

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini sangat pesat dan cepat. Fenomena yang ada saat ini, banyak orang yang menggunakan komunikasi lewat handphone. Handphone (HP) adalah alat komunikasi media elektronik yang manfaatnya sama dengan telepon konvensional akan tetapi mudah dibawa kemana-mana, mudah penggunaannya serta didalamnya terdapat fitur-fitur yang sangat canggih untuk berkomunikasi. Handphone tidak hanya digunakan untuk menelpon saja, handphone juga mempunyai manfaat lainnya seperti pengiriman dan penerimaan pesan singkat (SMS), Whatsapp, Telegram, Instagram dan lain-lain. Perkembangan teknologi handphone dari sejak pertama keluar hingga sekarang sangatlah pesat sehingga membuat perusahaan-perusahaan pembuat handphone haruslah bersaing ketat dan mengeluarkan produk-produk terbarunya yang dapat menarik para konsumen untuk membeli produk mereka.

Banyak merek-merek *handphone* yang beredar dipasaran seperti Samsung, Vivo, Oppo, Infinix, Apple, Xiaomi, Realme, dan masih banyak yang lainnya yang menjadikan persaingan di pasaran semakin ketat. Banyak sekali vendor handphone yang mengeluarkan banyak jenis smartphone dalam satu tahun yang membuat bingung konsumennya karena banyak pilihan. Dalam proses keputusan pembelian, perilaku konsumen juga menjadi sangat penting untuk diperhatikan dimana konsumen mempunyai pengaruh yang kuat dalam menentukan terjadinya suatu keputusan pembelian. Adapun aspek-aspek yang harus diperhatikan oleh setiap pemasar jika ingin sukses dalam memasarkan produknya adalah menetapkan strategi yang biasa dilakukan perusahaan yaitu menggunakan strategi pemasaran menggunakan BMC, Matriks SWOT, IFE EFE IE. Tujuannya untuk menentukan alternative strategi yang akan diterapkan ditoko Ryan Cell Leuwiliang guna meningkatkan penjualan yang efektif dengan menerapkan strategi *growth* yang efektif yaitu dengan cara pengembangan dan pemanfaatan kekuatan atau peluang serta meningkatkan penjualan dan kualitas pelayanan toko Ryan Cell Leuwiliang.

Bahkan dengan majunya ilmu teknologi pada saat ini, handphone tidak hanya dapat digunakan untuk telepon dan mengirim pesan singkat, namun dapat digunakan untuk chatting, membuka e-mail, ataupun komunikasi lainya melalui internet. Dengan bentuknya yang kecil, mudah dibawa dan memiliki aplikasi yang lengkap maka handphone merupakan salah satu pilihan yang tepat. Pada saat ini permintaan masyarakat terhadap handphone semakin meningkat, hal ini merupakan peluang bagi produsen handphone untuk menciptakan inovasi-inovasi baru dalam pembuatan handphone yang dihasilkannya. Toko handphone merupakan salah satu toko yang proses jual belinya masih menggunakan proses manual. Pada proses penjualan handphone, accessories handphone, biasanya masih ditulis secara manual pada buku penjualan atau nota saja. Seterusnya untuk mengetahui harga jual barang, toko HP masih mencari secara manual pada pembukuan toko HP. Oleh karena itu perlu dibuat sistem informasi penjualan pada toko HP dengan menggunakan komputerisasi. Toko Handphone memiliki cukup banyak customer yang setiap hari datang ke toko untuk melakukan transaksi. Dalam pembuatan laporan, Toko Ryan Cell masih menggunakan cara manual dengan mencatat keuangan dengan menggunakan sistem seperti itu. Berikut ini tabel penjualan handphone dalam satu tahun terakhir terjadi ditoko Ryancell:

Tabel 1.1 Penjualan Toko Ryancell 1 Dalam Periode 2022 (Dalam Satuan Unit)

No.	Bulan	Hasil Penjualan
1.	Januari	151 Unit
2.	Februari	196 Unit
3.	Maret	130 Unit
4.	April	211 Unit
5.	Mei	169 Unit
6.	Juni	241 Unit
7.	Juli	194 Unit
8.	Agustus	139 Unit
9.	September	189 Unit
10.	Oktober	154 Unit

