

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi ini persaingan bisnis khususnya dalam dunia industri semakin meningkat dari waktu ke waktu, baik di pasar nasional maupun internasional. Produk yang berkualitas dengan harga bersaing merupakan kunci utama dalam memenangkan persaingan, yang pada akhirnya akan dapat memberikan nilai kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan. Pelanggan kini memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli. Dalam hal ini penjual harus memberikan kualitas produk yang dapat diterima, karena bila tidak, pelanggan akan segera beralih kepada pesaing.

Sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang industri makanan dan minuman, PT Ultra Jaya sudah berhasil memuaskan pelanggannya dalam hal memproduksi susu dalam kemasan karton yaitu “Ultra Milk”, hal itu terbukti dengan suksesnya “Ultra Milk” menjadi pemimpin pasar untuk kategori minuman susu dalam kemasan karton. Hal tersebut memotivasi perusahaan untuk bisa meningkatkan kualitas “Teh Kotak” agar dapat mengikuti jejak sukses “Ultra Milk”, karena sebagai produk minuman teh pertama dalam kemasan karton, Teh Kotak tidak lagi menguasai pasar.

Kombinasi jumlah penduduk yang besar dan kebiasaan minum teh telah menjadikan Indonesia pasar terbesar keempat di dunia. Besarnya daya konsumsi masyarakat Indonesia terhadap minuman teh menyebabkan banyak perusahaan yang memproduksi minuman teh instan dalam kemasan karton. Munculnya produk-produk baru tersebut menyebabkan pelanggan dihadapkan pada berbagai pilihan produk yang pada akhirnya bisa memungkinkan pelanggan untuk beralih ke merek lain, terlebih lagi jika merek tersebut membuat suatu perubahan dan menawarkan karakteristik produk yang lebih

unggul dari berbagai sudut atributnya. Hal ini menimbulkan persaingan yang ketat bagi para produsen minuman teh instan.

Mengingat hal tersebut, penulis tertarik untuk melakukan usulan dan analisis persaingan Teh Kotak dan dapat mengukur tingkat kepuasan pelanggan dengan metode *perceived quality* karena tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk. Pelanggan yang puas dan loyal (setia) merupakan peluang untuk mendapatkan pelanggan baru. Dengan bertambahnya pelanggan maka secara langsung akan meningkatkan pangsa pasar dari produk tersebut.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara, pihak perusahaan menginginkan agar produk “Teh Kotak” dijadikan sebagai objek penelitian karena perusahaan ingin mengetahui persepsi konsumen terhadap Teh Kotak sehingga dapat diketahui atribut apa saja dari teh kotak yang belum memuaskan konsumen sehingga bisa diperbaiki yang pada akhirnya membuat Teh Kotak sebagai minuman teh dalam kemasan yang paling disukai.

Disamping itu, sebagai produk minuman teh pertama dalam kemasan karton, munculnya produk sejenis dengan berbagai merek yang menawarkan berbagai kualitas unggul membuat Teh Kotak menjadi tersaingi oleh merek Teh Botol Sosro dan Frestea. Dimana saat ini pangsa pasar terbesar untuk minuman teh instan dalam kemasan karton adalah “Teh Botol Sosro”, selanjutnya disusul oleh “Fretea” dan “Teh Kotak”. Oleh karena itu, perusahaan ingin mengetahui kelemahan dan keunggulan produk Teh Kotak dibandingkan pesaingnya melalui persepsi konsumen sehingga PT Ultra Jaya bisa meningkatkan kualitas dari atribut Teh Kotak yang tersaingi dan mampu mempertahankan atribut yang sudah unggul.

1.3 Pembatasan Masalah

Dikarenakan keterbatasan waktu, studi pustaka, dan penguasaan ilmu yang penulis miliki, maka penelitian ini dibatasi oleh hal-hal berikut :

1. Ruang lingkup penelitian dilakukan di kota Bandung.
2. Metode perbaikan kualitas yang digunakan adalah *Perceived Quality*, dengan menggunakan hipotesis ketidakpuasan, *Importance/ Performance Matrices 4* (IPA 4), *Correspondence Analysis* (CA), *Based On Rank Order* dan tabel persaingan 6 kuadran (IPA 6).

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil identifikasi masalah dan pembatasan masalah, maka permasalahan yang terjadi dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Bagaimana persepsi konsumen akan kualitas keseluruhan atribut yang dimiliki oleh produk “Teh Kotak” ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja keseluruhan kualitas atribut yang dimiliki oleh produk “Teh Kotak” ?
3. Apa saja yang menjadi keunggulan dan kelemahan produk “Teh Kotak” dibandingkan pesaingnya ?
4. Target apakah yang perlu diberikan untuk menentukan prioritas perbaikan terhadap kualitas atribut produk “Teh Kotak” ?
5. Bagaimana usulan yang dapat diberikan kepada perusahaan dalam meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing dan mempertahankan konsumen yang ada serta menciptakan loyalitas pelanggan?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui persepsi konsumen akan kualitas keseluruhan atribut yang dimiliki oleh produk “Teh Kotak”
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kinerja keseluruhan kualitas atribut yang dimiliki oleh produk “Teh Kotak”.

3. Mengetahui keunggulan dan kelemahan produk “Teh Kotak” dibandingkan pesaingnya.
4. Dapat menentukan target yang perlu diberikan dalam menentukan prioritas perbaikan terhadap kualitas atribut produk “Teh Kotak”.
5. Dapat memberikan usulan kepada PT Ultra Jaya dalam meningkatkan kualitas produk sehingga mampu bersaing dan mempertahankan konsumen yang ada serta menciptakan loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika dari penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah yang dihadapi, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti dan digunakan sebagai dasar pemikiran penulis dalam memecahkan permasalahan, seperti teori kualitas, *perceived quality*, teknik-teknik statistika dan teori metodologi penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi langkah-langkah penelitian yang sistematis selama melakukan penelitian dimulai dari identifikasi masalah, pengumpulan data hingga kesimpulan. Hal ini dimaksudkan agar penelitian yang dilakukan penulis lebih terstruktur dan terarah.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi data umum perusahaan dan data-data yang diperlukan untuk melakukan pengolahan data. Data-data ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak perusahaan serta data hasil penyebaran kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi pengolahan data dari data-data yang telah diperoleh pada bab sebelumnya kemudian dianalisis untuk memecahkan permasalahan serta mengemukakan beberapa usulan kepada PT Ultra Jaya.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan sesuai dengan tujuan penelitian dan berisi saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan.