

# BAB 1

## PENDAHULUAN

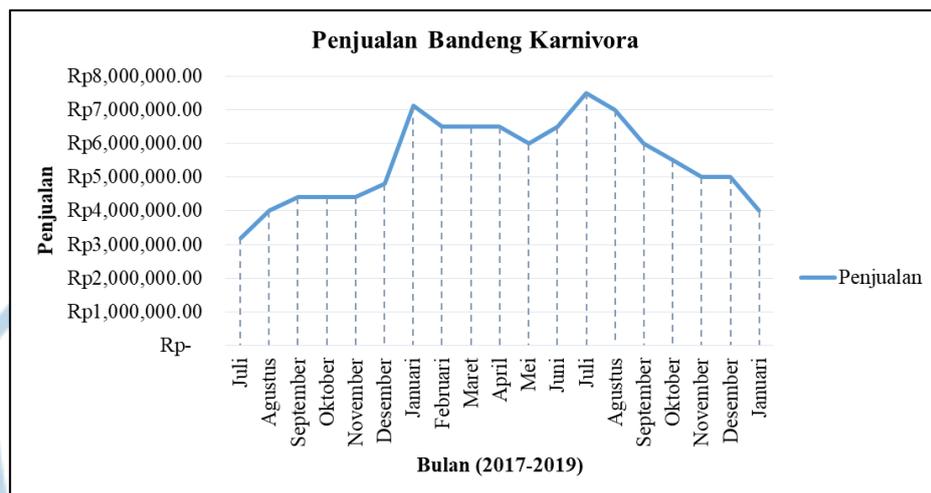
### 1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring pertumbuhan penduduk Indonesia saat ini, para pengusaha berlomba-lomba agar memenuhi setiap kebutuhan masyarakat baik barang maupun jasa, di mana usaha tersebut baik skala kecil maupun hingga skala besar diantaranya seperti bisnis rumahan, katering, restoran, *café*. Berdasarkan data yang diperoleh dari Kementerian Perindustrian, tercatat bahwa industri makanan dan minuman terjadi pertumbuhan sebesar 7.91%. Untuk dapat memenuhi setiap kebutuhan masyarakat, maka para pengusaha dituntut memiliki kreativitas dalam berusaha seperti penampilan dan penyajian makanan, modifikasi berbagai resep produk dan pelayanan sehingga masyarakat selain membutuhkan juga menarik perhatian untuk membeli produk tersebut. Salah satu kebutuhan yang wajib dipenuhi adalah makanan. Karena maraknya makanan olahan saat ini yang beredar di berbagai toko, *supermarket* maupun pasar tradisional, maka salah satu usaha rumahan yang menciptakan olahan ikan bandeng dan dikenal sebagai Bandeng Karnivora. (Sumber:<http://www.kemenperin.go.id/artikel/20298/Industri-Makanan-dan-Minuman-Jadi-Sektor-Kampun->)

Bandeng Karnivora merupakan usaha rumahan yang bergerak di bidang produksi makanan, yaitu bandeng isi daging sapi. Bandeng Karnivora diciptakan di Kota Bandung tahun 2017, di mana produk tersebut diolah dari ikan bandeng dan daging sapi. Setelah diolah, ikan bandeng ini akan di kemas (*press*) dan dibekukan agar dapat tahan lama. Bandeng Karnivora menyalurkan pertama kali dari *reseller-reseller* kecil dan katering dengan tujuan agar Bandeng Karnivora dapat cepat dikenali oleh

masyarakat Kota Bandung. Pada umumnya yang membeli produk Bandeng Karnivora adalah konsumen akhir dan *reseller*.

Pada bulan Juli 2017, pemilik melakukan penjualan pertama kali dan penjualan tersebut meningkat hingga bulan Januari 2018. Kemudian dibulan berikutnya mengalami penurunan mulai dari Februari-Mei 2018 dan meningkat kembali hingga bulan Juli 2018 seperti pada gambar 1.1 dibawah ini.



Gambar 1.1  
Grafik Penjualan

Sebuah usaha dikatakan berkembang dan mampu bertahan jika permintaan terus meningkat dari waktu ke waktu dan berimbas pada peningkatan penjualan, namun pada pertengahan tahun 2018, yaitu pada bulan Agustus 2018-Januari 2019 mengalami penurunan penjualan rata-rata sebesar 10% setiap bulannya, di mana salah satu kemungkinannya disebabkan oleh strategi pemasaran yang diterapkan kurang tepat. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh pemilik Bandeng Karnivora, penulis melakukan penelitian agar dapat membantu menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi saat ini. Penulis juga membantu memberikan beberapa usulan untuk menanggulangi permasalahan diatas dan diharapkan pemilik Bandeng Karnivora dapat meningkatkan penjualan.

