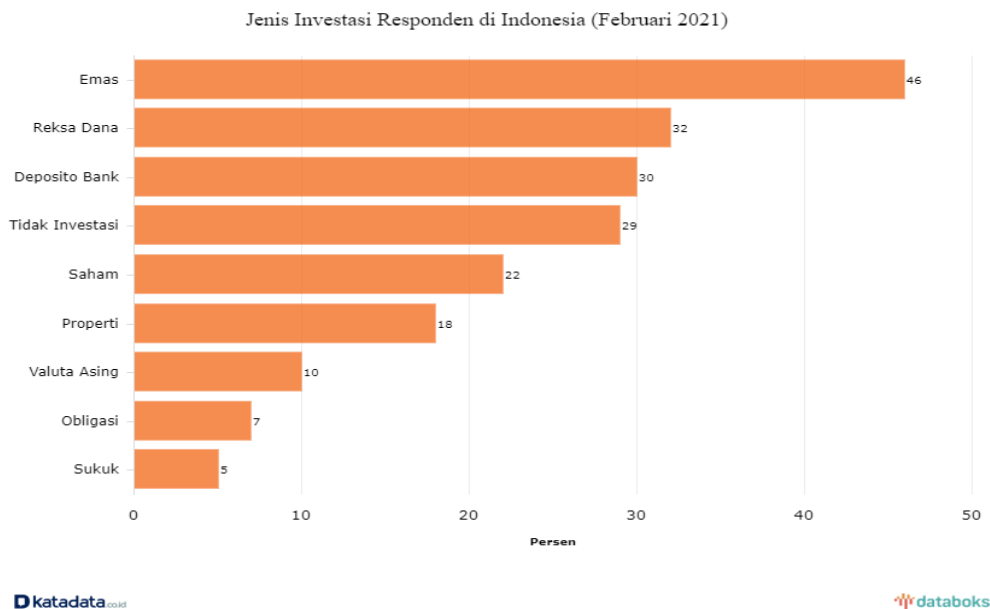


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Investasi merupakan sebuah kegiatan menyalurkan sejumlah dana dengan masa periode tertentu dengan harapan bisa mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang (Sumanto, 2006). Sedangkan menurut Tandelilin (2017), investasi merupakan sebuah komitmen yang dilakukan pada saat ini terhadap sebuah dana yang bertujuan agar dapat memperoleh keuntungan di masa yang akan datang. Berdasarkan para ahli, dapat disimpulkan bahwa investasi adalah menyimpan dana pada suatu aset bisa berupa emas, tanah, saham dan lain-lain dengan harapan investor akan mendapatkan keuntungan di masa yang akan datang dengan periode tertentu. Investasi dibagi menjadi 3 macam yaitu investasi jangka pendek (kurang dari 1 tahun), investasi jangka menengah (1-5 tahun), dan investasi jangka panjang (lebih dari 5 tahun). Ada banyak jenis investasi seperti emas, saham, properti dan lain-lain, berikut merupakan jenis investasi yang paling populer di Indonesia dapat dilihat pada Gambar I.1:



Gambar I. 1 Grafik Jenis Investasi Responden di Indonesia
Sumber: Databoks (2021)

Gambar I.1 merupakan grafik tentang jenis investasi yang dimiliki oleh responden Indonesia melalui survey yang dilakukan oleh Databoks (2021). Dari Gambar I.1, jenis investasi yang paling populer di Indonesia adalah investasi emas dengan

presentase 46%, selanjutnya ada investasi reksa dana dengan presentase 32% , investasi deposito bank dengan presentase 30%, investasi saham dengan presentase 22%, investasi properti dengan presentase 18%, investasi valuta asing dengan presentase 10%, investasi obligasi dengan presentase 7%, investasi sukuk dengan presentasi 5%, meskipun masih ada responden yang masih belum berinvestasi sebanyak 29%.

