

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan (Kotler dan Armstrong,2014;27). Perusahaan pada umumnya memiliki tujuan yang mencakup beberapa aspek seperti mencakup volume penjualan tertentu, Mendapatkan laba yang maksimal dan menunjang tujuan perusahaan agar senantiasa dapat berkembang dinamis dalam lingkungan bisnisnya. Perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumen, Misalnya dengan menghasilkan barang dan jasa yang mutunya terjamin dengan harga yang wajar. Penyerahan produk yang lebih cepat dan pelayanan yang lebih baik dari pesaingnya. Perkembangan teknologi dimanfaatkan sebagai media pemasaran dan memudahkan konsumen untuk memenuhi kebutuhannya. Konsumen akan menghadapi banyak pilihan dan kesuksesan pemasaran produk akan banyak ditentukan oleh kesesuaian produk dengan kebutuhan konsumen pada segmen tertentu.

Sebagai salah satu perusahaan jasa di Surabaya yang bergerak dibidang Bordir Komputer, Degarmen Surabaya hadir untuk memberikan pelayanan/kualitas yang baik guna memenuhi kebutuhan masyarakat dibidang fashion diantara banyaknya pesaing yang bergerak dibidang yang sama. Degarmen merupakan salah satu Jasa yang mempunyai banyak pelanggan di setiap tahunnya, Karena mampu memberikan pelayan yang cepat sesuai dengan permintaan pelanggan.

Mengupayakan hasil yang maksimal di setiap pemesanan dan ditangani oleh karyawan yang sudah profesional. Tidak hanya itu Degarmen Surabaya menerima pemesanan dengan jumlah sedikit dan partai dengan harga yang relatif murah.

Tabel 1.1 Data Pelanggan Degarmen

No	Bulan	Jumlah
1	Januari	224
2	Februari	230
3	Maret	180
4	April	95
5	Mei	66
6	Juni	145
7	Juli	147
8	Agustus	150
9	September	176
10	Oktober	170
11	November	154
12	Desember	120
Total keseluruhan		1.857

Data : Degarmen Surabaya 2020

Berdasarkan tabel data di atas menunjukkan jumlah pelanggan degarmen Surabaya pada tahun 2020. Dari tabel tersebut pelanggan terbanyak pada bulan februari sebanyak 230 sedangkan jumlah pelanggan terendah bulan mei sebanyak 66 pelanggan. Selama tahun 2020 terjadi fluktuasi data pelanggan secara tidak signifikan, Karena ada nya ketidakpuasan pelanggan yang kebutuhannya tidak terpenuhi jadi lebih memilih kompetitor lain dan tidak melakukan pemesanan ulang. Upaya dalam memberikan pelayanan yang baik sudah dilakukan dengan menerima pelayanan express/cepat dan standar dengan kualitas yang agar Perusahaan memiliki nilai

lebih bagi pelanggan. Tetapi mengalami penurunan pemesanan jauh berbeda dengan yang sebelumnya yang mengakibatkan omset perusahaan menurun menyadari banyaknya pesaing perusahaan juga membuat strategi pemasaran, Sebagai tanggapan perusahaan dalam menghadapi lingkungan dan keadaan pesaing yang berubah. Persaingan membuat perusahaan harus menerapkan marketing mix yang merupakan salah satu faktor datangnya pelanggan

Menurut (Philip Kotler 2012) Bauran Pemasaran (Marketing Mix) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya di pasar sasaran. Hal ini perlu dilakukan untuk memaksimalkan Pemasaran dalam setiap perusahaan agar tidak salah sasaran.

Persaingan pemasaran yang semakin ketat membuat perusahaan memproduksi segala jenis produk yang dibutuhkan dan diinginkan masyarakat. Beragam perilaku konsumen dalam pasar tidak menjadikan semua jenis produk cocok untuk dipasarkan di semua segmen pasar, Jika dipaksakan maka hasilnya tidak optimal. Perusahaan perlu menentukan segmen pasar mana yang kiranya cocok untuk menjadi tujuan dipasarkannya suatu produk sehingga perusahaan akan lebih fokus dalam melayani.

Agar perusahaan bisa berkembang pesat dan berjalan dengan baik untuk mencapai hal tersebut diperlukannya melakukan strategi pemasaran yang tepat dan efektif salah satunya dengan menentukan target pasar, Menurut (Tjiptono and Chandra 2012) pasar sasaran (Targeting) dimana setiap perusahaan harus mampu menentukan target pasar dahulu sebelum memasarkan usahanya, Dalam menetapkan target pasar perusahaan dapat melakukan segmentasi pasar terlebih

dahulu dengan cara mengelompokkan konsumen kedalam kelompok dengan ciri yang sama.

Penentuan target pasar ini penting untuk dilakukan pada setiap perusahaan karena perusahaan tidak mampu melayani semua konsumen atau pembeli karena beragamnya kebutuhan dan keinginan, oleh karena itu perusahaan perlu mengidentifikasi bagian pasar mana yang akan dilayani sebagai target pasar.

Perusahaan sangat perlu melakukan segmentasi pasar agar lebih terarah serta sumber daya segmentasi memungkinkan perusahaan mendapatkan gambaran yang lebih jelas mengenai peta kompetisi serta menentukan komponen-komponen strategi.

