

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Sekarang ini telah banyak dikenal berbagai macam produk, baik produk tersebut telah lama muncul maupun produk yang baru muncul dipasaran. Dengan banyaknya produk yang muncul di pasaran maka masing-masing produk berusaha agar dapat bersaing dengan produk lain dan dapat bertahan dalam pasar tersebut.

PT Orang Tua Group adalah sebuah perusahaan yang mempunyai visi yaitu menciptakan sifat kekeluargaan dan kemitraan yang erat antara konsumen, karyawan, pemilik dan pihak-pihak lain yang terkait, dalam meningkatkan kemakmuran perusahaan dengan melayani kebutuhan konsumen serta ikut berperan memajukan kesejahteraan rakyat. PT Orang Tua Group mengeluarkan sebuah produk coklat krunch merek "*Pangkey*", produk tersebut mempunyai distributor di wilayah Jawa Barat yaitu PT Arta Boga Cemerlang yang beralamat di Jalan Soekarno Hatta no.531, Bandung.

Dalam penelitian ini yang menjadi objek penelitian yaitu produk coklat krunch dengan merek "*Pangkey*", dimana produk tersebut diproduksi oleh PT Orang Tua Group. Penjualan produk tersebut mengalami penurunan sekitar 15 % - 20 % sejak bulan November tahun 2004 hingga saat ini, dimana produk coklat krunch merek "*Pangkey*" merupakan produk baru yang dihasilkan oleh PT Orang Tua Group. Selain penurunan penjualan, produk baru tersebut juga mengalami kesulitan dalam memperoleh pemesanan ulang (*repeat order*) produk coklat "*Pangkey*" dari setiap daerah pemasaran produk coklat "*Pangkey*".

Dengan adanya permasalahan tersebut maka penulis ingin mengkaji permasalahan tersebut dengan melakukan penelitian mengenai ekuitas merek. Sehubungan dengan produk coklat krunch "*Pangkey*" merupakan produk baru dan belum dikenal di kalangan masyarakat. Penulis berharap penelitian mengenai ekuitas merek tersebut, dapat membuat "*Pangkey*" lebih dikenal di kalangan masyarakat dan mempermudah pemasaran pada produk coklat krunch "*Pangkey*".

sehingga dapat mengatasi permasalahan-permasalahan yang ada dan produk tersebut dapat bersaing di pasaran.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat mengidentifikasi adanya beberapa masalah dalam penjualan coklat krunch “*Pangkey*” di Bandung yaitu :

- Munculnya berbagai macam merek coklat krunch yang ada dipasaran, dimana hal ini membuat semakin ketatnya persaingan.

Produk yang dihasilkan oleh PT Orang Tua Group yaitu “*Pangkey*” tidak dapat menguasai pangsa pasar sehingga produk yang dihasilkan tidak dapat memberikan hasil yang maksimal bagi PT Orang Tua Group.

- Adanya suatu merek produk coklat krunch tertentu yang memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga konsumen tersebut lebih memilih produk tersebut daripada mencoba merek yang lainnya  
Jika produk coklat krunch merek “*Pangkey*” kurang dapat memberikan kepuasan kepada konsumen maka konsumen akan berpindah ke merek lainnya.

- Adanya suatu merek produk coklat krunch tertentu dimana merek tersebut memberikan image yang kuat di benak konsumen sehingga loyalitas konsumen terhadap merek tersebut tinggi dan sulit berpindah ke merek lain.

- Promosi yang dilakukan oleh PT Orang Tua Group kurang gencar.  
PT Arta Boga Cemerlang adalah distributor produk “*Pangkey*” sedangkan yang menjadi tanggung jawab untuk melakukan promosi adalah pihak PT Orang Tua Group. Tetapi, pada kenyataannya PT Orang Tua Group tidak melakukan promosi langsung kepada pihak konsumen melainkan dengan cara *personal selling* ke toko-toko oleh PT Arta Boga Cemerlang.

