

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Kondisi ekonomi makro sudah menunjukkan indikator yang bagus. Tingkat inflasi, suku bunga, indeks harga saham, kurs, dan cadangan devisa kelihatan kian membaik. (Ritonga, 2006:1)

Sejalan dengan kemajuan itu, sektor industri pun mengalami perbaikan kinerja, baik dalam hal pertumbuhan, kontribusi, maupun peranannya. Meskipun ada perbaikan yang cukup berarti, harus diakui bahwa peran sektor industri dalam ekonomi nasional, serta sektor riil lainnya masih lebih rendah dibandingkan dengan kondisi sebelum krisis. (Anonim, 2005:1)

Mandi sudah menjadi bagian dari rutinitas kita. Tentunya mandi tidak akan bisa dibilang mandi kalau tanpa sabun. Benda wangi yang berbentuk batangan maupun cair ini memang perlengkapan nomer satu untuk mandi. Mandi tanpa sabun ibarat perut orang Indonesia yang makan siang tanpa menyantap nasi. Tapi memilih sabun, apalagi batangan, ternyata punya fungsi masing-masing. Tidak semua sabun batangan cocok di semua kulit. (Anonim, 2006:1)

Sabun adalah surfaktan yang digunakan untuk mencuci dan membersihkan, bekerja dengan bantuan air. Sedangkan surfaktan merupakan singkatan dari *surface active agents*, bahan yang menurunkan tegangan permukaan suatu cairan dan di antarmuka fasa (baik cair-gas maupun cair-cair) sehingga mempermudah penyebaran dan pemerataan. (Lita Mariana, 2006:1)

Sabun dihasilkan oleh proses saponifikasi, yaitu hidrolisis lemak menjadi asam lemak dan gliserol dalam kondisi basa. Pembuat kondisi basa yang biasanya digunakan adalah NaOH (natrium/sodium hidroksida) dan KOH (kalium/potassium hidroksida). Asam lemak yang berikatan dengan natrium atau kalium inilah yang kemudian dinamakan sabun. (Lita Mariana, 2006:1)

Bahan baku pembuatan sabun berupa minyak atau lemak, baik hewani maupun nabati. Jika basa yang digunakan adalah NaOH, maka produk reaksi berupa sabun keras. Sedangkan jika yang digunakan adalah KOH, maka produk reaksi berupa sabun lunak. (Lita Mariana, 2006:1)

Mengingat berbagai kepentingan, wajar bila ada berbagai jenis dan ujud sabun. Misalnya, batangan keras sabun mandi, serbuk deterjen, encernya sabun cair dan sampo, hingga sabun colek yang *kenyel-kenyel*. Tak ada catatan pasti, kapan nenek moyang kita mulai bersabun. Konon, tahun 600 SM masyarakat Funisia di mulut Sungai Rhone sudah membuat sabun dari lemak kambing dan abu kayu khusus. Mereka juga membarterkannya dalam berdagang dengan bangsa Kelt, yang sudah bisa membuat sendiri sabun dari bahan serupa. Pliny (Dalam Pandawa, 2000:1-2) menyebut sabun dalam *Historia Naturalis*, sebagai bahan cat rambut dan salep dari lemak dan abu pohon beech yang dipakai masyarakat di Gaul, Prancis. Artinya, tahun 100 masyarakat Gaul sudah memakai sabun keras. Ia juga menyebut pabrik sabun di Pompeii yang berusia 2000 tahun, yang belum tergal. Di masa itu sabun lebih sebagai obat. Baru belakangan ia dipakai sebagai pembersih, seperti kata Galen, ilmuwan Yunani, di abad II. Tahun 700-an di Italia membuat sabun mulai dianggap sebagai seni. Seabad kemudian muncul bangsa Spanyol sebagai pembuat

sabun terkemuka di Eropa. Sedangkan Inggris baru memproduksi tahun 1200-an. Secara berbarengan Marseille, Genoa, Venice, dan Savona menjadi pusat perdagangan karena berlimpahnya minyak zaitun setempat serta deposit soda mentah. Akhir tahun 1700-an Nicolas Leblanc, kimiawan Prancis, menemukan, larutan alkali dapat dibuat dari garam meja biasa. Sabun pun makin mudah dibuat, alhasil ia terjangkau bagi semua orang. Di Amerika Utara industri sabun lahir tahun 1800-an. "Pengusaha"-nya mengumpulkan sisa-sisa lemak yang lalu dimasak dalam panci besi besar. Selanjutnya, adonan dituang dalam cetakan kayu. Setelah mengeras, sabun dipotong-potong, dan dijual dari rumah ke rumah. (Pandawa, 2000:1-2)

1.2 Identifikasi Masalah

Masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar kinerja merek sabun mandi batang di Kota Bandung?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menghimpun data dan informasi yang diperlukan dalam menjelaskan masalah yang ada dan mendukung pemecahan masalah yang telah dikemukakan di atas.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar kinerja merek sabun mandi batangan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini, maka akan diharapkan para pembaca dapat mengetahui kinerja merek sabun mandi batangan di Kota Bandung, yakni:

1. Secara teoritis : penelitian ini dapat digunakan untuk memperkaya pengetahuan dan juga sebagai bahan informasi tambahan untuk pengembangan disiplin ilmu ekonomi manajemen pemasaran khususnya manajemen merek.
2. Secara praktis : penelitian ini dapat dijadikan masukan bagi perusahaan yang bersangkutan terutama perusahaan-perusahaan sabun mandi batangan agar mengetahui kinerja merek mereka, dan juga dapat mengetahui posisi produknya, dan agar perusahaan dapat memperbaiki produknya, sehingga penjualannya dapat ditingkatkan.