

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Stormy Plate adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang *franchise ice cream*. Stormy Plate menawarkan produk *ice cream* dengan konsep “*ALL ABOUT ICE CREAM*”. Pada pertengahan tahun 2004, Stormy Plate membuka lokasi pertamanya di Bandung dengan pendirinya Vivo Wibisono. Ide mendirikan Stormy Plate berasal dari modifikasi terbaik dari banyak jenis *franchise* yang ada. Stormy Plate bergerak dalam bidang industri *ice cream home made*. Alamat kantor pusat Stormy Plate di Jl. Pasir Kaliki Dalam no.109/65 Bandung. Perusahaan Stormy Plate didukung penuh oleh ahli-ahli yang telah teruji kualitasnya. Melakukan inovasi-inovasi secara terus-menerus untuk menemukan resep-resep rahasia yang bercita rasa dan berkelas. Stormy Plate menjadi salah satu bidang usaha yang cukup berpotensi dan menjanjikan. Misi dari Stormy Plate adalah menyediakan makanan dengan cita rasa dan kelas *cafe* dengan harga yang sangat terjangkau anak *kost*. Motto Stormy Plate adalah “*LESS THAN GOCENG, MAN*” dan “*GOCENG IS MY LIFE*”. Jargon Stormy Plate adalah “*THE MOST WANTED AND CHEAPEST ICE CREAM IN TOWN*”. Visi Stormy Plate adalah dengan melihat besarnya angka pengangguran dan masyarakat miskin dewasa ini, maka Stormy Plate hadir guna membuka lapangan kerja baru bagi orang-orang yang kurang memiliki kesempatan.

Dengan kondisi perekonomian yang tidak stabil seperti sekarang ini, motto Stormy Plate tidak selamanya dapat diterapkan perusahaan. Dan sejak tahun 2005 sampai dengan sekarang ini, perusahaan mengalami penurunan penjualan. Penurunan penjualan tersebut membawa dampak pada menurunnya keuntungan yang diperoleh oleh perusahaan dan ditutupnya beberapa outlet Stormy Plate.

1.2. Identifikasi Masalah

Setelah melakukan penelitian pendahuluan, baik itu melalui wawancara dengan pihak Stormy Plate maupun melalui kuesioner pendahuluan terhadap 30 orang responden, maka diketahui bahwa masalah penurunan penjualan yang dihadapi Stormy Plate disebabkan oleh :

1. Harga *ice cream* yang sudah ditetapkan Stormy Plate tidak bisa dipertahankan.
2. *Ice cream* yang pertama kali terlintas dalam pikiran orang adalah *ice cream* Campina, berdasarkan kuesioner pendahuluan.

Tabel 1.1
Top Of Mind Ice cream

<i>Ice cream yang pertama kali terlintas dalam pikiran anda :</i>	Jumlah	%
Campina	12	40,00
Walls	10	33,33
Baskin & Robins	6	20,00
Miami	1	3,33
Stormy Plate	1	3,33
TOTAL	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

3. *Ice cream* Stormy Plate merupakan *merk* paling baru. Banyak orang yang belum mengenal *ice cream* Stormy Plate.

Tabel 1.2
Brand Recall Ice Cream

<i>Jenis ice cream lainnya yang anda ketahui selain yang telah disebutkan</i>	Jumlah	%
Indo eskrim meiji	18	29,51
Swensen	14	22,95
Baskin & Robins	10	16,39
Pisseta	8	13,11
Mc'Donalds	6	9,84
KFC	3	4,92
Texas	2	3,28
TOTAL	61	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

4. Persepsi Kualitas *ice cream* Stormy Plate rendah. Keinginan konsumen untuk mencoba *ice cream* Stormy Plate ini kebanyakan karena melihat dari selebaran atau brosur atau flyer yang dibagikan (Tabel 1.4).

Tabel 1.3
Brand Recognition *Ice cream* Stormy Plate

Apakah anda mengenal <i>ice cream</i> Stormy Plate sebelumnya	Jumlah	%
Ya, saya mengenalnya dan telah menjawab di pertanyaan no.1 dan 2	2	6,66
Ya, saya mengenalnya setelah membaca pertanyaan ini	8	26,66
Tidak mengenalnya sama sekali	20	66,66
TOTAL	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

Tabel 1.4
Media Yang Digunakan Dalam Memperkenalkan Stormy Plate

Dari mana anda mengetahui <i>ice cream</i> Stormy Plate	Jumlah	%
Selebaran / Brosur / Flyer	16	53,33
Teman	3	10,00
Saudara	2	6,66
Radio	4	13,33
Koran	5	16,66
TOTAL	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

5. Kemampuan *ice cream* Stormy Plate dalam mempertahankan kesetiaan konsumen cukup baik (Tabel 1.5) namun masih ada juga konsumen yang menolak untuk membeli *ice cream* ini pada waktu yang akan datang sehingga perlu diketahui hal-hal yang menjadikan seseorang mau untuk membeli *ice cream* yang ditawarkan.

