BABI

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan trend mode yang selalu baru dan banyak bermunculan distro-distro baru. Selain itu banyak dari kalangan perusahaan produksi yang bergerak dalam bidang fashion dan distro selalu timbul inisiatif untuk selalu mengikuti trend yang terbaru agar produknya laku dipasaran dan tidak mengurangi laba perusahaan. Produk yang berqualitas dan mengikuti trend terbaru itu dapat menarik daya tarik konsumen untuk membeli sehingga perusahaan akan terhindar dari penurunan laba atau kebangkrutan disebabkan karena menurunnya jumlah pelanggan.

Seiring dengan pesatnya daya beli dalam bidang industri pakaian, banyak perusahan baru yang timbul dalam memproduksi pakaian yang menyebabkan masalah persaingan konsumen dalam bidang fashion, hal ini dapat membuat gerah sebagian pengusaha industri pakaian untuk mengambil inisiatif agar pelanggannya tidak berkurang.

Suatu perubahan paradigma pemasaran didorong oleh perubahan situasi dan kondisi masyarakat secara global. Perubahan tersebut meliputi pangsa pasar yang kian terpilih, keputusan pembelian yang kian selektif, berkembangnya masyarakat informasi, perkembangan saluran distribusi, berkembangnya cara

baru dalam berbelanja, perubahan pola konsumsi keluarga menyebabkan konsumen memiliki banyak pilihan menentukan produk yang dipilihnya. Selain daripada itu juga banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian barang dan jasa. Mempelajari dan menganalisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian merupakan hal dasar yang penting, sebab dengan pengetahuan dasar yang baik mengenai perilaku konsumen kita akan lebih mengetahui apa keinginan dari konsumen itu sendiri terutama dalam kaitannya dengan keputusan pembelian konsumen. Menghadapi kenyataan demikian penjual dituntut untuk mengembangkan kebijaksanaan pemasaran yang aktif serta senantiasa mengikuti perkembangan ekonomi, teknologi, kebutuhan, dan pola hidup masyarakat. Perusahaan harus mengembangkan informasi dan pengetahuan mengenai strategi penjualan produknya. Dalam hal ini penjual dapat melakukan dengan menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran melalui bentuk penataan display toko dan promosi penjualan yang tepat dan efektif.

Baby Bones sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di dalam bidang produksi pakaian anak, di dalam melakukan proses penjualan haruslah memahami apa kebutuhan dan keinginan konsumen, dengan demikian Baby Bones dapat menarik konsumen baru bahkan meningkatkan volume penjualan.Untuk itu perusahaan harus menyediakan layanan prima sesuai dengan keinginan konsumen dan mampu merespon kebutuhan konsumen dengan cepat

dan cermat. Untuk merespon kebutuhan konsumen, Baby Bones memilih melakukan strategi pemasaran yang tepat yaitu melaksanakan penataan display toko dan promosi penjualan yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan mempercepat pembelian oleh konsumen dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi dari beberapa pesaing perusahaan produksi pakaian yang lain.

Pengertian Display menurut William J Shultz yang di kutip oleh Buchari Alma (2007, : 184) display adalah usaha mendorong perhatian dan minat konsumen pada toko atau barang dan mendorong keinginan membeli melalui daya tarik penglihatan langsung.

Selain itu peranan promosi pun sangat berpengaruh dalam melakukan penjualan, dengan adanya promosi penjualan dapat meningkatkan hasil atau laba perusahaan serta dapat memberikan informasi kepada konsumen supaya mau membeli barang ke toko kita dan memberitahukan kepada para konsumen kalau mau membeli barang kebutuhan sehari-hari tidak perlu pergi jauh untuk mendapatkan barang yang diinginkan.

Menurut Philip Kotler (2002, : 681) promosi penjualan adalah terdiri dari kumpulan alat-alat insentif yang beragam sebagian besar berjangka pendek dirancang untuk mendorong pembelian suatu produk atau jasa tertentu secara lebih cepat dan atau lebih besar oleh konsumen atau pedagang.

Untuk menimbulkan keputusan pembelian konsumen, promosi merupakan salah satu cara yang dilakukan oleh perusahaan, dengan alasan jika konsumen

merasa puas dengan promosi yang dilakukan perusahaan, tidak menutup kemungkinan perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang lebih dari apa yang telah ditargetkan sebelumnya.

Tabel 1.1

Daftar penjualan tahun 2010

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	49.350.000
2	Februari	48.972.500
3	Maret	112.617.500
4	April	47.790.000
5	Mei	67.372.500
6	Juni	68.370.000
7	Juli	172.560.000
8	Agustus	213.712.500
9	September	94.130.000
10	Oktober	55.885.000
11	November	39.420.000
12	Desember	79.785.000

Sumber : Baby Bones

Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan pada distro Baby Bones Bandung, terdapat permasalahan yang menyangkut proses keputusan pembelian yaitu volume penjualan yang naik turun dari tiap bulan yang disebabkan daya beli yang masih terbatas, kurangnya bentuk promosi yang dilakukan oleh perusahaan, belum dikenal oleh masyarakat, orang lebih kenal distro ini di pakai hanya untuk kalangan remaja, serta banyaknya toko pakaian anak yang lama dan banyak bermunculan toko pakaian anak yang baru sebagai pesaing yang menawarkan produk pakaian anak sejenis. Sehingga konsumen yang awalnya berbelanja di Distro Baby Bones Bandung memiliki berbagai alternatif atau pilihan dalam memilih pakaian dari berbagai toko pakaian disebabkan produk Baby Bones kurang epektifnya dalam bidang pemasaran khususnya dari segi promosi penjualan barangnya.

