

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

CV Panda Baby terletak di Komp. Margaasih Permai Jln. Arwana Q.6 No.4, merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang industri kapas. Adapun merek dagang yang diproduksi adalah “Panda”. CV Panda Baby berdiri pada tanggal 20 April 2001 dengan pemiliknya Bapak Awalludin.

CV Panda Baby memiliki berbagai macam ukuran kapas yang dipasarkan diantaranya adalah Kapas dengan kemasan berukuran 35 gr , 40 gr , 50 gr , 60 gr , dan 100 gr. Pada awalnya CV ini menjual semua produk yang berukuran diatas, tetapi setelah 2 tahun terakhir ini lebih difokuskan kepada produk kapas berukuran 35 gr. Melihat pemasarannya lebih potensial untuk laku dijual dipasaran.

CV Panda Baby saat ini mengalami penurunan penjualan produk kapas yang diproduksi yaitu kapas Panda di daerah pemasaran Bandung tepatnya di daerah Cimahi. Data penurunan penjualan produk Kapas ini dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini.

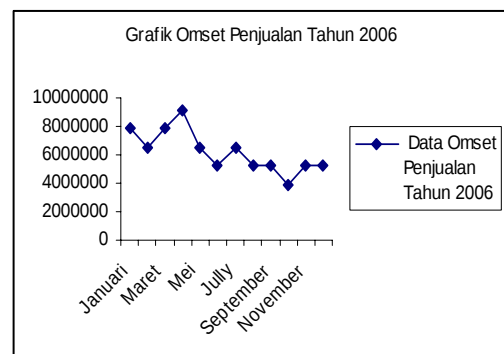
Tabel 1.1

**Data penjualan produk Kapas Panda
Januari – Desember 2006 dengan kemasan
berukuran 35 gr.**

Thn 2006	Omset Penjualan
Januari	7862400
Februari	6552000
Maret	7862400
April	9172800
Mei	6552000
Juni	5241600
Jully	6552000
Agustus	5241600
September	5241600
Oktober	3931200
November	5241600
Desember	5241600

Gambar 1.1

**Grafik Data Omset Penjualan Produk Kapas
Panda Januari – Desember 2006 dengan
kemasan berukuran 35 gr.**



Dari hasil wawancara dengan Bapak Awalludin selaku pemilik dari CV Panda Baby ternyata penurunan penjualan produk ini diketahui dari omset penjualan kapas tiap bulan yang semakin menurun pada bulan Agustus – Desember 2006. Hal ini menyebabkan pemasukan bagi perusahaan menjadi berkurang, sehingga dikhawatirkan perusahaan akan mengalami kemunduran.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dengan bagian pemasaran CV Panda Baby, dapat diidentifikasi faktor-faktor yang mungkin menyebabkan penurunan penjualan kapas Panda, sebagai berikut :

- Perusahaan kurang agresif dalam memasarkan produknya.

CV Panda Baby kurang agresif dalam menanggapi serangan para pesaing karena merasa produknya masih cukup memberikan keuntungan bagi perusahaan padahal pada kenyataannya penjualan menurun terus. CV Panda Baby tidak melakukan analisis untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi prioritas pengecer dalam membeli produk kapas dan analisis untuk mengetahui posisi produknya dibandingkan dengan produk pesaing di pasaran, sehingga perusahaan tidak mengetahui apa yang menjadi keunggulan dan kekurangan produknya saat ini.

- Munculnya pesaing-pesaing produk sejenis dengan tawaran yang lebih baik

Dalam memasarkan kapas Panda, CV Panda Baby dihadapkan pada masalah dengan munculnya pesaing-pesaing produk sejenis dengan tawaran-tawaran yang lebih baik. Hal ini menyebabkan penjualan kapas Panda mengalami penurunan karena beberapa pengecer berpindah ke merek pesaing.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi permasalahan diatas maka ditentukan satu permasalahan yang akan dibahas agar penelitian yang dilakukan lebih terarah. Adapun pembatasan permasalahan yang akan dibahas adalah :

1. Data penjualan perusahaan yang digunakan adalah bulan Januari – Desember 2006.
-

2. Pengamatan yang dilakukan yaitu pada kapas dengan kemasan berukuran 35 gr.
3. Penyebaran kuesioner pendahuluan hanya kepada pengecer kapas di daerah Cimahi.
4. Penyebaran kuesioner penelitian hanya kepada 42 pengecer kapas Panda yang menjual seluruh merk pesaing utama kapas Panda.

1.4 Perumusan Masalah

Sesuai dengan pembatasan masalah diatas, permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Siapakah pesaing utama kapas Panda?
2. Faktor-faktor apa sajakah yang dianggap penting oleh pengecer untuk membeli produk kapas?
3. Apakah kelebihan dan kekurangan kapas Panda dibandingkan dengan para pesaingnya?
4. Bagaimana strategi bersaing yang sebaiknya diterapkan oleh CV Panda Baby dalam memasarkan kapas Panda agar dapat bersaing di tingkat pengecer?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Dapat mengetahui pesaing utama kapas Panda.
 2. Dapat mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pengecer untuk membeli produk kapas.
 3. Mengetahui kelebihan dan kekurangan kapas Panda jika dibandingkan dengan pesaingnya.
 4. Menentukan strategi persaingan yang perlu diterapkan CV Panda Baby dalam memasarkan kapas Panda untuk bersaing di tingkat pengecer.
-

1.6 Sistematika Penulisan

- Bab 1. Pendahuluan
Bab ini yang berisi Latar Belakang Masalah, Identifikasi Masalah, Pembatasan Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian dan Sistematika Penulisan.
 - Bab 2. Landasan Teori
Bab ini berisi teori-teori dan rumus-rumus yang digunakan sebagai landasan berpikir dalam melakukan penelitian dan memecahkan masalah yang ada.
 - Bab 3. Metodologi Penelitian
Bab ini berisi langkah-langkah sistematis yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian sehingga mampu memberikan pemecahan bagi permasalahan yang ada.
 - Bab 4. Pengumpulan Data
Bab ini berisi tentang data-data yang dikumpulkan pada saat penelitian untuk diolah.
 - Bab 5. Pengolahan Data dan Analisis
Bab ini berisi seluruh pengolahan data dan penjabaran analisis terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan dikaitkan dengan teori yang ada.
 - Bab 6. Penutup
Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan, serta saran-saran yang dapat diberikan penulis pada CV Panda Baby dalam memecahkan masalah yang dihadapi.
-