Tabel 1.5
Costumer Loyalty

Apakah anda bersedia untuk membeli <i>ice cream</i> Stormy Plate ini di waktu yang akan datang	Jumlah	%
Ya	22	73,33
Tidak	8	26,66
TOTAL	30	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

6. Stormy Plate belum mengetahui apa yang menjadi harapan-harapan konsumen. Berdasarkan kuesioner pendahuluan yang disebarakan maka dapat diketahui hal-hal yang dapat memberikan pengaruh atas penilaian konsumen terhadap *ice cream*.

Tabel 1.6
Pengaruh Atas Penilaian Konsumen Terhadap *Ice cream*

No	Hal-hal yang diperhatikan saat memutuskan untuk membeli <i>ice cream</i>	Jumlah	%
1	Ketersediaan alternatif rasa <i>ice cream</i>	8	9.64
2	Keamanan terhadap efek negatif dikemudian hari	2	2.41
3	Keterjangkauan harga <i>ice cream</i>	10	12.05
4	Kesegaran ketika dikonsumsi	10	12.05
5	Kebersihan <i>ice cream</i>	2	2.41
6	Kemenarikan <i>ice cream</i> untuk menggugah selera konsumen	2	2.41
7	Ketersediaan jaminan <i>ice cream</i> yang halal (sertifikasi dalam setiap kemasan <i>ice cream</i>)	4	4.82
8	Ketersediaan jaminan penggantian atas <i>ice cream</i> yang rusak	1	1.20
9	Ketersediaan jaminan <i>ice cream</i> tidak mudah mencair ketika dibawa pulang	2	2.41
10	Kecepatan pelayan dalam melayani pelanggan	2	2.41
11	Kerapihan pelayan dalam melayani konsumen	1	1.20
12	Kesopanan pelayan dalam melayani konsumen	1	1.20
13	Keramahan pelayan dalam melayani konsumen	1	1.20
14	keramahan dalam menginformasikan menu <i>ice cream</i>	1	1.20
15	Ketersediaan rasa <i>ice cream</i> sesuai keinginan konsumen	12	14.46
16	Ketersediaan stock <i>ice cream</i>	2	2.41
17	Ketersediaan layanan konsumen (misal : layanan telepon bebas pulsa)	1	1.20
18	Ketersediaan informasi nilai gizi	1	1.20
19	Ketersediaan waktu kadaluarsa (batas waktu penggunaan)	5	6.02
20	Ketersediaan informasi kadar bahan yang digunakan	2	2.41
21	Ketersediaan informasi produsen	1	1.20
22	Ketersediaan informasi izin BPOM	2	2.41
23	Ketersediaan berbagai macam menu <i>ice cream</i>	7	8.43
24	Ketersediaan berbagai macam bentuk kemasan untuk dibawa pulang	1	1.20
25	Ketersediaan variasi <i>ice cream</i> sesuai keinginan konsumen (misal : adanya meses, astor, dll)	2	2.41
TOTAL		83	100

Sumber: Kuesioner Pendahuluan 2007

1.3 Pembatasan Masalah

Agar ruang lingkup penelitian lebih terinci dan jelas maka diperlukan batasan. Pembatasan masalah yang digunakan adalah mengukur persepsi kualitas *ice cream Stormy Plate*.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan dari pembatasan masalah di atas maka permasalahan yang dihadapi perusahaan dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat *perceived quality* jika ditinjau dari segi konsumen *ice cream Stormy Plate*?
2. Bagaimana perbandingan *perceived quality* antara produk *ice cream Stormy Plate* dengan *ice cream* lainnya?
3. Bagaimana cara meningkatkan *perceived quality* produk *ice cream* agar penjualan *ice cream* tidak menurun?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengetahui tingkat *perceived quality* jika ditinjau dari segi konsumen *ice cream Stormy Plate*.
2. Mengetahui perbandingan *perceived quality* antara produk *ice cream Stormy Plate* dengan *ice cream* lainnya.
3. Mengetahui cara meningkatkan *perceived quality* produk *ice cream* agar penjualan *ice cream* tidak menurun.

1.6 Sistematika Penulisan

Setelah bab 1 ini yang berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan maka bagian-bagian selanjutnya akan dibagi ke dalam bab-bab sebagai berikut :

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjabarkan mengenai teori-teori yang berhubungan dengan permasalahan yang dihadapi. Teori-teori tersebut digunakan penulis dalam membantu memecahkan masalah yang dihadapi.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjabarkan mengenai langkah-langkah penelitian yang dilakukan secara sistematis mulai dari awal sampai akhir, dituangkan dalam bentuk *flowchart* dan keterangan sehubungan dengan *flowchart* tersebut.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini menjabarkan mengenai sejarah umum perusahaan serta data-data lainnya yang dibutuhkan dalam melakukan penelitian. Data-data ini diperoleh dari wawancara langsung dari berbagai sumber dan data dari kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini menjabarkan mengenai pengolahan dari data yang telah dikumpulkan, dan analisis untuk memecahkan masalah yang terjadi serta pengembangan usulan untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi.

BAB 6 PENUTUP

Bab ini menjabarkan mengenai kesimpulan dari hasil pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan dan juga saran-saran yang diberikan penulis kepada perusahaan sehubungan dengan permasalahan yang dihadapi.