BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latarbelakang Masalah

Semakin maraknya persaingan dunia usaha baik dalam negeri maupun luar negeri memacu para pengusaha untuk berusaha semaksimal mungkin dalam mencapai tujuannya yaitu agar dapat memperhatikan kelangsungan hidup perusahaanya dan mencapai laba yang optimal.Untuk mewujudkan tujuan tersebut maka diperlukan manajemen yang baik khususnya manajemen pemasaran, karena pemasaran merupakan faktor yang sangat penting dan menentukan dalam keberhasilan usaha perusahaan.

Salah satu keputusan yang dilaksanakan perusahaan, dalam menjalankan fungsi pemasarannya adalah keputusan mengenai penyampaian produk kepada konsumen yang dikenal dengan istilah saluran pemasaran. Saluran pemasaran ini dilakukan dengan tujuan agar produk sebagai hasil transformasi bahan baku menjadi barang yang memiliki nilai pasar dapat diterima oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen.

Tujuan yang ingin dicapai perusahaan didalam memasarkan produknya adalah pelanggan. Setiap perusahaan akan selalu berupaya untuk dapat meningkatkan jumlah konsumen atau pelanggan. Jika suatu perusahaan menginginkan adanya peningkatan jumlah pelanggan maka perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang baik

untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggannya, yaitu dengan menyediakan barang yang tepat, pada tempat dan waktu yang tepat pula. Salah satu unsur penting dalam memenuhi kebutuhan pelanggan tersebut adalah merancang sistem saluran pemasaran yang tepat sehingga penyaluran produk ke tangan pelanggan menjadi lancar. Kesalahan dalam merancang sistem saluran pemasaran dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk, walaupun produk yang dihasilkan perusahaan sudah sesuai dengan selera konsumen.

Impian setiap perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang dalam berbagai situasi dan kondisi perekonomian maupun pasar yang selalu berubah. Ketatnya persaingan dunia usaha, cepatnya perubahan teknologi, globalisasi ekonomi dan selera pasar yang senantiasa berubah adalah beberapa fenomena yang harus dihadapi perusahaan dalam mencapai impiannya. Fenomena-fenomena ini akan menimbulkan berbagai ancaman dan peluang bagi perusahaan, serta akan menentukan kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan.

Perusahaan dalam upaya menentukan kelangsungan hidup perusahaan nya,perusahaan berupaya mencari cara untuk bisa menghadapi masalah-masalah yang di hadapi oleh perusahaannya.salah satu cara untuk menjaga perusahan nya bias tetap bertahan dari para pesaing adalah dengan cara melaksanakan strategi diferensiasi

Sangat disadari bahwa strategi diferensiasi bisa berpengaruh terhadap kesetiaan konsumen.Namun hingga saat ini saluran pemasaran yang diberikan belum bisa dikatakan dapat memuaskan konsumen yang nantinya akan membuat konsumen menjadi loyal terhadap perusahaan.

Strategi diferensiasi adalah suatu cara atau banyak cara yang dapat dinilai oleh para pelanggan sehingga mempengaruhi pilihan pelanggan. Strategi diferensiasi sering, tetapi tidak selalu, dihubungkan dengan harga yang lebih tinggi, karena besarnya kenaikan membuat harga kurang tepat pada konsumen. Selain berdasarkan pada keungulan biaya rendah, keberhasilan strategi akan dibedakan dalam banyak cara, diantaranya dengan cara menaikkan penampilannya, kualitas, prestise, ciri utama, jaminan pelayanan, reliabilitas atau keyakinan pada produk.

Maksud diferensiasi adalah memudahkan penyediaan nilai yang cukup kuat pada barang bagi pelanggan dan diharapkan para pelanggan menyadari bahwa nilai itu ada, yang selanjutnya manfaat akhirnya harus dapat mempengaruhi kesetiaan pelanggan. Jika maksud diferensiasi ini dapat terlihat dengan mudah dikenali dalam ukuran atau secara mudah dicocokkan atau dihitung oleh pelanggan.

Dewasa ini perkembangan bisnis di Indonesia sangatlah pesat, Para pengusaha di kota-kota besar sepeti Badung, Jakarta, Surabaya, dan kota-kota besar lainya terus berupaya meningkatkan berbagai layanan serta kualitas produk dengan berbagai strategi yang digunakan termasuk saluran pemasaran dalam upaya memenangkan persaingan agar mendapat laba yang diinginkan, pangsa pasar yang luas, dan menghasilkan konsumen yang puas serta loyal.

