

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bisnis retail mengalami perkembangan yang cukup pesat, khususnya di Indonesia, hal ini ditandai dengan makin banyaknya bisnis retail tradisional yang melakukan berbagai inovasi menjadi bisnis retail modern, maupun bisnis retail modern yang baru lahir. retail merupakan mata rantai yang penting dalam proses distribusi barang dan merupakan mata rantai terakhir dalam proses distribusi. Melalui retail, suatu produk dapat bertemu langsung dengan penggunanya. Industri retail disini didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakaian akhir.

Kehadiran industri retail modern pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat terutama kelas menengah keatas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional, karena bisnis retail mempunyai keunggulan pada banyak faktor, dengan berbagai perkembangan. Dimasa krisis, hampir semua sektor ekonomi dilanda kelesuan dan hanya sedikit yang mampu bertahan. Industri retail termasuk salah satunya, dan bahkan masih berinvestasi di masa sulit.

Menurut Asosiasi Pengusaha Retail Indonesia (APRINDO), bisnis retail Indonesia atau usaha eceran di Indonesia mulai berkembang pada kisaran tahun 1980an seiring dengan mulai dikembangkannya perekonomian Indonesia dan semakin banyaknya pembangunan gerai-gerai baru di berbagai tempat.

Salah satu toko retail yang marak dipasaran adalah di bidang kosmetik. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor, pada kuartal I 2020, pertumbuhan industri kimia, farmasi, dan obat tradisional termasuk kosmetik tumbuh 5,59% dan pada 2021 pertumbuhan pasar kosmetik di Tanah Air naik 7% tahun 2021. (sumber: <https://www.bps.go.id/>) Dengan meningkatkan pertumbuhan pasar kosmetik, maka

persaingan pasar di bidang kosmetik juga meningkat. Bisnis retail yang menjual beragam kosmetik harus menyusun strategi agar mampu bertahan di tangan bertumbuhnya pasar kosmetik. Namun bagi sejumlah bisnis retail dibidang kosmetik kondisi tersebut tidak terjadi menjadi kekhawatiran besar sepanjang pangsa pasarnya masih tersedia, dengan begitu harus berusaha sebaik mungkin dalam memanfaatkan pasar yang ada dengan memberi image dan layanan khusus kepada para konsumen.

Pink Queen *Store* berdiri sejak tahun 2017 yang awalnya berada di area lantai LG kemudian pindah di area lantai Bassment Mall BTM Kota Bogor. Pink Queen *Store* adalah bisnis yang menjual beragam jenis kosmetik, dan juga *skincare* dengan beragam varian serta brand yang berbeda. Selain itu Pink Queen *Store*, juga menjual beragam aksesoris untuk anak-anak hingga dewasa.

Pembeli di Pink Queen *Store* dilayani dengan sangat ramah. Para pengunjung yang datang selain ditawarkan beragam produk juga diberi penjelasan mengenai manfaat dari produk tersebut, serta diberi tips mengenai penggunaan Kosmetik dan juga *Skincare* yang sesuai. Selain itu Pink Queen selalu memberikan kupon kepada para konsumen yang berbelanja di kelipatan Rp. 50.000 akan diberikan satu kupon ketika kupon sudah terkumpul 12, kupon bisa ditukar dengan lipcream gratis yang ada di toko Pink Queen tersebut, adapun hadiah tambahan jika para konsumen berbelanja hingga Rp. 250.000 akan diberi hadiah *skincare* dari salah satu *brand* yang ada di Pink Queen hal ini dilakukan untuk mempertahankan para konsumen. Karena, pengunjung yang datang sangat beragam, mulai dari kalangan pelajar dan mahasiswa, pekerja, hingga orang tua. Hal ini menjadi pembeda antara Pink Queen *Store* dengan kompetitor kosmetik *store* lainnya yang ada di Mall BTM.

Beberapa kompetitor *Pink Queen Store* tersebut antara lain, dapat dilihat padatable berikut ini :

Tabel 1.1 kompetitor *Pink Queen Store* di Mall BTM

No	Nama Store	Alamat
1	Watsons	Lantai GF Blok B07003
2	Toko Pink	Lantai 2
3	Robinson Mart	Lantai GF
4	<u>Tk. Andi Kosmetik</u>	Lantai UG

Sumber : Kompetitor *Pink Queen Store* (2023)

Tabel 1.2 Penjualan *Pink Queen Store* 6 (Enam) Bulan Terakhir

No	Bulan	Tahun	Pendapatan
1	September	2022	31.696.000
2	Oktober	2022	32.653.000
3	November	2022	33.610.000
4	Desember	2022	42.301.000
5	Januari	2023	42.892.000
6	Febuari	2023	37.583.000

Sumber : *Pink Queen Store* (2023), hasil penjualan tidak dipublikasikan

Pada Gambar tabel 1.2 diatas menunjukkan adanya penurunan pada bulan September 2022 dan berhasil naik pada bulan Oktober sampai Januari dan mengalami penurunan kembali di bulan Febuari Hal ini disebabkan karena dampak dari cuaca yang tidak menentu membuat para pengunjung mall BTM tidak dapat diprediksi serta banyaknya persaingan menyebabkan pendapatan *Pink Queen Store* menurun drastis.

Penyusunan strategi yang tepat merupakan faktor yang sangat menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mewujudkan visi dan misinya, demikian pula halnya dengan Pink Queen *store* sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang kecantikan, untuk memenangkan persaingan dalam pemasaran produk untuk meningkatkan pangsa pasar maka perusahaan perlu menerapkan strategi bersaing dengan menggunakan metode SWOT, yakni suatu strategi yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan pangsa pasar.

Hal ini perlu dilakukan oleh Pink Queen *Store* mengingat bahwa persaingan dengan perusahaan pesaing yang bergerak di bidang usaha yang sama sangat ketat, sehingga perusahaan perlu menyusun strategi yang dapat meningkatkan pangsa pasar berdasarkan dari tinjauan latar belakang dan pentingnya strategi pemasaran dalam suatu perusahaan maka penulis memilih judul “ **Analisis Strategi pemasaran Pink Queen Store**”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut beberapa permasalahan dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai :

1. Banyak nya persaingan Pink Queen *Store*
2. Cara pemasaran yang belum maksimal.
3. Kurangnya pengetahuan tentang kekurangan, kelebihan, peluang serta ancamanyang dimiliki oleh Pink Queen *Store*.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada pada Pink Queen *Store* menunjukkan bahwa masih banyak terdapat masalah yang ada. Agar mencegah dan melebarnya masalah maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini pada strategi berdasarkan Matriks SWOT pada penelitian strategi.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian singkat pada latar belakang maka rumusan masalah yaitu sebagai berikut :

1. Pemasaran apa saja yang digunakan oleh *Pink Queen Store*
2. Kekuatan dan kelemahan apa saja yang dimiliki oleh *Pink Queen Store*?
3. Apa saja yang menjadi peluang dan ancaman yang dihadapi oleh *Pink Queen Store*?

1.5 Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh *Pink Queen Store*
2. Untuk menganalisis peluang dan ancaman yang dihadapi oleh *Pink Queen Store*
3. Untuk merumuskan strategi pemasaran yang dapat digunakan oleh *Pink Queen Store*

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat menjadi bahan evaluasi untuk dijadikan pedoman dalam menyusun strategi.
2. Sebagai bahan referensi dan kajian tentang strategi pemasaran *Pink Queen Store*.
3. Menambah wawasan penulis tentang ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen pemasaran serta melengkapi kajian teori khususnya yang berkaitan dengan Startegi Pemasaran

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

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.