

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Proses globalisasi yang terjadi memberikan banyak perubahan dalam kehidupan. Globalisasi menyebabkan tidak adanya dinding yang membatasi kita untuk mendapatkan informasi. Berbagai media seperti televisi, radio, dan surat kabar digunakan oleh perusahaan untuk memberikan informasi mengenai produk dan merek mereka kepada masyarakat. Namun hal ini tidaklah cukup untuk dilakukan di dalam pangsa pasar sekarang ini, terlebih dengan adanya perusahaan pesaing yang muncul dalam kategori yang sama. Persaingan yang ada membuat perusahaan semakin ketat untuk berbuat lebih inovatif agar mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar. Untuk mendapatkan pangsa pasar yang lebih besar berarti perusahaan harus mendapatkan pelanggan yang lebih banyak dari pesaing. Ini merupakan sebuah tantangan bagi setiap perusahaan yang ingin memenangkan persaingan. Akibat dari tidak ketidakmampuan bersaing perusahaan tentu akan menyebabkan penurunan penjualan perusahaan.

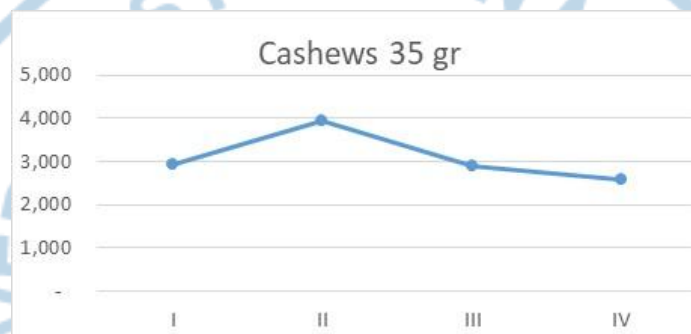
PT. *East Indo Fair Trading* merupakan perusahaan pengolahan kacang mete yang terletak di Denpasar, Bali. Perusahaan ini berdiri pada tahun 2012 yang didirikan oleh *Aaron Fishman* yang berwarga negara Amerika Serikat. Berjalan beberapa tahun hingga sekarang, perusahaan sudah berkembang dengan cepat, bahkan pada tahun 2015 perusahaan ini sudah mampu melakukan ekspor ke beberapa Negara seperti Amerika Serikat, Jepang, Saudi Arabia, dan beberapa negara kawasan asia tengah. Namun, berdasarkan diskusi dengan *Key Account Manager* Yudhi Trysandhi, mengatakan bahwa perusahaan dalam penjualan nasional hingga sekarang ini masih belum mencapai target penjualan dan seharusnya penjualan yang ada masih dapat ditingkatkan lagi.

Adapun data penjualan perusahaan PT. *East Indo Fair Trading* selama tahun 2018 dan 2019 awal adalah sebagai berikut.

Adapun data penjualan yang terjadi di Kota Bandung untuk setiap jenis produk adalah sebagai berikut.

Tabel 1.1
Data penjualan per Kuartal

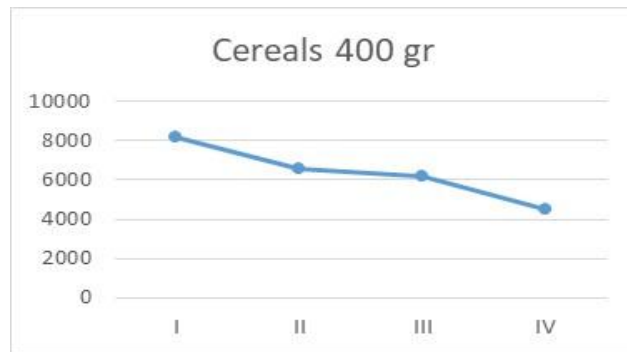
Produk	2018			2019	Total
	I	II	III	IV	
Cashews 35 gr	2,917	3,952	2,888	2,579	12,336
Cashews 75 gr	2,183	1,799	1,854	1,260	7,096
Cereals 400 gr	8,215	6,576	6,218	4,488	25,497
Granola Bites	8,516	8,662	10,718	9,751	37,647
Popcorn	3,364	3,532	4,179	3,349	14,424



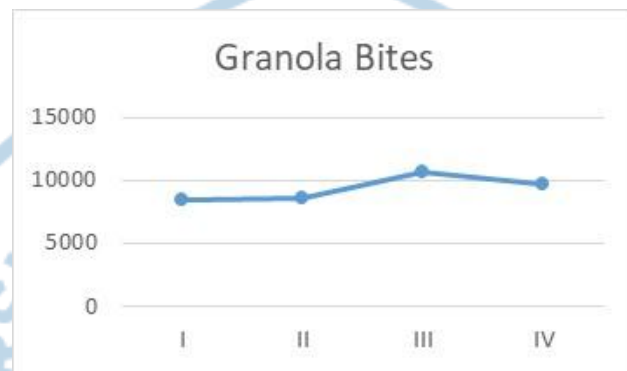
Gambar 1.1
Grafik Penjualan *Cashews* 35 gr



