

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam percepatan dan perkembangan ekonomi yang meningkat sekarang ini para pelaku usaha di Indonesia mempunyai banyak peluang dalam membuat tempat usaha yang baru. Baik tempat usaha dalam skala kecil, menengah maupun skala yang besar. Dan salah satu tempat usaha yang sedang maju dan berkembang pesat saat ini adalah usaha industri minuman.

Usaha industri minuman kini telah banyak dijual di *supermarket*, *mall-mall*, maupun gerai-gerai minuman. Kehadiran usaha industri minuman yang ada di *supermarket*, *mall-mall*, maupun gerai minuman ini menawarkan berbagai jenis rasa minuman, mulai dari berbagai rasa minuman teh, rasa minuman kopi, rasa minuman susu, dan sebagainya. Ukuran(*size*) minuman yang ditawarkanpun beragam dari ukuran(*size*) *small* (kecil), *medium* (sedang), *large* (besar), juga bentuk (kemasan) dari minumanpun ditawarkan beragam. Saat ini salah satu jenis rasa minuman yang sedang hadir dan berkembang di kota Bandung adalah jenis minuman *thai tea*, dimana minuman ini berasal dari negeri Thailand.

Melihat perkembangan dari usaha minuman jenis *thai tea* yang ada di kota Bandung ini, juga akan dibarengi dengan munculnya berbagai jenis merk minuman *thai tea* di pasaran kota Bandung. Dengan munculnya berbagai jenis merk minuman *thai tea*, maka persaingan antar usaha minuman jenis *thai tea* pun semakin ketat.

King thai tea adalah salah satu dari sekian banyak usaha industri minuman jenis *thai tea* yang hadir di kota Bandung. Akan tetapi seiring perkembangan usaha minuman *King thai tea* ini, yang telah hadir \pm 3 tahun. Masih terdapat berbagai kendala/masalah yang harus dihadapi. Hal ini bisa dilihat dari fluktuasi penjualan minuman, juga dengan munculnya pesaing (kompetitor) yang semakin banyak bermunculan. Berikut ini data fluktuasi penjualan yang didapatkan dari tahun 2012-2015 :

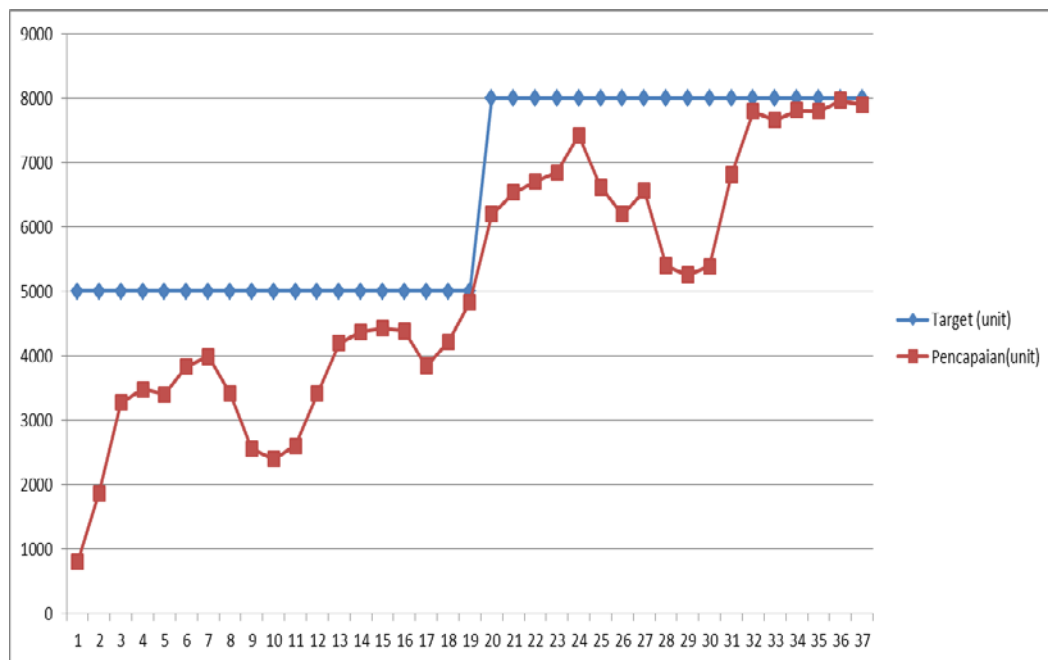
Tabel 1.1

Data Target Dan Pencapaian Penjualan Di Wilayah Bandung Tahun 2012-2015

Bulan	Target (unit)	Pencapaian(unit)	Persentase Penjualan (%)
Juni 2012	5000	802	16.04
Juli 2012	5000	1863	37.26
Agustus 2012	5000	3274	65.48
September 2012	5000	3481	69.62
Oktober 2012	5000	3400	68.00
November 2012	5000	3831	76.62
Desember 2012	5000	3987	79.74
Januari 2013	5000	3408	68.16
Februari 2013	5000	2555	51.10
Maret 2013	5000	2396	47.92
April 2013	5000	2605	52.10
Mei 2013	5000	3413	68.26
Juni 2013	5000	4192	83.84
Juli 2013	5000	4369	87.38
Agustus 2013	5000	4426	88.52
September 2013	5000	4388	87.76
Oktober 2013	5000	3837	76.74
November 2013	5000	4209	84.18
Desember 2013	5000	4829	96.58
Januari 2014	8000	6195	77.44
Februari 2014	8000	6529	81.61
Maret 2014	8000	6702	83.78
April 2014	8000	6844	85.55
Mei 2014	8000	7417	92.71
Juni 2014	8000	6612	82.65
Juli 2014	8000	6192	77.40
Agustus 2014	8000	6562	82.03
September 2014	8000	5397	67.46
Oktober 2014	8000	5251	65.64
November 2014	8000	5386	67.33
Desember 2014	8000	6806	85.08
Januari 2015	8000	7794	97.43
Februari 2015	8000	7651	95.64
Maret 2015	8000	7803	97.54
April 2015	8000	7788	97.35
Mei 2015	8000	7957	99.46
Juni 2015	8000	7889	98.61

