

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju ditandai dengan teknologi yang cepat berubah, persaingan dalam dunia industri kamera digital semakin ketat sehingga setiap perusahaan harus melakukan inovasi secara terus-menerus agar dapat bertahan dan menjadi yang terbaik serta dapat meraih posisi puncak persaingan. Namun pada kenyataannya hal tersebut tidaklah mudah, ada berbagai kendala atau hambatan yang harus dihadapi. Banyaknya merek dalam kategori produk kamera digital menyebabkan konsumen diperhadapkan pada banyak pilihan. Perubahan kebutuhan dan spesifikasi produk kamera digital yang diinginkan konsumen dari hari ke hari juga menuntut perusahaan untuk lebih peka dalam menciptakan produk kamera digital yang sesuai dengan keinginan konsumen. Selain itu juga daya beli konsumen yang menurun sejak terjadinya krisis ekonomi telah menyebabkan konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih suatu produk kamera digital. Ini semua menyebabkan persaingan perusahaan dalam memperebutkan pangsa pasar semakin ketat.

Pada saat sekarang ini terdapat berbagai macam kamera digital. Setiap perusahaan dalam dunia industri ini menawarkan produknya masing-masing dengan berbagai kelebihan dan kelemahan yang dimiliki. Olympus merupakan salah satu merek yang menawarkan produk kamera digital. Mereka saling berlomba untuk dapat menarik perhatian konsumen. Kamera digital sekarang ini sudah mulai menanjak atau laku di pasaran menggantikan kamera analog. Selain penggunaan yang lebih praktis, kamera digital ini lebih canggih dalam hal teknologi. Dalam bidang fotografi, kamera digital dapat dibagi dalam tiga tipe yaitu kamera digital tipe pocket, kamera digital tipe prosumer dan kamera digital tipe SLR. Pada kamera digital tipe pocket dapat dibagi menjadi dua tipe yaitu FE series dan stylist mju. Kebanyakan konsumen membeli kamera digital tipe pocket

untuk dunia hiburan seperti *travelling*, photo-photo dengan keluarga. Sedangkan dalam bidang fotografi yang professional, kamera digital yang dibutuhkan oleh mereka kebanyakan yaitu kamera digital jenis SLR dimana lensanya dapat diganti-ganti.

PT Perdana Bangun Pusaka yang didirikan pada tanggal 7 Oktober 1987 adalah perusahaan yang memasarkan kamera digital Olympus. Peluncuran kamera digital Olympus dimulai pada tahun 2000. Berbagai kendala atau hambatan yang terjadi pada perusahaan ini yaitu tidak tercapainya target penjualan pada tahun 2004 hingga tahun 2005 dari tipe pocket. Besar target penjualan pada tahun 2004 yaitu sebesar Rp 8.333.825.901,00 sedangkan besar penjualan pada tahun 2004 yaitu sebesar Rp 7.995.056.238,00. Untuk tahun 2005, besar target penjualan yaitu sebesar Rp 11.812.019.020,00 sedangkan besar penjualan yaitu sebesar Rp 10.005.245.056,00. Hal tersebut disebabkan karena target yang harus dicapai pada perusahaan setiap tahunnya semakin meningkat, sehingga target penjualan yang harus dicapai pada perusahaan ini tidak selalu tercapai. Oleh karena itu, untuk memenangkan persaingan pada kamera digital Olympus ini diperlukan suatu strategi yang baik agar target penjualan dapat tercapai setiap tahunnya.

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun faktor-faktor yang mungkin menyebabkan target penjualan tidak tercapai yaitu :

- Banyaknya merek dalam kategori produk kamera digital menyebabkan konsumen diperhadapkan pada banyak pilihan.
- Citra merek Olympus yang tidak kuat sehingga kurang laku di pasaran.
- Tingkat kepuasan konsumen kamera digital Olympus yang belum diketahui.
- Strategi persaingan yang belum diketahui.

1.3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Adapun pembatasan masalahnya agar lebih spesifik yaitu :

- Penelitian difokuskan pada produk kamera digital Olympus tipe pocket.

- Merek-merek produk kamera digital yang digunakan sebagai perbandingan adalah merek-merek yang merupakan pesaing utama berdasarkan segmen pasar yaitu kamera digital Nikon dan Sony Cyber Shot berdasarkan informasi dari pihak manajemen perusahaan.

1.4. Perumusan Masalah

Adapun perumusan masalahnya dari permasalahan yang dihadapi perusahaan ini yaitu :

1. Bagaimana status *brand equity* dari kamera digital Olympus ?
2. Strategi apakah yang harus diterapkan untuk meningkatkan *brand equity* pada kamera digital Olympus ?

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya yaitu :

1. Untuk mengetahui status *brand equity* dari kamera digital Olympus yang meliputi *brand awareness*, *perceived quality*, *brand association*, dan *brand loyalty*.
2. Untuk melakukan analisis mengenai strategi yang harus diterapkan untuk meningkatkan *brand equity* pada kamera digital Olympus.

1.6. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisannya dalam pembuatan tugas akhir ini yaitu :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah yang akan dijawab pada bab enam yaitu kesimpulan dan saran, tujuan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tentang dasar-dasar teori, acuan-acuan, patokan-patokan, pedoman-pedoman yang akan mendukung dalam memecahkan permasalahan yang sedang dihadapi dan berisi semua rumus-rumus dan langkah-langkah yang digunakan

dalam mengolah data untuk memecahkan permasalahan yang dihadapi perusahaan.

BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang *flowchart-flowchart* secara sistematis beserta keterangannya yang merupakan langkah-langkah dari awal pembuatan tugas akhir sampai selesai pembuatan tugas akhir.

BAB 4 : PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang data-data yang diperlukan yang diperoleh dari perusahaan seperti data umum perusahaan dan data-data yang lainnya yang diperlukan serta dari kuesioner-kuesioner yang disusun dalam pembuatan tugas akhir ini.

BAB 5 : PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi tentang pengolahan data beserta dengan analisis dari hasil pengolahan data tersebut. Selain itu juga mengungkap tentang analisis mengenai strategi yang harus diterapkan untuk meningkatkan *brand equity* pada kamera digital Olympus.

BAB 6 : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi tentang kesimpulan dari tugas akhir ini dan menjawab perumusan masalah dari bab satu yaitu pendahuluan serta memberikan saran-saran untuk penelitian lebih lanjut.