

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Toko Rahmat Grosir bergerak dibidang sembako, didirikan pada tahun 2017, Toko 1 berlokasi Jl. Desa Satria Jaya Blok Cempaka 1 No. 67, RT.7/RW.8, Karangsatria, Kec. Tambun Utara. Pada perkembangan Toko Rahmat Grosir mampu menambah lokasi usahanya (Toko 2) yang berlokasi Perumahan Taman Alamanda Raya Blok AA1 Nomor 11 Rt 001/011, Karangsatria, Kec. Tambun Utara, Kab. Bekasi, Jawa Barat 17510, Indonesia. Dan menambah lokasi gudang barang yang berlokasi Jl. Alamanda Utara 13, Karangsatria, Kec. Tambun Utara.

Sejalan dengan makin berkembangnya teknologi dan usaha secara global, maka Toko Rahmat Grosir memandang perlu melakukan pengembangan dari jumlah penjualan barangnya. Maka, jeda 2 bulan buka toko memiliki karyawan untuk pengembangan jumlah penjualan Toko Rahmat Grosir, yang pada akhirnya membuahkan hasil. Pelayanan bon harga awalnya manual menggunakan tulis tangan lalu berkembang menggunakan komputer memakai *FPOS SYSTEM*.

Sistem resmi toko, *FPOS System*. Sistem pembayaran cash, system promosi melalui spanduk, melalui orang ke orang (Offline), link Rahmat Grosir. Target market belanja keperluan pribadi, warung dan agen. Luas toko Rahmat Grosir 17x27m. Pesaing Rahmat Grosir ada beberapa toko didaerah tersebut jaraknya sangat dekat kurang lebih 5 toko.

Dengan canggihnya teknologi sekarang sangat terancam bagi toko-toko offline dan Alhamdulillah Rahmat Grosir memiliki toko online pribadi yang dapat langsung di download di Playstore *Rahmat Grosir* dan Rahmat Grosir sudah banyak bekerja sama dengan berbagai market penjualan seperti shoope, lazada, SRC, warung pintar, dll. Rahmat Grosir pun memberikan kemudahan berbelanja kepada semua konsumen dengan belanja tempo dalam jangka waktu

pembayaran 1 bulan, hal ini terjadi karena Rahmat Grosir bekerja sama dengan system Awan Tunai yang memberikan pinjaman modal dengan limit sebesar 500.000.000,00 1 bulan dan Awan Tunai memberikan fasilitas khusus program Awan Tunai, tab Samsung beserta keyboard dan printer.

Untuk omset kotor Rahmat Grosir ditahun 2017 silam, hari pertama buka toko jumlah omset 650.000,00/hari, perkiraan bersih keuntungan sebesar 25.000,00/hari. Seiring waktu berjalan Rahmat Grosir semakin maju dan semakin berkembang, diakhir 2021 rata-rata omset kotor 120.000.000,00/hari dengan perkiraan bersih keuntungan sebesar 4.500.000,00/harinya. Jadi tidak heran Rahmat Grosir dalam jangka waktu 4 tahun sudah memiliki 8 karyawan dan memiliki 2 armada mobil pengantar, 4 motor. Informasi yang saya dapat pemilik Toko Rahmat Grosir menabung di BCA 25.000.000,00/bulan.

Pendapatan setiap tahunnya terus meningkat. Hal ini terlihat dari jumlah toko/warung yang berbelanja dan peningkatan setiap tahun, baik itu dalam skala kecil maupun skala besar. Kekuatan toko sembako terletak pada pemasarannya yang tidak terbatas bukan hanya dalam segi wilayah saja, juga dalam setiap segmen atau lapisan penduduk sekitar. Setiap orang yang berkunjung ke Toko Rahmat Grosir merupakan sasaran promosi bagi orang lain yang belum tau tentang Toko Rahmat Grosir di wilayah tersebut, perkembangan Toko Rahmat Grosir sangat pesat karena masyarakat lebih senang berbelanja dengan cara efektif.

Bukan hanya untuk mempertahankan macam-macam pasar melihat ketatnya persaingan. Dalam situasi ini toko harus mengetahui dasar dan teori-teori untuk mengembangkan *market share* melalui strategi pemasaran untuk bersaing dengan menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT (strengths-weaknesses-opportunities-threats) merupakan cara untuk mengamati lingkungan pemasaran eksternal dan internal.