Berdasarkan data di atas diketahui untuk bulan Juni 2012 % penjualannya sebesar 16.04% hal ini didapatkan oleh perhitungan pencapaian (unit) juni 2012 / target (unit) Juni 2012 *(100%).

Dimana target dari penjualan ini berasal dari kapasitas produksi per bulan dari perusahaan *King thai tea* untuk memproduksi minuman *thai tea*. Berdasarkan data diatas (Tabel 1.1), dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.1
Data Target Dan Pencapaian Penjualan Tahun 2012-2014

Selain fluktuasi penjualan ini juga, hal yang lebih penting lagi bahwa perusahaan harus menghadapi persaingan yang ketat, dimana muncul pesaing-pesaing baru (menjual minuman *thai tea*), maupun pesaing lama (perusahaan yang telah lama menjalankan penjualan minuman *thai tea*) dan yang berhasil menguasai pasar kota Bandung. Perusahaan harus mampu menunjukkan keunggulan dirinya ataupun yang menjadi kelebihan perusahaan *King thai tea* dibandingkan pesaingnya.

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa hal di bawah ini yang dapat menjadi kemungkinan penyebab terjadinya tidak tercapainya target penjualan bagi *King thai tea* :

1. Belum diketahuinya faktor yang dipentingkan konsumen dalam membeli minuman jenis *thai tea*.
2. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap produk minuman *King thai tea*.
3. Ketidakmampuan *King thai tea* bersaing dengan pesaing (*competitor*) yang sama di Bandung (jenis minuman *thai tea*).
4. Perusahaan belum memperhatikan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman bagi *King thai tea*.
5. Perusahaan belum menentukan *Segmentation, Targeting and Positioning* yang tepat.
6. Belum diterapkannya strategi bauran pemasaran yang tepat oleh pihak manajemen *King thai tea*.

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dengan adanya keterbatasan waktu, tenaga, serta biaya yang ada maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi supaya tidak meluas melainkan terarah dan jelas. Berikut ini pembatasan masalah yang dilakukan :

- Tidak membahas satu lokasi (tempat) dari penjualan *King thai tea*.

1.4. Perumusan Masalah

Berikut ini adalah perumusan masalah yang dilakukan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam membeli minuman jenis *thai tea*?
2. Bagaimana kepuasan konsumen terhadap minuman *King thai tea*?
3. Apa saja keunggulan dan kelemahan dari *King thai tea* dibandingkan pesaing (*competitor*)?
4. Bagaimana *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) berdasarkan faktor internal dan eksternal dari perusahaan?
5. Bagaimana *Segmentation, Targeting and Positioning* minuman *King thai tea*?
6. Prioritas dan upaya perbaikan apa saja yang diperlukan oleh *King thai tea* dalam meningkatkan penjualannya?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat disimpulkan tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Mengetahui dan mengidentifikasi faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih minuman *thai tea*.
2. Mampu mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap minuman *King thai tea*
3. Mampu mengetahui keunggulan dan kelemahan produk *King thai tea* dibandingkan pesaing lainnya.
4. Mampu mengetahui dan menganalisa *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) dari perusahaan.
5. Mengidentifikasi dan melakukan *Segmentation, Targeting and Positioning* minuman *King thai tea*.
6. Untuk mengetahui prioritas perbaikan dan upaya apa saja yang diperlukan *King thai tea* dalam meningkatkan penjualan.

1.6. Sistematika Penulisan

Laporan penulisan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab yang diuraikan sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

Bab ini berisi latar belakang masalah yang terjadi dan identifikasi masalah apa saja yang terjadi di perusahaan, pembatasan masalah dan asumsi yang digunakan sehingga cakupan penelitian tidak terlalu meluas beserta perumusan masalah yang akan membahas pertanyaan-pertanyaan yang timbul dari masalah yang ada di perusahaan disertai penyelesaiannya yang akan dijawab ditujuan dan manfaat penelitian.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Bab ini berisikan teori-teori dan prinsip, yang berkaitan dengan masalah-masalah yang dihadapi dalam meneliti objek penelitian. Bab ini juga dijadikan

pedoman dalam teori-teori yang akan digunakan untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Bab ini berisi tentang langkah-langkah sistematis yang ditempuh penulis dalam melakukan penelitian dari awal sampai akhir, yang berguna dalam memberikan solusi terhadap masalah yang ada. Pada bab ini dilengkapi dengan *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

Bab 4 Pengumpulan Data

Bab ini membahas secara terperinci tentang data umum perusahaan, data-data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian, untuk penyelesaian laporan ini.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini berisi tentang pengolahan data sesuai dari data-data yang sudah diperoleh oleh peneliti, kemudian akan dilakukan juga analisis dari hasil pengolahan data tersebut.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan dari seluruh hasil pengumpulan, pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan penulis, beserta saran-saran perbaikan yang dapat diberikan oleh penulis kepada *King Thai Tea* sehingga meningkatkan penjualannya.