BAB 1
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT Sinar Sosro adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri minuman ringan di Indonesia. Produk yang pertama kali dikeluarkan PT Sinar Sosro adalah Teh Botol Sosro yang sampai sekarang masih merajai industri minuman ringan di kategori minuman teh dalam kemasan. Pada bulan Agustus 2005 PT Sinar Sosro meluncurkan varian produk minuman teh berkarbonasi dengan merek TEBS di daerah pemasaran Jawa Barat. TEBS merupakan minuman berkarbonasi dalam kemasan botol dan kaleng (*can*) yang terbuat dari ekstrak teh hitam dicampur dengan sirup gula, dan bahan-bahan tambahan makanan lainnya dengan aroma buah (*tropical fruit*).

Dari hasil wawancara dengan bagian pemasaran PT Sinar Sosro daerah pemasaran Bandung, dijumpai bahwa jumlah pemesanan produk TEBS di kantin-kantin SMU di Bandung jauh tertinggal dari Coca-Cola, Fanta, Pepsi dan Teh Botol Sosro; walau tingkat pemesanan TEBS masih berada di atas 7-UP, Mirinda dan Sprite. Segmen pasar kantin SMU merupakan segmen pasar yang cukup penting karena Teh Botol Sosro tidak diterima di segmen pasar restoran dan cafe karena menu yang mereka sediakan mencakup minuman teh.

1.2 Identifikasi Masalah

Setelah melakukan penyebaran kuesioner pendahuluan ekuitas merek dan *brand loyalty* sebanyak 30 responden di SMUN 9 Bandung (kuesioner dapat dilihat di lampiran L1-2), maka penulis menemukan bahwa kurangnya peminat TEBS di segmen pasar kantin SMU ialah:

- Harga TEBS kemasan botol paling mahal jika dibandingkan dengan harga minuman berkarbonasi lain, sebagaimana terlihat di Tabel 1.1. Mengingat siswa SMU memiliki uang saku yang terbatas, maka wajar sekali jika TEBS kurang diminati oleh siswa-siswi SMU

Tabel 1.1
Perbandingan Harga Kemasan Botol di Pasaran

Produk	Kemasan	Harga
TEBS	230 ml	Rp2.500
COCA-COLA	295 ml	Rp2.000
SPRITE	295 ml	Rp2.000
FANTA	295 ml	Rp2.000
PEPSI	295 ml	Rp2.000
7-UP	295 ml	Rp1.800
MIRINDA	295 ml	Rp1.800
A&W	295 ml	Rp2.000
RC COLA	295 ml	Rp1.800

Sumber : Pengumpulan Data Maret, 2007

- B*rand awareness* TEBS masih lebih rendah dari Coca-Cola, Pepsi, Sprite, dan Fanta, walaupun masih lebih tinggi daripada 7-UP dan Mirinda; sebagaimana dapat dilihat di Tabel 1.2 (*Top of Mind* minuman berkarbonasi), serta Tabel 1.3 (*Brand Recall* minuman berkarbonasi). Hal ini menunjukkan bahwa kesadaran merek siswa SMU di Bandung tentang TEBS masih rendah.

Tabel 1.2
***Top of Mind* Minuman Berkarbonasi**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
TEBS	2	6,67
COCA-COLA	17	56,67
SPRITE	3	10
FANTA	7	23,33
PEPSI	1	3,33
7 -UP	0	0
MIRINDA	0	0
Total	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan, Maret 2007

Tabel 1.3
***Brand Recall* Minuman Berkarbonasi**

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
TEBS	18	14,75
COCACOLA	12	9,84
SPRITE	26	21,31
FANTA	23	18,85
PEPSI	19	15,57
7 -UP	6	4,92
MIRINDA	4	3,28
A&W	5	4,10
RC COLA	3	2,46
GREENSAND	6	4,92
Total	122	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan, Maret 2007

- Berdasarkan hasil pengumpulan data dari kuesioner pendahuluan, produk TEBS merupakan produk yang relatif jarang dikonsumsi oleh para siswa SMU sebagaimana terlihat di Tabel 1.4 di halaman berikut. Produk minuman berkarbonasi yang paling sering dikonsumsi oleh konsumen adalah Coca Cola, Fanta, dan Sprite. Hal ini menunjukkan bahwa penguasa pasar dominan ialah Coca-Cola, Fanta, dan Sprite. Walaupun dari sisi ekuitas merek dan tingkat konsumsi TEBS relatif tertinggal, tetapi pasar minuman berkarbonasi sebenarnya merupakan pasar yang terbuka. Berdasarkan hasil pengumpulan data dari kuesioner pendahuluan, sebagian besar konsumen untuk waktu yang akan datang besar kemungkinan akan berpindah-pindah merek ke produk lain (Tabel 1.5). Hal ini menunjukkan bahwa sebenarnya TEBS masih bisa bersaing asal ekuitas mereknya dapat lebih ditingkatkan.

