

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas hal-hal yang menjadi dasar permasalahan penelitian yang diambil meliputi latar belakang, perumusan masalah, tujuan yang ingin dicapai, manfaat penelitian, batasan dan asumsi yang digunakan serta sistematika penulisan dalam penelitian.

1.1 Latar Belakang Masalah

Kecanggihan teknologi informasi sudah semakin meningkat, dibuktikan dengan adanya berbagai macam media elektronik seperti televisi, internet, *handphone* dan lain sebagainya, namun surat kabar masih dianggap sebagai salah satu media informasi yang penting bagi masyarakat. Hal ini terlihat dari banyaknya produk surat kabar yang beredar di masyarakat.

Kondisi ini juga terjadi di daerah Surakarta dimana perkembangan surat kabar terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat baik koran nasional maupun koran lokal sampai saat ini. Banyaknya surat kabar yang beredar dan terbit di Surakarta ikut meramaikan persaingan yang telah ada di Surakarta. Persaingan ini juga terjadi pada koran harian lokal terutama dengan adanya beberapa koran harian lokal yang terbit dengan mengambil basis daerah Surakarta seperti koran SoloPos, Jawa Pos Radar Solo, Bengawan Pos, dan Suara Merdeka Suara Solo.

Persaingan yang ada mendorong konsumen lebih selektif dalam mengkonsumsi koran harian lokal sehingga tiap koran dituntut dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan konsumen secara lebih efektif dan efisien dibandingkan pesaingnya. Selain itu juga perlu diketahui faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pembelian koran. Hal ini perlu diketahui karena konsumen merupakan komponen lingkungan yang mampu mempengaruhi pencapaian tujuan pemasaran. Dimana ini selaras dengan prinsip pemasaran yang menyatakan bahwa pencapaian tujuan organisasi tergantung pada seberapa mampu organisasi tersebut memahami kebutuhan

dan keinginan konsumen serta memenuhinya secara lebih efisien dan efektif dibandingkan pesaingnya. Perusahaan yang ingin memberikan yang terbaik bagi konsumennya harus memiliki informasi mengenai siapa pelanggannya dan bagaimana karakteristik serta perilaku mereka.

Informasi diperlukan untuk membuat keputusan yang tepat. Bahkan dewasa ini, informasi bukan lagi sekedar input, melainkan sudah menjadi aset dan alat pemasaran. Sehingga muncul prinsip yang mengatakan kalau ingin memenangkan persaingan, kuasailah informasi. Hal ini disebabkan karena pasar dan industri berubah begitu cepat. Jadi, hanya perusahaan yang memiliki informasilah yang dapat menyesuaikan rencana strategisnya dengan perubahan-perubahan tersebut.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan pentingnya informasi bagi suatu perusahaan dewasa ini, yaitu: tekanan persaingan, pasar yang berkembang, harga sebuah kesalahan dalam peluncuran produk baru, dan harapan konsumen yang meningkat.

Untuk memperoleh informasi pemasaran yang dibutuhkan oleh perusahaan dapat dilakukan dengan mengadakan riset pemasaran. Bertitik tolak dari uraian di atas maka dilakukan riset pemasaran yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Koran Harian Lokal di Kotamadya Surakarta”.

1.2 Perumusan Masalah

Permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana perilaku konsumen dalam pembelian koran harian lokal di Kotamadya Surakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perilaku konsumen dalam pembelian koran harian lokal di Kotamadya Surakarta.

2. Mengetahui karakteristik konsumen koran SoloPos, Jawa Pos Radar Solo, Bengawan Pos, Suara Merdeka Suara Solo, dan konsumen lebih dari satu merk koran.
3. Mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pemilihan merk koran yang dibeli.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan mendapatkan informasi tentang profil dan perilaku konsumen dalam pembelian koran harian lokal di Surakarta sehingga perusahaan dapat lebih memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya serta mengetahui produk yang konsumen harapkan.
2. Perusahaan dapat membuat segmentasi konsumen berdasarkan karakteristik konsumen yang telah diteliti.
3. Perusahaan dapat mengetahui variabel-variabel yang mempengaruhi pemilihan merk koran yang dibeli sehingga dapat menjadi bahan dalam membuat strategi pemasaran yang tepat agar dapat mempengaruhi seseorang untuk membeli merk koran tersebut dan melakukan *rebuying*.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini dibuat batasan-batasan sebagai berikut:

1. Responden yang diambil adalah orang yang berdomisili di Kotamadya Surakarta dan pernah membeli koran harian lokal.
2. Koran harian lokal yang diteliti adalah SoloPos, Suara Merdeka, Jawa Pos Radar Solo, dan Bengawan Pos.
3. Metode sampling yang digunakan adalah metode *stratified random sampling* kemudian dilanjutkan dengan metode *accidental sampling*.

1.6 Asumsi-asumsi

Asumsi-asumsi yang dipakai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden memiliki interpretasi yang sama dengan maksud peneliti terhadap pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuisisioner.

2. Jawaban yang diberikan responden dapat mewakili pendapat mereka sendiri dan dilakukan atas kemauan sendiri.

1.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan yang digunakan penulis dalam penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, asumsi-asumsi, sistematika penulisan yang dipergunakan dalam penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat uraian konsep, teori dan fakta serta studi sejenis sebelumnya yang mendukung penelitian. Sumber pustaka dapat diambil dari buku, jurnal ilmiah, seminar, majalah, surat kabar, dan lain-lain.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini merupakan gambaran terstruktur tahap demi tahap proses pelaksanaan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flow chart* dan tiap tahapnya dijelaskan secara singkat, padat dan jelas.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan proses pengumpulan dan validasi data-data baik data primer (langsung) atau data sekunder (tidak langsung) dan menjelaskan proses pengolahan data.

BAB V ANALISIS DAN INTERPRETASI HASIL

Bab ini berisi uraian analisis dan interpretasi hasil pengolahan data serta validasi hasil terhadap lingkungan penelitian nyata (*real world*).

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari pembahasan yang telah dilakukan serta saran-saran yang dapat diberikan sebagai hasil dari penelitian ini.

commit to user



commit to user