Pada umumnya banyak terdapat berbagai jenis usaha,salah satunya adalah usaha clothing,colting adalah jenis usaha yang bergerak dalam bidang mode, usaha Clothing banyak di minati para Pengusaha di Indonesia,itu di karnakan banyak nya

kebutuhan,masyarakat yang menginginkan sesuatu yang berbeda dalam hal penampilan, Bisnis Cloting bisa kita jumpai di berbagai daerah-daerah yang ramai dan padat penduduknya.

Untuk menguasai peluang tersebut dan membentuk kepuasan pelanggan yang baik tidaklah mudah, karena *clothing* bukanlah satu-satunya *produsen* penyedia produk pakaian. Banyak bisnis bermunculan dengan persaingan yang sangat ketat dan membutuhkan ide-ide yang inovativ dalam persaingan tersebut. Terutama persaingan bisnis dalam bidang mode. Banyak sekali usaha-usaha mode yang bermunculan dan berkembang dengan berbagai jenis dan karakteristik yang bervariatif sesuai dengan ide yang muncul dari para pengusahanya. Contohnya, *distro* dan *Factory Outlet (F.O),* atau *outlet-outlet* bentuk yang lainnya. Dalam bisnis ini setiap clothing mempunyai karakteristik atau strategi diferensiasi masing-masing.

Dengan demikiaan para pengusaha dalam bisnis ini harus banyak mencari ide, untuk mengembangkan produknya demi memuaskan para konsumen, maka dengan demikiaan strategi difrensiasi produk dalam bisnis ini sangat di butuh kan karena bisa membuat suatu badan usaha itu bisa maju dan mampu bersaing dengan pengusaha yang lain nya

Di kota Bandung banyak pengusaha-pengusaha yang bergelut di bidang usaha clothing.Berbagai macam clothing bisa kita jumpai di sana,salah satunya adalah Cothing Linecoltd, Cloting Linecoltd adalah jenis clothing yang menjual jenis produk pakaian celana,asesoris .sasaran cloting ini adalah kaula muda yang senang dengan produk sketer. Clothing Linecoltd menerapkan strategi diferensiasi pada perusahaan

nya streategi tersebut digunakan untuk mencari peluang bagi perusahaannya dan untuk menjaga kelangsungan hidup dan perkembangan usahanya atu dikarnakan persaingan dalam bisnis clothing di Kota Bandung sangatlah ketat.

Maka dari itu clothing linecoltd menerapkan strategi diferensiasikan pada perusahaan nya agar bisa terus bersaing dengan clothing-clothing yang bergerak di bidang usaha yang sama, saat ini meskipun telah menggunakan strategi diferensiasi pada perusahaannya,masih tetap saja tidak bisa menyaingi perusahaan para pesaingnya terdapat Fenomena dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada Clothing Linecoltd Bandung,itu dikarenakan strategi diferensiasi yang dilakukan oleh Clothing Linecoltd Bandung masih kurang di mata pelanggan.

Dalam hal lain Diferensiasi produk Clothing Linecoltd Bandung kalah bersaing dalam hal penjualan produk nya. Clothing Linecoltd Bandung juga kalah dalam variasi produk yang ditawarkan oleh para pesaingnya .

Diferensiasi pelayanan yang di lakukan Clothing Linecoltd Bandung masih belum maksimal.pelayanan yang di berikan pada pelangan untuk kemudahan-kemudahan mendapatkan produk yang di ingin kan pelanggan masih kurang di sajikan oleh clothing linecoltd

Clothing Linecoltd Bandung memiliki hanya memiliki sedikit personil, sedangkan dibandingkan dengan para pesaingnya memiliki personil lebih banya personil di banding dengan Linecoltd, dengan demikian tingkat kapabilitas personil Clothing Linecoltd Bandung lebih rendah dari clothingl lain.

Clothing Linecoltd Bandung kurang baik membuat diferensiasi saluran, lokasi yang terletak dipinggiran kota jauh dari pusat kota, berbeda dengan clothing lainnya yang memilih lokasi ditengah kota, hal tersebut menyebabkan biaya tingggi dalam transaksi.