Tabel 1.4
Minuman Berkarbonasi yang Sering Dikonsumsi oleh Siswa SMU

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
TEBS	0	0
COCA-COLA	16	53,33
SPRITE	2	6,67
FANTA	10	33,33
PEPSI	2	6,67
7 -UP	0	0
MIRINDA	0	0
Total	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan, Maret 2007

Tabel 1.5
Costumer Loyalty

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Tidak akan berpindah	8	26,67
Akan berpindah	22	73,33
Total	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan, Maret 2007

- Berdasarkan hasil pengumpulan data dari kuesioner pendahuluan, produk TEBS tidak benar-benar disukai oleh siswa-siswa SMU (Tabel 1.6). Hal ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas TEBS masih harus ditingkatkan agar tingkat penjualannya lebih tinggi.

Tabel 1.6
Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas TEBS

Jawaban Responden	Jumlah	Persentase (%)
Sangat Tidak Suka	0	0,00
Tidak Suka	15	50,00
Biasa Saja	12	40,00
Suka	3	10,00
Sangat Suka	0	0,00
	30	

Sumber: Kuesioner Pendahuluan, Maret 2007

1.3 Pembatasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu, literatur, dan keterbatasan penguasaan teori yang penulis miliki, maka penelitian yang dilakukan dibatasi hanya pada pengukuran *persepsi kualitas* TEBS agar dapat lebih disukai oleh siswa SMU.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah, maka penelitian ini dapat dirumuskan menjadi sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *Perceived Quality* TEBS apabila ditinjau dari sisi siswa SMU di Bandung?
2. Bagaimana perbandingan tingkat *Perceived Quality* antara TEBS dengan produk minuman berkarbonasi lainnya?
3. Bagaimana cara meningkatkan *Perceived Quality* produk TEBS di segmen pasar siswa SMU agar dapat bersaing dengan produk minuman berkarbonasi lain?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah dari penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Mengetahui bagaimana tingkat *Perceived Quality* TEBS apabila ditinjau dari sisi konsumen.
2. Mengetahui bagaimana perbandingan tingkat *Perceived Quality* antara TEBS dengan produk minuman berkarbonasi lainnya.
3. Memberi usulan untuk meningkatkan *Perceived Quality* produk TEBS di pasar siswa SMU agar dapat bersaing dengan produk minuman berkarbonasi lain.

1.6 Sistematika Penelitian

Setelah bab 1 yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika

penelitian, sistematika penulisan untuk bab-bab selanjutnya akan dibagi menjadi 5 bab yaitu :

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang mendukung dilakukannya penelitian ini, diantaranya adalah teori tentang kualitas, *perceived quality*, teknik pengujian hipotesis, sampling, metode statistika dan lain-lain.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi mengenai metodologi penelitian dari awal mengolah data hingga pencapaian kesimpulan untuk pemecahan masalah yang dihadapi PT Sinar Sosro berikut alur keseluruhannya secara lengkap. Metodologi ini ditulis dalam bentuk *flow chart*.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini berisi tentang data-data yang dikumpulkan untuk keperluan dalam penelitian. Data-data ini diperoleh dari wawancara langsung dari berbagai sumber dan data dari kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data yang telah dikumpulkan oleh penulis dari berbagai sumber untuk kemudian dianalisis guna memecahkan permasalahan yang dihadapi PT Sinar Sosro dan mengemukakan beberapa usulan untuk PT Sinar Sosro.

BAB 6 PENUTUP

Berisi beberapa kesimpulan yang diperoleh dari hasil pengolahan data dan merupakan jawaban dari tujuan penelitian yang dilakukan oleh penulis. Bab ini juga berisi saran-saran perbaikan untuk PT Sinar Sosro dan saran untukpenelitian lebih lanjut.