*Sisman Corporation*) yang merupakan divisi kewirausahaan Laboratorium Sistem Manufaktur yang merupakan produsen baru di dunia perindustrian alas kaki dapat bersaing dengan pasar industri alas kaki lain yang sudah berjalan atau berproduksi lebih dulu dengan menggunakan analisis pasar. Hadirnya alas kaki SISCO ini yang membuat peneliti ingin membantu pemilik usaha dengan melakukan penelitian yang berjudul **“Analisis Riset Pemasaran Alas Kaki SISCO (*Sisman Corporation*) Menggunakan Metode Analisis Cluster”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana identifikasi segmentasi pasar alas kaki produk SISCO.

2. Bagaimana target pasar yang dituju pada produk alas kaki SISCO.
3. Bagaimana cara mengetahui permasalahan pada daerah pemasaran yang akan dituju menggunakan metode TRIZ.

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada rumusan masalah yang telah dibahas sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengidentifikasi segmentasi pasar alas kaki produk SISCO.
2. Untuk mengetahui target pasar yang dituju pada produk alas kaki SISCO.
3. Untuk mengetahui permasalahan pada daerah pemasaran yang akan dituju menggunakan metode TRIZ.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diberikan oleh peneliti dalam tugas akhir ini diantara sebagai berikut:

1. Memperoleh informasi yang tepat dan akurat mengenai keinginan dan kebutuhan konsumen yang akan menggunakan alas kaki SISCO. Sehingga pemilik usaha dapat mengetahui respon dari riset pemasaran konsumen serta dapat mengetahui permasalahan-permasalahan yang di daerah yang dituju.
2. Memperoleh data yang menunjang mengenai segmentasi pasar dan keinginan konsumen berdasarkan riset pemasaran. Sehingga pemilik usaha dapat melakukan pemasaran produk alas kaki SISCO secara terarah dan tepat sasaran, akibatnya SISCO dapat langsung mengetahui faktor-faktor tertentu yang menunjang perkembangan SISCO.
3. Mengetahui proses riset pemasaran mulai dari tahap pengidentifikasian masalah, pendekatan beserta metode yang digunakan terhadap masalah, perancangan riset, pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data.

1.5 Batasan Penelitian

Agar penelitian pada tugas akhir ini lebih terarah dan tepat pada sasaran tujuan awal serta tidak meluas, maka diperlukan batasan masalah sebagai berikut:

1. Penelitian tugas akhir tidak dilakukan untuk area lebih dari radius 0 – 5 km dari area Universitas Trunojoyo Madura (UTM) dan usia minimal 17 tahun – 60 tahun.
2. Penelitian tugas akhir ini tidak membahas biaya usulan strategi pemasaran yang direkomendasikan oleh peneliti.

1.6 Asumsi-asumsi

Berdasarkan keterbatasan penelitian baik waktu dan tempat maka penelitian tugas akhir ini memiliki asumsi-asumsi sebagai berikut:

1. Penelitian tugas akhir diasumsikan tidak ada pengaruh faktor-faktor seperti halnya legalitas pada proses pembentukan segmen pasar produk alas kaki SISCO.

1.7 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan terdiri dari berbagai tahapan-tahapan dalam mengerjakan tugas akhir. Tujuan sistematika penulisan adalah dapat mempermudah peneliti dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.

BAB I : PENDAHULUAN

Pada BAB I berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah dan asumsi sistematika penulisan lapojran tugas akhir.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada BAB II menjelaskan tentang suatu teori ataupun artikel yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan, teori ini mencakup semua aspek yang perlu dibahas dalam sebuah penelitian.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada BAB III ini berisi tentang lama penelitian, jenis penelitian, variabel penelitian, alat, teknik pengambilan data dan *flowchart* penelitian. Pada tahapan ini dapat menjadi acuan dalam melaksanakan suatu penelitian yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan pada tugas akhir ini.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada BAB IV menjelaskan tentang proses pengumpulan data dan pengolahan data secara mendetail yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan peneliti. Bab ini juga menjelaskan mengenai analisis data dan cara membaca data yang sesuai.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada BAB V menjelaskan tentang simpulan berdasarkan tujuan yang telah diambil serta dapat memberikan saran-saran terhadap universitas yang bersangkutan, pembaca dan peneliti selanjutnya.