Investasi emas sudah banyak dikenal masyarakat Indonesia dikarenakan emas sangat mudah didapatkan. Emas juga tidak turun akibat dari inflasi, ketika nilai mata uang rendah, harga emas justru semakin tinggi. Harga emas yang selalu naik tiap tahunnya menjadi daya tarik bagi investor untuk berinvestasi emas. Investasi emas merupakan investasi yang mempunyai risiko yang sedikit dibandingkan investasi lainnya. Meskipun harga emas bisa turun tetapi turunnya tidak akan terlalu signifikan. Selain itu, emas juga bisa dijadikan perhiasan sehingga investor bisa berhias sekaligus berinvestasi. Saat ini, sudah banyak toko yang menjual perhiasan emas, salah satunya yaitu Toko Mas Family yang berlokasi di Pasar Darmaraja, Kabupaten Sumedang. Berikut merupakan gambar dari Toko Mas Family:

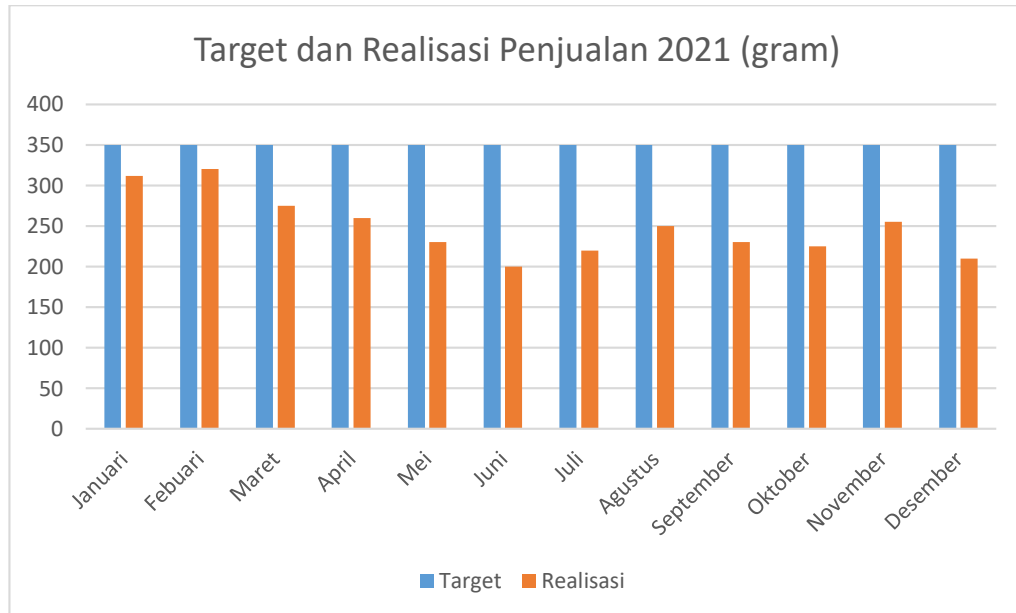


Gambar I. 2 Toko Mas Family

Toko Mas Family merupakan toko jual beli perhiasan emas yang berlokasi di Pasar Darmaraja, Kabupaten Sumedang. Toko Mas Family memiliki produk yang bervariasi seperti seperti kalung, cincin dan lain-lain. Tujuan dari adanya Toko Mas Family yaitu agar masyarakat di daerah Darmaraja dan sekitarnya dapat

berhias sambil berinvestasi. Dengan begitu, masyarakat bisa berinvestasi emas dengan mudah dan aman.

Toko Mas Family memiliki target penjualan per bulan yaitu 350 gram yang ditentukan oleh *owner*. Tetapi, target penjualan dari Toko Mas Family pada tahun 2021 tidak terpenuhi. Berikut merupakan target dan realisasi penjualan Toko Mas Family dari bulan Januari sampai bulan Desember 2021:



Gambar I. 3 Target dan Realisasi Penjualan 2021
Sumber: Toko Mas Family (2022)

Gambar I. 3 merupakan target dan realisasi penjualan dari Toko Mas Family. Dapat dilihat bahwa penjualan Toko Mas Family dari Januari sampai Desember pada tahun 2021 tidak mencapai target yang telah ditentukan.

