

Analisis brand equity untuk produk buku impor toko buku gramedia di magister manajemen universitas indonesia

Aris Kusnandar, Author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20461006&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Sejak masuknya Toko Buku Gramedia di industri ritel buku di Indonesia pada tahun 1970, hal ini mendorong persaingan yang semakin ketat diantara para peritel buku. Sekarang ini sudah banyak sekali gerai - gerai toko buku yang dibuka seantero tanah air seperti Toko Gunung Agung, Kharisma, Spectra, Kinokuniya, QB dan sebagainya. Hal ini tidak terlepas dari kemajuan Negara Indonesia di berbagai sector.

Memasuki tahun 2000 di Indonesia khususnya di Jakarta mulai banyak berdiri toko buku-toko buku yang mengkhususkan pada produk buku impor. Sebut saja QB World, Kinokuniya, Aksara dan sebagainya. Berdirinya toko buku - toko buku ini membuat persaingan produk buku impor semakin ketat. Toko Buku Gramedia juga menyediakan produk buku impor bahkan Gramedia mempunyai divisi sendiri untuk menangani produk buku impor. Hal ini menunjukkan bahwa pasar buku impor masih luas dan pasar buku impor masih menjanjikan omset yang besar serta pertumbuhan yang signifikan.

Menjadi suatu hal yang ironis ketika pada tahun 2004 produk buku impor di Gramedia mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini dapat diakibatkan banyak hal seperti persaingan semakin ketat, konsep Toko Buku Gramedia yang kurang jelas khususnya dalam memasarkan buku impor, ketersediaan produk yang tidak tepat dan sebagainya. Dibutuhkan suatu analisa yang komprehensif untuk memecahkan masalah ini salah satunya adalah analisa dari sisi Brand Equity.

Pemasaran saat ini merupakan pertempuran persepsi dan membangun persepsi ini dapat dilakukan melalui analisa Brand Equity terhadap merek suatu produk. Sangatlah tidak mudah bagi produsen atau peritel dalam membangun mereknya, mulai dari tahap menancapkan Brand awareness sampai loyalitas mahasiswa MM UI terhadap suatu merek sehingga bias membuat mayoritas target pasarnya menjadi committed buyer. Atas dasar itulah penulis mengadakan penelitian terhadap Brand Equity dari produk buku impor Toko Buku Gramedia sehingga dapat menguasai pangsa pasar di Indonesia melalui pengukuran Brand awareness, perceived quality, brand loyalty dan brand association dari Toko Buku Gramedia.

Dari hasil penelitian ini terlihat bahwa Toko Buku Gramedia berhasil menduduki posisi kedua dalam hal awareness, hal ini berarti produk buku impor Toko Buku Gramedia paling diingat kedua setelah QB World yaitu sebesar 22%. Hal ini disebabkan karena jaringan Toko Buku Gramedia sekarang ini paling banyak sehingga walaupun Toko Buku Gramedia lebih banyak buku lokal namun ternyata mahasiswa MM UI cukup mengenal baik buku impor di Toko buku Gramedia.

Dilihat dari Brand loyalty, yaitu tingkat kesetiaan konsumen bila belanja buku impor di Toko Buku Gramedia maka 51% mahasiswa MM UI tidak memperhatikan nama toko bukunya ketika berbelanja buku impor. Selain itu sebesar 23% mahasiswa MM UI memilih angka 5 (Skala 1 - 10) dalam hal kemungkinan memilih Toko Buku Gramedia dalam berbelanja buku impor, lalu sebesar 19% memilih angka 3 hal ini berarti Toko Buku Gramedia bukan menjadi pilihan utama dalam membeli buku impor. Sementara itu sebesar 27% mahasiswa MM UI memilih angka 7 (skala 1- 10) dalam hal kemungkinan berbelanja buku impor selain ke toko buku Gramedia.

Mengenai perceived quality, kelengkapan buku dan harga yang kompetitif dirasa kurang oleh mahasiswa MM UI, selain itu program diskon dan pelayanan kasir/pramuniaga dianggap belum bisa memenuhi harapan bila dibandingkan dengan pesaing.

Untuk Brand association, buku impor di Toko Buku Gramedia mempunyai asosiasi tidak lengkap dan mahal. Khusus untuk asosiasi toko buku mahal sebenarnya hal ini banyak disebabkan harga produk- produk diluar buku yang dijual di TB Gramedia. Produk- produk tersebut misalnya printer, kamera, mesin fax dan sebagainya. Karena harga - harga produk tersebut relative tinggi maka hal ini berimbas pada Brand association Toko Buku Gramedia secara keseluruhan. Bila dibandingkan dengan toko buku lain harga buku di toko buku Gramedia relative standar terlebih banyak supplier yang mendistribusikan bukunya ke Toko Buku Gramedia merupakan supplier atau penerbit dari Gramedia Group. Sementara itu untuk buku tidak lengkap sampai saat ini manajemen Toko Buku Gramedia masih mempunyai masalah dalam hal kecepatan informasi perkembangan buku impor sehingga rata - rata buku laris banyak yang mengalami keterlambatan dan akibatnya konsumen kecewa karena buku yang dicarinya tidak bisa didapatkan di Toko Buku Gramedia.