Untuk mengetahui sejauh mana tingkat keberhasilan distro Baby Bones dengan mengadakan promosi yang diharapkan, maka diperlukan informasi tentang pendapat dari para konsumen khusunya yang belanja kebutuhan sehari-hari pada distro Baby Bones tersebut mengenai penataan display toko yang dilakukan perusahaan serta informasi tentang kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh distro Baby Bones

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan suatu penelitian mengenai **“ PENGARUH DISPLAY TOKO DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DISTRO BABY BONES BANDUNG”**

1.2 Identifikasi dan rumusana masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis mengidentifikasi masalah dalam bentuk fenomena yang ada dalam perusahaan yang menyangkut tentang proses keputusan pembelian yaitu volume penjualan yang menurun, serta daya beli masyarakat yang terbatas dan banyaknya bermunculan perusahaan pakaian yang sama dan kurangnya bentuk promosi penjualan yang di lakukan oleh perusahaan. Sehingga konsumen yang awalnya berbelanja di toko kami mereka pindah ke toko lain pada hal barang yang di beli konsumen ada di toko kami. Hal ini kurangnya informasi yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen.

Hal ini disebabkan pelaksanaan penataan display toko dan Promosi Penjualan yang dilakukan oleh distro Baby Bones Bandung belum optimal. Hal ini di sebabkan oleh sebagai berikut :

1. Masih banyak masyarakat umum belum mengetahui adanya distro pakaian buat anak-anak
2. Kurang optimalnya pelaksanaan penataan display pada distro Baby Bones

3. Kurangnya promosi penjualan yang dilakukan oleh distro Baby Bones

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah dalam skripsi ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pelaksanaan penataan display pada distro Baby Bones Bandung
2. Apakah kegiatan promosi penjualan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pada distro Baby Bones Bandung
3. Bagaimana kondisi keputusan pembelian pada distro Baby Bones Bandung
4. Seberapa besar pengaruhnya penataan display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada distro Baby Bones Bandung baik secara parsial dan simultan

1.3 Maksud dan tujuan

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud diadakannya penelitian ini untuk mengumpulkan, mengolah, menganalisis data dan informasi yang diperlukan tentang “pengaruh penataan display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian” pada distro Baby bones tersebut. Kemudian data yang diperoleh akan dituangkan dalam bentuk usulan penelitian.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bentuk dan gambaran penataan display toko pada distro Baby Bones Bandung
2. Untuk mengetahui bagaimana bentuk pelaksanaan promosi penjualan pada distro Baby Bones Bandung
3. Untuk mengetahui bagaimana gambaran tentang keputusan pembeli pada distro Baby Bones Bandung
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya penataan display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian

1.4 Kegunaan penelitian

Penulis berharap Skripsi ini memberikan banyak manfaat bagi penulis sendiri, perusahaan, dan para pembaca pada umumnya

1.4.1 Kegunaan Praktis

1. Bagi Perusahaan

Memberi masukan pada perusahaan berkenaan dengan bentuk penataan display toko dan promosi penjualan yang akan memberikan kontribusi terhadap keputusan pembelian para pelanggannya, sehingga pihak perusahaan memperoleh informasi untuk melaksanakan kegiatan permasaran tersebut secara lebih baik untuk kepentingan pemasaran distro Baby Bones

2. Bagi Pihak Terkait

Sebagai sumber infomasi yang dapat bermanfaat guna menggambarkan bentuk penataan display toko dan promosi penjualan serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen dan atau sebagai bahan referensi yang dibutuhkan bagi penulis lain yang mempunyai bahasan yang sama sehingga dapat melakukan suatu perbandingan.

1.4.2 Kegunaan Akademis

1. Bagi Penulis

Untuk menambah ilmu pengetahuan dan wawasan dalam dunia usaha mengenai seberapa besar pengaruh bentuk penataan display toko dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian konsumen, sehingga penulis mendapat tambahan kemampuan untuk menganalisis suatu permasalahan sosial yang ada dalam kehidupan masyarakat khususnya berkenaan dengan kegiatan pemasaran sebuah toko.

2. Bagi Pihak Lain

Maka dengan adanya hasil penelitian ini dapat memberikan masukan dan sebagai bahan pertimbangan bagi rekan-rekan yang akan mengadakan penelitian yang lebih lanjut serta berguna bagi pengembangan dunia pendidikan.

1.5 Lokasi dan waktu penelitian

1.5.1 Lokasi penelitian

Dalam penyusunan laporan usulan penelitian ini, penullis melakukan penelitian di distro Baby Bones Bandung yang beralamat Jl. Trunojoyo no 23, Bandung

1.5.2 Waktu Penelitian

Tabel 1.2

Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan penelitian																
2	Pelaksanaan penelitian																
3	Analisis data																
4	Penyusunan skripsi																