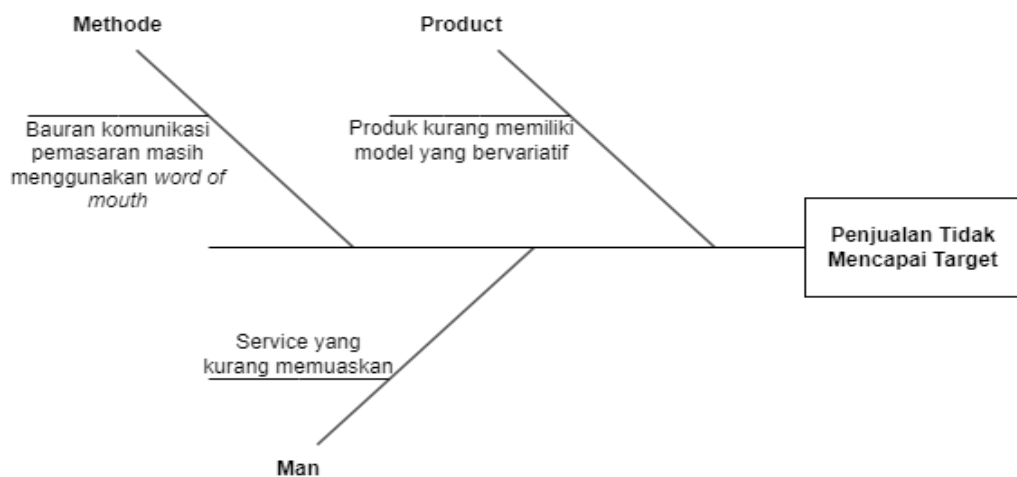
Pada bulan Januari Toko Mas Family dapat menjual 312 gram. Pada bulan Februari Toko Mas Family dapat menjual 320 gram. Pada bulan Maret Toko Mas Family hanya bisa menjual 275 gram. Pada bulan April Toko Mas Family hanya bisa menjual 260 gram. Pada bulan Mei Toko Mas Family hanya bisa menjual 230 gram. Pada bulan Juni Toko Mas Family hanya bisa menjual 200 gram. Pada bulan Juli Toko Mas Family hanya bisa menjual 220 gram. Pada bulan Agustus Toko Mas Family hanya bisa menjual 250 gram. Pada bulan September Toko Mas Family hanya bisa menjual 230 gram. Pada bulan Oktober Toko Mas Family hanya bisa menjual 225 gram. Pada bulan November Toko Mas Family hanya bisa menjual 255 gram. Pada bulan Desember Toko Mas Family hanya bisa menjual

210 gram. Oleh karena itu, permasalahan yang dihadapi Toko Mas Family adalah penjualan yang tidak mencapai target.

Dilakukan wawancara kepada *owner* dan *customer* Toko Mas Family untuk mengetahui faktor penyebab penjualan tidak mencapai target. Hasilnya yaitu faktor yang menyebabkan penjualan tidak mencapai target adalah sebagai berikut:

1. *Service* / pelayanan dari Toko Mas Family masih kurang memuaskan. Dalam sebulan didapatkan 3-4 komplain dari *customers* Toko Mas Family yang merasa pelayanan masih kurang memuaskan.
2. Produk kurang memiliki model yang bervariasi. Dari wawancara dengan *customer* dari Toko Mas Family didapatkan hasil bahwa produk dari Toko Mas Family kurang memiliki model yang bervariasi. Model sangat penting bagi *customer* dikarenakan tidak semua orang memiliki selera yang sama.
3. Bauran komunikasi pemasaran dari Toko Mas Family masih menggunakan *word of mouth*. Toko Mas Family hanya menggunakan *word of mouth* sebagai strategi pemasarannya, padahal strategi ini juga memiliki kelemahan seperti ketika pelayanan kurang dan *customers* memberikan testimoni yang buruk maka *owner* tidak bisa mengontrol penyebaran dari *word of mouth marketing* itu sendiri. Dikarenakan pelayanan dari Toko Mas Family masih kurang maka Toko Mas Family tidak hanya bisa mengandalkan *word of mouth marketing* karena itu hanya akan menjadi efek buruk bagi Toko Mas Family.