Tabel 1.1  
Penurunan Penjualan

Tahun	Bulan	Penjualan	Penurunan
2018	Juli	Rp 7,500,000.00	-
	Agustus	Rp 7,000,000.00	0.067
	September	Rp 6,000,000.00	0.143
	Oktober	Rp 5,500,000.00	0.083
	November	Rp 5,000,000.00	0.091
	Desember	Rp 5,000,000.00	0.000
2019	Januari	Rp 4,000,000.00	0.200
<b>Total Penurunan</b>			<b>0.584</b>

Contoh Perhitungan penurunan penjualan per-tanggal Agustus 2018:

$$\text{Penurunan penjualan} = \frac{(\text{penjualan bulan Juli 2018}) - (\text{penjualan bulan Agustus 2018})}{\text{penjualan bulan Juli 2018}}$$

$$\text{Penurunan penjualan} = \frac{(\text{Rp}7,500,000) - (\text{Rp}7,000,000)}{\text{Rp}7,500,000}$$

$$\text{Penurunan penjualan} = 0.067$$

Contoh Perhitungan Rata-rata Total penurunan pada Agustus 2018-Januari 2019:

$$\text{Rata-rata Total Penurunan} = \frac{0.067 + 0.143 + 0.083 + 0.091 + 0.200}{6}$$

$$\text{Rata-rata Total Penurunan} = \frac{0.584}{6} = 0.097 \approx 0.10 \times 100\% = 10\% \text{ per bulan}$$

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berikut beberapa masalah yang teridentifikasi kemungkinan penyebab terjadinya masalah yang dihadapi oleh pemilik Bandeng Karnivora, yaitu:

1. Pemilik Bandeng Karnivora belum mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen.
2. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap Bandeng Karnivora.
3. Terjadi penurunan loyalitas konsumen Bandeng Karnivora.
4. *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* yang diterapkan Bandeng Karnivora saat ini kurang tepat.

5. Pemilik Bandeng Karnivora belum mengetahui *strength* dan *weakness* serta *opportunity* dan *threat* perusahaan.
6. Strategi pemasaran yang diterapkan oleh Bandeng Karnivora kurang tepat.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Berikut batasan-batasan dalam penelitian ini agar penelitian ini dapat terarah dan tidak terlalu luas dari ruang lingkup permasalahan yang ada:

1. Tidak meneliti tingkat loyalitas konsumen.

### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan yang sudah dijabarkan sebelumnya, berikut beberapa perumusan masalah:

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih dan membeli Bandeng Karnivora?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Bandeng Karnivora?
3. Bagaimana pemilik Bandeng Karnivora menerapkan *Segmentation*, *Targeting* dan *Positioning* dengan tepat?
4. Apa saja *strength* dan *weakness* serta *opportunity* dan *threat* perusahaan?
5. Bagaimana strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan perumusan masalah, maka berikut adalah beberapa tujuan penelitian ini yang dapat ditarik:

1. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih dan membeli Bandeng Karnivora.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap produk Bandeng Karnivora.

3. Mengetahui agar pemilik Bandeng Karnivora menerapkan *Segmentation, Targeting* dan *Positioning* dengan tepat.
4. Mengetahui apa saja *strength* dan *weakness* serta *opportunity* dan *threat* perusahaan.
5. Mengetahui strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan agar dapat meningkatkan penjualan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penulisan yang akan disusun agar dapat mempermudah dan memperjelas isi dari penelitian ini:

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini, berisi uraian mengenai latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan penelitian.

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini, berisi uraian konsep mengenai teori-teori dan tinjauan pustaka yang akan dijadikan acuan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada. Teori-teori yang ada diperoleh dari beberapa sumber sebagai referensi penulis dalam penelitian ini.

### **BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini, berisi uraian langkah-langkah sistematika dalam memecahkan masalah yang dijelaskan mulai dari penelitian pendahuluan hingga akhir dalam penulisan laporan penelitian dalam bentuk *flowchart*.

### **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

Pada bab ini, berisi uraian data-data umum perusahaan, hasil wawancara dan kuesioner yang akan digunakan dalam penelitian.

**BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

Pada bab ini, berisi uraian pengolahan data di mana sebelumnya data sudah dikumpulkan. Setelah dilakukan pengolahan data, maka penulis melakukan analisis berdasarkan hasil pengolahan dan memberikan usulan.

**BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, berisi uraian kesimpulan dari hasil pengolahan data dan analisis yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya. Setelah memberikan kesimpulan, penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya.