11.	November	132 Unit
12	Desember	165 Unit

Sumber Penelitian diolah 2023

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa penjualan dalam setahun terakhir tidak selalu stabil hal ini menunjukkan bahwa toko ini belum memiliki strategi SOP atau strategi tetap oleh karena itu penulis tertarik menulis skripsi yang berjudul Analisis strategi bersaing toko Ryancell Leuwiliang Kabupaten Bogor

1.2 Identifikasi Masalah

Beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut:

1. Proses pembuatan laporan yang dilakukan kurang efektif, sehingga sering terjadi kesalahan dalam proses pencatatan laporan yang dapat menyebabkan laporan rusak atau hilang.
2. Tingkat pesaingan yang terjadi di toko handphone dan pesaingnya juga dinilai sangat tinggi dengan mengandalkan startegi penjualan dan pemasaran masing-masing.
3. Pesaingan tempat dan jarak yang berdekatan sehingga menurunkan penjualan Ryan Cell.
4. Adanya komplain yang dilakukan oleh pelanggan terhadap pembelian *handphone second*.
5. Kurangnya promosi diakun sosial media Ryan Cell.

1.3 Batasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di toko Ryancell leuwiliang kab. Bogor menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas, Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Berikut ini pembatas masalah penelitian ini:

1. Penelitian ini hanya membahas tentang ditoko Ryan Cell Leuwiliang. Fokus penelitian adalah pada starategi pemasaran bersaing toko Ryan Cell.

2. Responden yang menjadi sampel penelitian adalah Owner, pegawai, dan konsumen loyal yang pernah membeli handphone ditoko Ryan Cell dalam satu tahun terakhir.
3. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis SWOT, IFE EFE dan IE untuk mengetahui alternatif strategi pemasaran Ryan Cell.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi bersaing ditoko Ryan Cell dengan pendekatan *business model canvas*?
2. Bagaimana faktor internal dan faktor eksternal yang mempengaruhi persaingan ditoko Ryan Cell?
3. Bagaimana alternatif strategi pemasaran untuk diterapkan pada usaha toko Ryan Cell?

1.5 Tujuan Penelitian

Melihat rumusan masalah diatas maka penelitian ini mempunyai beberapa tujuan yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana strategi bersaing ditoko Ryan Cell dengan pendekatan *business model canvas*
2. Untuk mengetahui faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi persaingan ditoko Ryan Cell
3. Untuk mengetahui alternatif strategi untuk meningkatkan pada usaha toko Ryan Cell.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini dapat memberikan manfaat dengan sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan
 - a. Penelitian ini dapat memberikan bahan masukan dan informasi yang berguna bagi Ryan Cell dan sebagai informasi kekuatan yang dimiliki perusahaan sehingga dapat mengatasi kelemahan perusahaan.
 - b. Sebagai masukan informasi apa saja peluang yang dapat di manfaatkan untuk mengatasi masalah dari ancaman yang akan di hadapi dalam keberlangsungan bisnis Ryan Cell
 - c. Sebagai masukan dan informasi rancangan strategi yang tepat dan dapat diterapkan dalam kegiatan oprasional dalam menjaga keberlangsungan Ryan Cell
2. Bagi Penulis
Manfaat penelitian ini bagi penulis adalah untuk memperluas wawasan penulis khususnya mengenai analsis strategi pemasaran Ryan Cell dan agar bisa dapat di implementasikan di bisnis atau usaha yang lainnya.
3. Bagi Peneliti selanjutnya
Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi atau masukan bagi penelitian dimasa yang akan datang dan menambah ilmu pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan analisis strategi pemasaran.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan penulisan, penulis membaginya menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi latar belakang, identifikasi masalah, definisi masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang tempat dan waktu penelitian, pendekatan penelitian, informan penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang merupakan hasil akhir dari penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk objek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi berbagai buku, jurnal, referensi, yang sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.