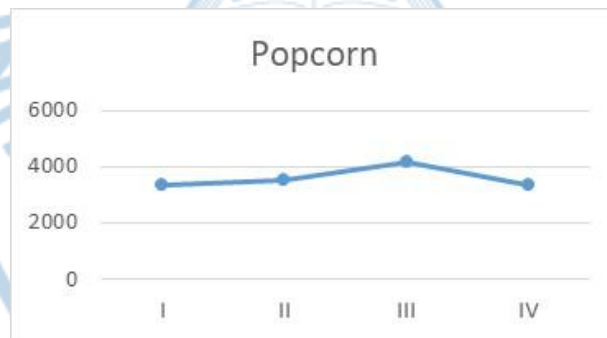
Gambar 1.2
Grafik Penjualan *Cashews* 75 gr



Gambar 1.3
Grafik Penjualan *Cereals* 400 gr



Gambar 1.4
Grafik Penjualan *Granola Bites*



Gambar 1.5
Grafik Penjualan Popcorn

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi oleh Perusahaan *East Bali Cashews*, kita dapat melihat beberapa kemungkinan penyebab yang timbul, yaitu :

1. Perusahaan belum mampu bersaing dengan perusahaan pesaing yang memiliki produk sejenis
2. Tingkat loyalitas konsumen terhadap perusahaan *East Bali Cashews* masih terbilang rendah
3. Perusahaan masih belum mengetahui faktor – faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam memilih produk *East Bali Cashews*
4. Perusahaan belum mengetahui tingkat kinerja perusahaan terhadap konsumen yang mempengaruhi loyalitas
5. Konsumen masih merasa tidak terpuaskan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan
6. Konsumen menilai kinerja perusahaan akan produk yang ditawarkan belum baik atau maksimal.
7. Perusahaan belum menerapkan *segmentation, targeting, dan positioning* dengan tepat
8. Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan saat ini belum tepat

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dikarenakan terdapat batasan waktu dan biaya, maka dalam penelitian ini penulis melakukan pembatasan masalah agar lebih jelas dan terarah. Pembatasan – pembatasan masalah yang dilakukan penulis antara lain :

1. Penelitian ini tidak membahas mengenai persaingan yang ada antar perusahaan produk sejenis.
2. Penelitian ini difokuskan pada produk *Cashews* 35 gr berdasarkan hasil diskusi dengan pihak perusahaan.

1.4. Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang ingin diketahui oleh penulis dalam melakukan penelitian terhadap perusahaan ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat loyalitas konsumen EBC saat ini?
2. Bagaimana tingkat kepentingan variabel pemasaran perusahaan *East Bali Cashews* saat ini?
3. Bagaimana tingkat kinerja perusahaan *East Bali Cashews* saat ini?
4. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen *East Bali Cashews* saat ini?
5. Bagaimana pengaruh variabel tingkat kinerja perusahaan terhadap loyalitas konsumen?
6. Bagaimana *segmentation, targeting, dan positioning* perusahaan?
7. Bagaimana strategi pemasaran yang dapat diusulkan pada perusahaan?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka dapat ditetapkan bahwa tujuan dari dilakukannya penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat loyalitas konsumen perusahaan *East Bali Cashews* saat ini
2. Untuk mengetahui tingkat kepentingan variabel pemasaran perusahaan *East Bali Cashews* saat ini
3. Untuk mengetahui tingkat kinerja perusahaan *East Bali Cashews* saat ini
4. Menentukan tingkat kepuasan konsumen perusahaan *East Bali Cashews* saat ini
5. Dapat menentukan variabel apa saja yang mempengaruhi loyalitas konsumen perusahaan *East Bali Cashews*.
6. Menentukan *segmentation, targeting, dan positioning* yang tepat bagi perusahaan.
7. Menentukan strategi pemasaran yang tepat agar dapat diterapkan pada perusahaan *East Bali Cashews*.

1.6. Sistematika Penulisan

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini berisi latar belakang masalah yang merupakan dasar dalam penulisan penelitian ini, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan dan asumsi yang digunakan, tujuan penulisan, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan Laporan Akhir.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi dasar – dasar atau teori – teori berupa literature atau bacaan dari sumber – sumber kompeten, yang dapat dipercaya sebagai acuan dalam melakukan penelitian

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab berisi *flowchart* beserta keterangan yang menggambarkan dan menjelaskan langkah – langkah yang ditempuh dalam penyusunan Laporan Akhir dari awal sampai dengan akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi data – data yang dibutuhkan oleh penulis dalam menyusun Laporan Tugas Akhir baik berasal dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Pada bab ini berisi hasil pengolahan data yang sudah dilakukan oleh penulis serta analisis untuk pengolahan data yang dilakukan.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi langkah – langkah upaya yang dapat memberikan jawaban bagi perusahaan guna menyelesaikan permasalahan yang ada.