

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia adalah negara berkembang dalam segala aspek, salah satunya adalah teknologi informasi. Perkembangan teknologi informasi di Indonesia sampai saat ini berkembang dengan pesat seiring dengan penemuan dan pengembangan ilmu pengetahuan dalam bidang informasi dan komunikasi sehingga mampu menciptakan alat-alat yang mendukung perkembangan, mulai dari sistem komunikasi dan sampai dengan alat komunikasi yang searah maupun dua arah. Sebagai Negara yang berkembang, Indonesia selalu mengadaptasi berbagai teknologi informasi salah satunya dibidang komunikasi.

Dahulu manusia menggunakan surat untuk dijadikan alat komunikasi jarak jauh, namun dengan semakin majunya peralatan dan daya kreatifitas manusia lambat laun tradisi surat menyurat tergantikan dengan kehadiran pager. Pager merupakan alat komunikasi yang dibuat untuk menyampaikan pesan singkat, akan tetapi ketidakefektifan pager dalam berkomunikasi maka dibuatlah alat komunikasi berupa *handphone*.

*Handphone* sangat bermanfaat bagi pengguna untuk dijadikan alat komunikasi karena bisa berinteraksi secara langsung dengan lawan bicara kita tanpa bertatap muka dengan lawan bicara kita, selain dapat bertukar informasi secara mudah. Pada perangkat *handphone* berbeda dengan telepon genggam atau *handphone* hanya berfungsi untuk telepon dan mengirim pesan singkat namun *handphone* adalah sebuah telepon cerdas dimana banyak fitur-fitur canggih seperti *email*, *whatsapp*, *twitter*, *instagram* *youtube*, dan masih banyak fitur lainnya. Seiring berkembangnya zaman semakin banyak masyarakat yang menggunakan *handphone* tidak hanya sebagai gaya hidup namun telah menjadi suatu kebutuhan sehari-hari.

Berkembangnya *handphone* menjadi *smartphone* dimanfaatkan oleh produsen dengan menambahkan fitur-fitur yang canggih dan lengkap untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Prilaku pengguna *handphone* saat ini tidak hanya menggunakan satu merek. Berikut adalah *market share handphone* Android di Indonesia :

Indonesia Smartphone Shipments Share by Brand, Q2 2021 vs Q2 2020



Source: Counterpoint Research Monthly Indonesia Channel Share Tracker, June 2021

**Gambar 1.1 Handphone Android Di Indonesia Market Share 2020-2021**

Sumber : CRMICHT (2021)

Berdasarkan data *market share handphone* android diatas pada tahun 2020 salah satunya produk Samsung mendapatkan peringkat 3 dengan persentase 19% sedangkan Vivo dan Oppo mengalami kenaikan. Pada tahun 2021 *Handphone* android terus bersaing ada juga mengalami penurunan dan kenaikan yang sangat drastis penjualan *handphone* Samsung amengalami penurunan dengan persentase 13% dan turun peringkat ke posisi 4, kalah dengan brand Oppo, Vivo dan Xiaomi yang terus mengalami kenaikan. Data diatas merupakan data secara gambaran besar bahwa tingkat penjualan *handphone* android di Indonesia banyak mengalami persaingan semakin ketat dari tahun ketahun.

Dalam penelitian ini penulis akan meneliti Toko LA Ponsel Ciawi. LA Ponsel Ciawi Bogor merupakan Toko elektronik *handphone* android berdiri pada bulan 02 Februari 2011. Dalam kurun waktu tersebut, tingkat penjualan *handphone* di Toko LA Ponsel Ciawi sering kali mengalami penurunan. Faktor yang menyebabkan turunnya penjualan karena ketatnya persaingan dimana banyak toko *handphone* yang menawarkan produk dengan berbagai promosi yang dilakukan oleh toko pesaing. Berbeda hal tersebut penulis bermaksud untuk meneliti lebih lanjut mengenai Analisis Strategi yang diperlukan Toko LA Ponsel Pasar Ciawi Bogor khusus untuk penjualan *handphone android*, sebagai evaluasi strategi ke depannya. Berikut penulis sajikan data penjualan

*handphone* di toko LA Ponsel Ciawi dalam kurun waktu 1 tahun terakhir sebagai berikut.

**Tabel 1.1. Data Penjualan *Handphone* Android di Toko LA Ponsel Ciawi Bogor (2021)**

No	TAHUN	BULAN	VALUE	PRESENTASE
1	2021	JANUARI	Rp 130.469.034	
2	2021	FEBRUARI	Rp 108.137.000	-17%
3	2021	MARET	Rp 144.977.070	34%
4	2021	APRIEL	Rp 117.234.061	-19%
5	2021	MEI	Rp 198.889.250	69%
6	2021	JUNI	Rp 167.118.031	-15%
7	2021	JULI	Rp 120.728.003	-27%
8	2021	AGUSTUS	Rp 130.742.989	8,2%
9	2021	SEPTEMBER	Rp 157.830.014	20%
10	2021	OKTOBER	Rp 139.937.010	-11%
11	2021	NOVEMBER	Rp 115.849.005	-17%
12	2021	DESEMBER	Rp 164.625.013	42%
TOTAL		RP.	1.575.808.4777	

Sumber : Pengolahan data penjualan (2021)

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa selama tahun 2021 rata-rata tingkat penjualan di Toko LA Ponsel Ciawi Bogor dapat dikatakan belum stabil, terjadinya penurunan tingkat penjualan secara *value* di bulan Oktober yang hanya mencapai penjualan di angka Rp. 139.937.010, yang mana di bulan sebelumnya sudah mengalami kenaikan dengan angka Rp. 157.830.014.000 dan kembali mengalami penurunan di bulan November yang hanya Rp. 115.849.005, dan pada bulan Desember 2021 yang mencapai Rp. 164.825.013. Tetapi hal tersebut semua belum sesuai target yang diinginkan. Karena faktor internal dan eksternal dalam proses penjualan di Toko LA Ponsel Ciawi. Permasalahan yang sering ditemukan Toko LA Ponsel Ciawi dalam menjual produk yaitu dalam menjalankan kegiatan promosi yang dinilai belum optimal karena terkendala waktu dan keterlambatan penyebaran informasi melalui media *online*,

yang mana pada saat ini, konsumen akan lebih mudah menerima informasi melalui *online* terkait informasi harga, spesifikasi produk, lokasi dan lain-lain.