- Adanya suatu merek produk coklat krunch tertentu yang mempunyai strategi pemasaran yang lebih baik sehingga produk coklat krunch merek “*Pangkey*” sulit untuk bersaing dengan produk tersebut

### 1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Karena adanya keterbatasan waktu dan biaya maka penelitian yang dilakukan penulis perlu dibatasi, sehingga penelitian yang dilakukan dapat lebih fokus dan terarah sesuai dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian yang ingin dicapai :

- Penelitian hanya dilakukan di wilayah Bandung saja.
- Penelitian hanya difokuskan pada 3 elemen dari ekuitas merek yaitu *brand awareness*, *brand association* dan *brand loyalty* dari produk “Pangkey” yang dibandingkan dengan produk pesaing.

### 1.4. Perumusan Masalah

Dari uraian permasalahan tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut :

- Bagaimana status ekuitas merek “Pangkey” dilihat dari 3 elemen ekuitas merek yaitu *brand awareness*, *brand association* dan *brand loyalty* dibandingkan dengan merek-merek coklat krunch lainnya?
- Bagaimana peralihan merek, segmen pasar dan potensi pasar pada tahun berikutnya untuk produk coklat krunch Pangkey dengan merek-merek pesaing lainnya?
- Bagaimana strategi dalam peningkatan ekuitas merek “Pangkey” berdasarkan hasil dari pengolahan dan analisis data?

### 1.5. Tujuan Penelitian

Setelah mengidentifikasi dan merumuskan masalah, dapat diketahui bahwa tujuan dilakukan penelitian ini yaitu :

- ❖ Mengetahui status ekuitas merek Pangkey berdasarkan elemen-elemennya, yang meliputi : *brand awareness*, *brand association*, *brand loyalty*, jika dibandingkan dengan pesaingnya.
- ❖ Mengetahui peralihan merek, segmen pasar dan potensi pasar pada tahun berikutnya dari Pangkey dan merek pesaing lainnya.
- ❖ Untuk dapat melakukan analisis mengenai strategi pengelolaan dan peningkatan Ekuitas merek berdasarkan hasil pengukuran.

### 1.6. Manfaat Penelitian

Manfaat dilakukan penelitian ini yaitu :

- *Manfaat bagi penulis* : untuk menambah pengetahuan ,wawasan dan dapat menerapkan ilmu yang selama ini diperoleh diperkuliahan serta menerapkan ilmu tersebut dalam kehidupan sehari-hari, sehingga berguna bagi banyak orang.
- *Manfaat bagi pihak PT Orang Tua Group*: Sebagai bahan masukan dan memberikan informasi yang berguna bagi pihak *PT Orang Tua Group*, bahwa pengukuran elemen-elemen ekuitas merek dapat digunakan dalam memelihara dan meningkatkan pangsa pasar.

### 1.7. Sistematika Penulisan

Penulisan Laporan tugas akhir ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

- Bab 1 : Pendahuluan  
Bab ini berisi latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.
- Bab 2 : Landasan Teori  
Bab ini berisi tinjauan kepustakaan yang merupakan landasan-landasan konseptual penelitian yang berguna sebagai kerangka berpikir secara teoritis dalam menunjang pemecahan masalah.
- Bab 3 : Metodologi Penelitian  
Bab ini berisi tentang metodologi penelitian yang berisi *flowchart* yaitu sebagai kerangka dalam melakukan penelitian dan metoda analisis yang digunakan. Pada bab ini juga berisi keterangan dari *flowchart* tersebut
- Bab 4 : Pengumpulan Data  
Bab ini berisi tentang hasil pengumpulan data yang diperoleh dari kuisisioner responden yang kemudian dijadikan sebagai bahan untuk pengolahan lebih lanjut dengan menggunakan metoda dan alat penelitian yang telah ditetapkan.

- Bab 5 : Pengolahan Data dan Analisis

Bab ini merupakan pengolahan dari setiap data yang telah dikumpulkan dari kuisioner responden dengan menggunakan metoda-metoda yang telah dipilih, yang kemudian dianalisa sesuai dengan hasil yang diperoleh dari pengolahan data tersebut.

- Bab 6 : Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi tentang pokok-pokok penting yang diambil oleh penulis setelah dilakukan pengolahan data dan analisis terhadap beberapa masalah sehingga dapat diambil suatu kesimpulan yang dapat memberikan masukan atau saran untuk mencapai tujuan dan manfaat yang lebih baik.