Suatu organisasi yang memutuskan untuk beroperasi di salah satu pasar konsumsi, industri, jasa atau pemerintahan mengakui bahwa pada dasarnya organisasi tersebut tidak dapat melayani semua pelanggan, hal ini dikarenakan jumlah pelanggan yang terlalu besar dan wilayahnya terlalu luas dengan beraneka ragam kebutuhan serta keinginan dan kebiasaan dalam membeli sedangkan para pelanggan menuntut untuk mendapatkan pelayanan secara maksimal.

Salah satu upaya yang dilakukan oleh perusahaan agar produk dapat tetap berada dalam posisi yang efektif dalam melayani segmen segmen pelanggan yang maksimal dari pasar yang dituju dengan menetapkan segmentasi pasar. Segmentasi pasar pada dasarnya merupakan suatu cara untuk membedakan pasar menurut beberapa karakter dari pelanggan yang secara umum digolongkan menjadi 4, yaitu : geografis, demografis, psikografis, dan tingkah laku.

Menurut Kotler, Precylia Cyndi Kembuan (2014) Segmentasi memiliki peran penting karena beberapa alasan yaitu

segmentasi memungkinkan perusahaan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya. Dengan membagi pasar menjadi segmen-segmen akan memberikan gambaran bagi perusahaan untuk menetapkan segmen mana yang akan dilayani.

Segmentasi akan membuat suatu perusahaan untuk lebih fokus dalam mengalokasikan sumber daya, Hal ini juga termasuk dasar dalam menentukan perencanaan strategi atau taktik secara keseluruhan serta salah satu kunci agar bisa menghadapi banyaknya pesaing, Dimana tujuan utamanya adalah demi meningkatkan efektifitas perencanaan strategi pemasaran. Dengan perencanaan strategi penentuan segmen yang tepat perusahaan dapat melayani pelanggan sesuai dengan keinginan atau kebutuhan yang membuat konsumen merasa Puas. Kepuasan pelanggan sangat penting untuk perusahaan karena akan berdampak pada kinerja atau hasil yang telah dirasakan. (Kotler 2012) menyatakan bahwa, Pelanggan yang merasa puas akan membeli ulang dan mereka akan memberi tau orang lain mengenai pengalaman baik tentang produk itu. Faktor utama yang mempengaruhi kepuasan dari pelanggan adalah apabila pelanggan merasa apa yang diinginkannya terpenuhi dengan maksimal. Pelanggan akan merasa puas jika harapannya terpenuhi. Jadi apabila seorang pelanggan merasa puas akan suatu produk maupun jasa, maka dia akan loyal atau melakukan pembelian dan pemakaian kembali terhadap suatu barang/jasa tersebut.

Strategi Pemasaran dengan menetapkan target pasar pengelompokan segmentasi sudah dilakukan, tetapi dalam satu tahun tak selalu menunjukkan peningkatan yang signifikan setiap bulannya meski sudah berupaya untuk memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan (HRD

Degarmen,2020) banyak pelanggan baru yang menggunakan jasa bordir Surabaya namun masih sedikit yang melakukan pemesanan ulang dengan beberapa alasan.



Gambar 1 1 Grafik Kepuasan Pelanggan

Sumber Data : Grafik Degarmen Surabaya 2020

Dari grafik di atas menunjukkan masih ada pelanggan yang merasa kurang puas baik dalam pelayanan dan kualitas yang diberikan meski sudah berusaha maksimal. Konsumen lebih memilih menggunakan pelayanan kompetitor lain dan tidak melakukan pemesanan kembali, Oleh karena itu Degarmen Surabaya tak bisa mencapai target yang sudah direncanakan.

Pada hasil penelitian Ahmadi & Herlina (2017), Prasetyo (2017), Lestari (2017) menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan segmentasi Pasar terhadap kepuasan Pelanggan. Selain itu, Rambidkk (2020), Ravindra (2017) dalam penelitiannya menyatakan bahwa segmentasi dan target pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, Peneliti tertarik untuk meneliti kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan segmentasi Pasar dan target pasar yang berjudul **“Pengaruh Segmentasi Pasar Dan Target Pasar Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Bordir Komputer Di Degarmen Surabaya ”**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah segmentasi Pasar berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer di Degarmen Surabaya ?
2. Apakah Target pasar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer di Degarmen Surabaya ?
3. Apakah segmentasi Pasar dan target pasar berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer di Degarmen Surabaya ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh segmentasi Pasar terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer Degarmen Surabaya.
2. Untuk mengetahui pengaruh target pasar terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer Degarmen Surabaya.
3. Untuk mengetahui pengaruh segmentasi Pasar dan target pasar terhadap kepuasan pelanggan jasa bordir komputer Degarmen Surabaya.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk perusahaan, Sebagai bahan acuan dan pertimbangan dalam mengambil langkah-langkah kebijakan mengenai segmentasi dan target pasar.
2. Bagi peneliti, Untuk menambah wawasan pola pikir dan suatu pengalaman tentang penerapan segmentasi dan target pasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada situasi sebenarnya.
3. Untuk pembaca, Dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta sebagai bahan referensi peneliti lain mengenai segmentasi dan target pasar.