Seperti halnya usaha lain Toko LA Ponsel Ciawi membutuhkan strategi bisnis menghadapi tekanan persaingan dan perkembangan teknologi yang semakin maju. Untuk mengantisipasi persaingan dan memanfaatkan peluang pasar, tersebut Toko LA Ponsel Ciawi harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Toko LA Ponsel Ciawi harus melakukan riset terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat diketahui peluang-peluang, yang dapat dimanfaatkan. Setelah diketahui situasi bisnis *handphone*, kemudian melakukan analisis peluang-peluang yang ada berdasarkan segmentasi, target Pasar Toko LA Ponsel Ciawi untuk produk dan penempatan produk, Salah satu tujuan dilakukan evaluasi adalah untuk mengetahui apakah penerapan strategi sudah dapat meningkatkan penjualan di Toko LA Ponsel Ciawi atau masih belum tepat, sehingga dapat menentukan strategi yang tepat dan dapat dilakukan untuk menghadapi persaingan di Pasar Ciawi. Berdasarkan uraian diatas maka penulis mengangkat permasalahan mengenai bagaimana suatu toko penjualan *handphone* android dapat menetapkan strategi untuk menjawab tantangan bisnis yang terus berubah yang menuntut toko penjualan *handphone* harus mampu bersaing di tengah kemajuan teknologi & persaingan dengan toko-toko sejenis sehingga peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Analisis Strategi *Handphone* Android di Toko LA Ponsel Ciawi Bogor”**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Terjadinya penurunan penjualan *handphone* pada bulan Oktober dan November 2021 di Toko LA Ponsel.
- b. Ketatnya persaingan penjualan *handphone* dengan toko lain.
- c. Tuntutan konsumen yang tinggi pada penggunaan *handphone*.
- d. Menurunnya trafik konsumen yang datang ke Toko LA Ponsel.
- e. Kurangnya promosi lewat media sosial.
- f. Belum tercapainya target yang diinginkan.

g. Promosi yang kurang maksimal.

### **1.3. Batasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah di Toko LA Ponsel Ciawi Bogor bahwa permasalahan yang ada cukup mempengaruhi volume penjualan. Agar tidak meluas penelitiannya, maka penulis membatasi masalah agar pemecahan masalah lebih terarah maka penulis hanya membatasi tentang Analisis Strategi *Handphone* Android di Toko LA Ponsel Ciawi Bogor.

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan pemaparan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

- a. Apa saja faktor-faktor internal yang meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki *Handphone* Android di Toko LA Ponsel ?
- b. Apa saja faktor-faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi *Handphone* Android di Toko LA Ponsel ?
- c. Alternatif strategi apa saja yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan *Handphone* Android di Toko LA Ponsel ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk :

- a. Untuk mengetahui faktor-faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki *Handphone* Android di Toko LA Ponsel.
- b. Untuk mengetahui faktor eksternal yang meliputi peluang dan ancaman yang dihadapi *Handphone* Android di Toko LA Ponsel.
- c. Untuk mengetahui Alternatif strategi apa saja yang bisa digunakan untuk meningkatkan penjualan *Handphone* Android di Toko LA Ponsel.

### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

- a. Sebagai masukan dan informasi akan kekuatan dan kelemahan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada para konsumen. Selanjutnya akan dapat mempergunakan kekuatan yang dimilikinya dan mengatasi kelemahan-kelemahannya.
- b. Dapat digunakan sebagai referensi untuk solusi permasalahan pelaku bisnis yang mempunyai bisnis yang berhubungan dengan perkembangan teknologi, dan juga dapat digunakan sebagai masukan bagi manajemen LA Ponsel dalam menyusun berbagai rencana atau program kerja untuk melakukan upaya pengembangan bisnis lebih lanjut dan terarah agar lebih tepat sasaran, dan langkah yang diciptakan bisa efektif dan efisien.
- c. Dapat menjadi bahan informasi bagi yang ingin mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu manajemen strategi.
- d. Dapat dimanfaatkan untuk menjadi referensi bagi peneliti lainnya, khususnya yang akan melakukan penelitian dengan menggunakan metode yang sama.

### **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

#### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### **BAB II            TINJUAN PUSTAKA**

Tentang manajemn strategi, pengertian strategi, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis.

#### **BAB III            METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tempat dan waktu penelitian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data, metode analisis.

#### **BAB IV            HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Gambaran umum perusahaan, struktur organisasi Toko LA Ponsel kondisi lingkungan internal dan eksternal, pembahasan hasil analisis strategi Toko LA ponsel.

## BAB V        SIMPULAN DAN SARAN

Penutup yang berisikan simpulan dan saran.

## DAFTAR PUSTAKATA

Berisi berbagai buku, jurnal, website, rujukan yang digunakan dalam menyusun penelitian ini.