

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Semenjak berkembangnya era globalisasi terutama dalam bidang perekonomian, persaingan produk maupun jasa semakin terasa ketat. Hal ini diantaranya ditandai oleh perubahan konsep ruang dan waktu melalui teknologi informasi seperti telepon gengam dan internet dalam aktivitas bisnis perusahaan. Persaingan dalam keberadaannya berlangsung pada berbagai jenis. Persaingan antar merek, persaingan antar jenis produk, serta persaingan antar kebutuhan generik yang tercipta karena kelangkaan sumber daya.

Salah satu jenis produk yang terkena dampak paling besar dari persaingan yang makin ketat adalah Tulipware. Tulipware merupakan merek Indonesia yang bergerak dalam bidang penyediaan peralatan makan atau dapur dengan sistem penjualan *direct selling* dimana memanfaatkan tenaga penjual berupa agen dalam memasarkan produk. Contoh produk yang disediakan oleh Tulipware adalah *dinning set, lunch box, tea set, pitcher, egg pal, electric multi cooker*, dan lainnya. Merek ini diproduksi oleh PT. Dian Megah Indo Perkasa yang mulai didirikan pada tahun 2000. Produk Tulipware cukup terkenal di Kota Bandung berdasar hasil wawancara terhadap Bapak Doddy Nugraha selaku manajer pemasaran dari pihak Tulipware. Pesaing terbesar dari merek ini dari hasil wawancara adalah Tupperware yang dimiliki oleh perusahaan dari Amerika (*Dart Industries Inc.*) dengan PT. Inawi Benjaya sebagai distributor nasional sekaligus pemegang lisensi di Indonesia.

Tulipware sendiri memiliki target penjualan untuk daerah Bandung per 4 bulan sebesar Rp 2.500.000.000 (Dua Milyar Lima Ratus Juta Rupiah) yang telah ditentukan oleh pusat berdasarkan data penjualan masa lalu dan riset pasar. Sedangkan data penjualan per 4 bulan diketahui rata-rata target penjualan belum terpenuhi. Sehingga yang menjadi masalah bagi perusahaan ini adalah target penjualan yang sulit dicapai.

Tabel 1.1
Target Penjualan Perusahaan 2008

Bulan	Target (Rp)	Realisasi (Rp)	Persen Pencapaian	Persen Tidak Tercapai
1-4	2.5 M	2261911400	90.48%	9.52%
5-8		2098811425	83.95%	16.05%
9-12		2308432125	92.34%	7.66%

1.2 Identifikasi Masalah

Pihak manajemen Tulipware mengatakan target penjualan sulit tercapai karena terdapatnya perusahaan lain yang lebih dahulu memproduksi produk sejenis menyebabkan pemasaran produk Tulipware sulit untuk berkembang khususnya di Kota Bandung.. Hal tersebut diatas dapat disebabkan oleh faktor-faktor sebagai berikut:

1. Perusahaan belum mengetahui bagaimana besarnya tingkat ekuitas merek yang dimiliki.
2. Perusahaan belum mengetahui apakah target pasar yang sekarang telah sesuai atau belum dengan kenyataan.
3. Perusahaan belum mengetahui profil agen secara pasti sehingga memungkinkan penerapan strategi pemasaran belum sesuai.
4. Perusahaan belum mengetahui kelebihan dan kekurangan dibandingkan dengan pesaing.
5. Konsumen tidak lagi menyukai penggunaan peralatan makan dan dapur berbahan plastik.
6. Model peralatan makan dan dapur yang dijual itu-itu saja.

Berdasar hal tersebut di atas maka perlu diteliti lebih lanjut guna meningkatkan kemampuan bersaing dan penjualan produk Tulipware.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar tujuan dan lingkup penelitian lebih terarah maka diperlukan adanya suatu pembatasan masalah yang jelas. Adapun pembatasan masalah yang diberikan adalah:

1. Penelitian hanya difokuskan pada bagian pemasaran dan penjualan produk peralatan makan / dapur berbahan plastik wilayah Bandung.
2. Peneliti tidak meneliti mengenai pengembangan model produk dan perancangan produk yang disukai konsumen.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan maka dapat dirumuskan masalah yang terdapat pada produk Tulipware adalah:

1. Bagaimana ekuitas merek yang dimiliki perusahaan saat sekarang?
2. Bagaimana target pasar dari produk peralatan makan dan dapur Tulipware saat ini?
3. Seperti apa profil agen dari Tulipware?
4. Bagaimana kelebihan dan kekurangan produk Tulipware dibandingkan pesaing dilihat dari segi konsumen dan segi agen?
5. Upaya apa saja yang dapat dilakukan guna meningkatkan penjualan produk Tulipware?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada perumusan masalah maka dapat disimpulkan tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui ekuitas merek dari Tulipware.
2. Untuk mengetahui target pasar dari produk peralatan makan dan dapur berbahan plastik dengan merek Tulipware.
3. Untuk mengetahui profil dari agen Tulipware.
4. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan Tulipware dibandingkan pesaing.
5. Untuk memberikan usulan apa saja yang dapat dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan Tulipware.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dari awal dimulai dengan:

Bab 1 Pendahuluan

Pada bab ini membahas mengenai latar belakang terjadinya masalah, identifikasi masalah apa saja yang terjadi, pembatasan masalah dengan tujuan penelitian lebih terarah, perumusan masalah, tujuan dilakukan penelitian, dan terakhir sistematika penulisan.

Bab 2 Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori yang berkenaan dengan topik penelitian untuk menjadi acuan dalam melakukan analisis.

Bab 3 Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi metode-metode yang akan digunakan serta tahapan proses penelitian dari awal hingga akhir.

Bab 4 Pengumpulan Data

Pada bab ini berisi kumpulan data-data hasil wawancara dan kuesioner untuk kepentingan penelitian.

Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis

Pada bab ini berisi pengolahan data hasil wawancara dan kuesioner, serta analisis terhadap data yang telah diolah.

Bab 6 Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan yang diperoleh setelah melewati tahap pengalahan dan analisis data, serta saran-saran untuk mengatasi masalah yang terjadi dalam perusahaan.