Dengan mengetahui volume penjualan dapat meningkat dan ancaman yang akan dihadapi oleh toko harus dihadapi dengan mengembangkan strategi pemasaran yang baik. Sebelum konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian ada beberapa hal yang menjadi pertimbangan konsumen,

diantaranya adalah kualitas produk. Ketika calon konsumen ingin berbelanja online maupun offline, hal utama yang menjadi pertimbangan konsumen adalah kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan gambar dan deskripsi barang yang dijelaskan oleh toko.

Selain kualitas produk yang perlu diperhatikan dalam kegiatan pembelian adalah faktor harga. Harga yang ditawarkan toko jauh lebih rendah dibanding toko lain. Selain dari kualitas produk dan harga konsumen juga sangat tertarik dengan kenyamanan pelayanan dan fasilitas berbelanja. Seperti adanya *wifi*, *cctv*, keranjang belanja, dll.

Kepuasan konsumen bisa menjadikan patokan dalam mendapatkan kesuksesan berbisnis dan beberapa hal diatas dapat membantu meningkatkan market share. Perkembangan bisnis akan selalu diukur dari puas tidaknya konsumen, dan toko bisa mengetahui meningkat tidaknya *market share* dalam persaingan. Sehingga penulis tertarik untuk mengambil judul “Analisis SWOT Untuk Meningkatkan Market Share pada Rahmat Grosir”.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimana menentukan formulasi strategi pemasaran dengan mengetahui kekuatan, kelemahan pangsa pasar pada toko sembako Rahmat Grosir?
2. Apakah strategi bersaing yang diterapkan oleh toko sembako Rahmat Grosir dapat meningkatkan *market share*?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Terdapat tujuan penelitian :

1. Untuk melihat secara objektif kondisi internal (kelemahan, kekuatan) dan eksternal (peluang, ancaman) sehingga toko dapat mengantisipasi perubahan sekitar.

2. Untuk menganalisa penerapan strategi bersaing toko sembako Rahmat Grosir dan meningkatkan *market share*.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Setiap penelitian diharapkan dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya maupun yang terkait secara langsung didalamnya. Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis (Manfaat yang dapat dirasakan pihak lain seperti pembaca).  
Untuk meningkatkan daya ingat dan memperluas pengetahuan ilmu pemasaran pada umumnya.
2. Manfaat Praktis (Manfaat yang dapat dirasakan langsung oleh pihak yang berkepentingan dalam penelitian tersebut “Rahmat Grosir”).
  - a. Sebagai bahan pertimbangan bersaing toko sembako Rahmat Grosir menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui volume penjualan.
  - b. Perlu dipertimbangkan dalam melakukan persaingan untuk meningkatkan *market share*.

#### 1.5 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan dibatasi dengan mengetahui pertimbangan bersaing toko sembako Rahmat Grosir meningkatkan *market share* dengan cara bersaing menggunakan analisis SWOT.

#### 1.6 Sistematis Penulisan

Secara sistematis pembahasan skripsi dapat diuraikan seperti dibawah ini :

### **BAB I                    PENDAHULUAN**

Bab ini menguraikan dan menjelaskan mengenai latar belakang Masalah, rumusan masalah, manfaat penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

**BAB II                    TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini menguraikan mengenai dasar dan teori-teori untuk meningkatkan market share menggunakan analisis SWOT agar mengetahui, memahami, dilengkapi dengan hasil penelitian terdahulu, kerangka pikir, serta hipotesis.

**BAB III                    METODE PENELITIAN**

Bab ini menjelaskan tentang variable-variabel penelitian dan definisi operasional variable, populasi dan sampel, sumber data, metode pengumpulan data, analisis data.

**BAB IV                    HASIL DATA DAN PEMBAHASAN PENELITIAN**

Bab ini berisikan uraian mengenai deskripsi objek penelitian dengan hasil analisis data, pembahasan hasil penelitian.

**BAB V                    PENUTUP**

Dalam bab ini berisikan tentang kesimpulan dan saran dari penelitian yang telah dilakukan untuk kemudian dapat dikembangkan kembali