Citra Clothing Linecoltd Bandung ,masih belum bisa menarik banyak perhatian dari para pelanggan nya

Dari keterangan di atas disimpulkan bahwa penerepan strategi diferensiasi yang terdiri dari diferensiasi produk, diferensiasi pelayanan,diferensiasi personil, diferensiasi saluran, diferensiasi citra yang dilakukan clothing lincoltd masih kurang dari harapan para pelanggan sehingga pelanggannya kurang loyal terhadap clothing linecoltd tersebut.

Dari uraian di atas, maka dapat dirumuskan suatu perumusan masalah sebagai berikut: **”Dampak Strategi Diferensiasi Terhadap Loyaitas Pelanggan Pada Clothing Linecoltd Bandung”**

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis mengidentifikasikan masalah sebagai berikut : untuk mengatasi persaingan industri pakaian Cloting Linecoltd menerapkan strategi diferensiasi untuk lebih mengidentikan perusahaannya sehingga dapat diterima oleh pelanggan sehingga membuat pelanggan tersebut loyal pada perusahaan Clothing Linecoltd .

Namun pada kenyataannya strategi diferensiasi yang di lakukan clothing Linecoltd tidak mendapatkan hasil yang memuaskan sehingga strategi diferensiasi yang di berikan masih kurang menarik minat pelanggan sehingga pelangganpun kurang loyal untuk membeli prodauk di perusahaan clothing Linecoltd

Rendahnya loyalitas pelanggan clothing Linecoltd Bandung tersebut diduga karena strategi diferensiasi yang terdiri dari difrensiasi produk, pelayanan, personil, saluran, dan diferensiasi citra yang ditawarkan clothing Linecoltd Bandung dianggap masih kurang menarik oleh para pelanggan.

1.2.2 Rumusan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak menjadi terlalu luas maka penulis merumuskan masalah penelitian dengan melakukan pembatasan-pembatasan sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi diferensiasi Clothing di Bandung Linecoltd dimata konsumen
2. Bagaimana loyalitas konsumen pada Clothing Linecoltd di Bandung
3. Seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi dampak nya terhadap Loyalitas Pelanggan pada clothing Lincold di Bandung

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitaian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini, untuk meneliti dan menganalisa strategi diferensiasi dan loyalitas konsumen serta untuk mengetahui sejauh mana pengaruh strategi diferensiasi terhadap loyalitas konsumen pada clothing Linecoltd di Bandung

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi diferensiasi pada Clothing Linecoltd.
2. Untuk mengetahui bagaimana loyalitas konsumen Clothing Linecoltd.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh strategi diferensiasi terhadap loyaitas konsumen pada Clothing Linecoltd.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Teoritis

1.Bagi Perusahaan

Hasil Penelitian ini, semoga menjadi informasi yang sangat bermanfaat bagi pihak perusahaan untuk dijadikan suatu acuan (bahan pemikiran) untuk memberikan informasi tentang besarnya pengaruh strategi

diferensiasi memberikan dampak loyaitas konsumen pada Clothing Linecoltd Bandung.

2.Bagi pihak terkait

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mendapatkan pengetahuan dan sebagai bahan pertimbangan atau lainnya yang mungkin digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

3.Pihak lain

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi pihak lain, khususnya yang berminat pada masalah strategi diferensiasi dan Loyatas pelanggan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1.Bagi penulis

Untuk menambah wawasan pengetahuan sebagai bekal agar dapat menerapkan kombinasi yang tepat antara keadaan teoritis dengan keadaan yang sebenarnya, khususnya mengenai strategi diferensiasi dan loyaitas pelanggan

2.Bagi penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti lain, khususnya yang berminat pada masalah strategi diferensiasi produk dan loyaitas konsumen.dan dapat dijadikan bahan literatur untuk penilaian-penilaian lainnya

3.Perkembangan ilmu manajemen

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan wacana keilmuan dalam bidang manajemen yang khususnya berkaitan dengan Strategi diferensiasi dan loyaitas konsumen

1.4 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.4.1 Lokasi Penelitian

Studi kasus dalam penelitian ini dilaksanakan kepada pelanggan yang pernah membeli di Clothing Linecoltd Bandung di jalan Terusan Gegerkalong Hilir no 88 sariwangi / BUQIET SKATEPARK Bandung.

Jadwal Penelitian

No.	Uraian	Bulan																							
		februari				maret				april				mei				juni				juli			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Pengajuan UP																								
2.	Pencarian perusahaan																								
3.	Bimbingan UP																								
4.	Sidang UP																								
5.	Penelitian																								
6.	Analisis data																								
7.	Pelaksanaan bimbingan																								
8.	Sidang skripsi																								