Berikut merupakan *fishbone* berdasarkan akar masalah yang dihadapi oleh Toko Mas Family dapat dilihat pada Gambar I. 4:



Gambar I. 4 Fishbone dari Masalah Utama

Dapat dilihat dari Gambar I. 4 bahwa akar masalah dari penjualan tidak mencapai target adalah:

1. *Method*: bauran komunikasi pemasaran masih menggunakan *word of mouth* (dari mulut ke mulut).
2. *Product*: produk kurang memiliki model yang bervariasi.
3. *Man: service* yang kurang memuaskan.

I.2 Alternatif Solusi

Dari Gambar I. 4 didapatkan juga beberapa alternatif solusi sehingga dapat mempermudah untuk penyelesaian masalah. Berikut merupakan alternatif solusi dari akar masalah yang sudah didapatkan dapat dilihat pada Tabel I.1:

Tabel I. 1 Akar Masalah dan Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1	Bauran komunikasi pemasaran masih menggunakan <i>word of mouth</i>	Perancangan strategi bauran komunikasi pemasaran
2	Produk kurang memiliki model yang bervariasi	Perancangan usulan perbaikan produk
3	<i>Service</i> yang kurang memuaskan	Perancangan perbaikan kualitas pelayanan

Dari beberapa alternatif solusi yang telah didapatkan, Toko Mas Family menginginkan perbaikan pada strategi bauran komunikasi pemasaran dikarenakan bauran komunikasi pemasaran yang dimiliki Toko Mas Family masih menggunakan *word of mouth*. Bauran komunikasi pemasaran sangat penting bagi perusahaan agar dapat bersaing dan tetap eksis dalam persaingan dengan perusahaan lain. Melalui bauran komunikasi pemasaran juga, produk dapat lebih dikenal masyarakat. Maka dari itu perancangan strategi bauran komunikasi pemasaran yang baru sangat diperlukan untuk meningkatkan penjualan produk di Toko Mas Family.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan kondisi dan permasalahan yang sudah dipaparkan dalam latar belakang, maka didapatkan rumusan masalah yang sesuai dengan yang dialami Toko Mas Family yaitu bagaimana rancangan strategi bauran komunikasi pemasaran di Toko Mas Family?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berikut merupakan tujuan penelitian berdasarkan dari rumusan masalah yang telah ditentukan yaitu menentukan rancangan strategi bauran komunikasi pemasaran di Toko Mas Family.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat dilakukannya penelitian ini yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian bisa dijadikan referensi bagi perusahaan dalam pengambilan strategi bauran komunikasi pemasaran.

2. Bagi Peneliti

Peneliti mendapatkan wawasan yang baru dan dapat menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari pada saat penelitian tugas akhir.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan tugas akhir merupakan gambaran umum dan inti dari tiap bab penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan sistematika penulisan dari tugas akhir yaitu :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan penelitian, alternatif solusi yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah, rumusan masalah yang sesuai dengan latar belakang, tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah, manfaat penelitian dari beberapa sudut pandang, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi tentang teori dan metode yang *relevan* dengan penelitian yang dilakukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang sistematika perancangan dari awal sampai akhir penelitian, dan batasan penelitian sehingga penelitian dapat terfokus pada tujuan.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini berisi tentang langkah-langkah pada saat pengumpulan dan data dan tahap-tahap perancangan.

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang validasi dan juga evaluasi dari hasil perancangan yang telah didapatkan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan hasil penyelesaian masalah dan saran.