

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di masa sekarang ini persaingan merupakan suatu hal yang sudah pasti terjadi. Apalagi di dalam dunia bisnis, dimana setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menciptakan suatu produk dengan memiliki segala macam kelebihan serta dengan harga yang kompetitif. Salah satu contohnya adalah perusahaan terkemuka Jepang yang melebarkan sayapnya hingga ke Indonesia. Adapun perusahaan tersebut adalah CticoGamachem yang terletak di Jl. Latumenten No 50. Jakarta Barat. Perusahaan yang berdiri sejak 18 tahun yang lalu ini merupakan perusahaan yang cukup besar di dalam pengembangan dunia cetak hal ini terlihat dari produk *chemical printing* yang diproduksi oleh perusahaan CticoGamachem yaitu proses cetak yang menggunakan bahan kimia. Adapun bahan kimia tersebut adalah bermerk AGI.

Kelebihan dari bahan kimia merek AGI ini dapat membuat hasil printing menjadi tidak pudar. Namun seiring dengan semakin majunya teknologi, banyak produsen sejenis yang memproduksi bahan kimia *chemical printing* dengan berbagai merek yang terus bermunculan. Salah satu merek pesaing yang paling terkuat adalah DIC.

Adapun masalah-masalah yang dihadapi oleh perusahaan ini diantaranya bahan kimia *chemical printing* dengan merek AGI tersebut tidak menjadi *leader* diantara bahan kimia merek lain yang sejenis, padahal perusahaan ini telah berdiri sejak 18 tahun yang lalu. Oleh karena itu perusahaan CticoGamachem ini menginginkan produk yang dihasilkan dapat menguasai pasar sehingga dapat menjadi *leader* diantara bahan kimia sejenis, Dengan demikian dapat terlihat bahwa ekuitas merek AGI kurang baik.

Pangsa pasar merek AGI saat ini sebesar 10-15 % saja. Hasil perhitungan tersebut didapat dari penjualan di daerah Jakarta, Bandung dan Surabaya.

1.2 Identifikasi Masalah

Adapun faktor-faktor yang mungkin menyebabkan merek AGI tidak menjadi *market leader*, yaitu :

- ∇ Dengan semakin majunya di dalam dunia percetakan banyak para pemilik modal untuk membuka bisnis yang sejenis yaitu bahan kimia *chemical printing uv varnish* dengan menggunakan merek lain yang berbeda.
- ∇ Adanya kemungkinan *brand image* yang kurang baik, yang diakibatkan banyaknya merek lain yang mempunyai *brand image* yang sedang naik daun. Salah satu penyebabnya adalah segi harga, kualitas dan sistem pembayaran yang harus dilakukan secara cash.
- ∇ Adanya kemungkinan strategi pemasaran yang diterapkan oleh perusahaan CticoGamachem kurang tepat. Dalam hal ini adalah kurangnya promosi, tidak adanya penawaran-penawaran khusus seperti di dalam pembelian dalam jumlah banyak mendapat harga khusus.
- ∇ Tingkat kepuasan mengenai produk bahan kimia merek AGI belum diketahui.

1.3 Pembatasan Masalah

Agar pokok permasalahan dapat langsung diteliti, untuk mempersingkat waktu serta biaya dan pembahasan tidak menyimpang dari pokok permasalahan.

Maka adapun hal-hal yang akan diteliti yaitu :

- ∇ Penelitian dilakukan di perusahaan CticoGamachem meliputi *brand equity* yang mencakup *awareness measures, association measures, perceived quality, loyalty measures* dan *other proprietary asset*.
- ∇ Penyebaran kuisioner dilakukan kepada *customernya* langsung yang berada di Jakarta, Bandung dan Surabaya.
- ∇ Produk yang diteliti adalah bahan kimia *chemical printing* dengan merek AGI karena produk *chemical printing* ini merupakan produk

yang paling sedikit penjualannya dibandingkan produk bahan kimia yang lain yang diproduksi oleh Perusahaan CticoGamachem.

- v Merek produk pembanding yang diinginkan perusahaan adalah merek DIC.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan hal-hal yang diteliti tersebut adapun perumusan masalahnya sebagai berikut yaitu :

1. Bagaimana tingkat kesadaran konsumen terhadap merek “AGI” ?
2. Bagaimana kesan yang timbul di dalam diri konsumen terhadap merek “AGI” ?
3. Bagaimana persepsi konsumen terhadap kualitas bahan cetak dari merek “AGI” ?
4. Bagaimana kesetiaan konsumen terhadap merek “AGI” ?
5. Apakah merek “AGI” ini memiliki *other proprietary asset* yang lain ?
6. Strategi usulan apa yang diberikan penulis kepada perusahaan CticoGamachem tersebut ?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan yang dibuat oleh penulis, maka penulis merumuskan tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah

1. Mengetahui tingkat kesadaran konsumen terhadap bahan kimia merek “AGI”.
2. Mengetahui kesan konsumen yang timbul setelah memakai bahan kimia merek “AGI”.
3. Mengetahui persepsi konsumen akan kualitas produk dari merek “AGI”.
4. Mengetahui kesetiaan konsumen terhadap bahan kimia merek “AGI”.
5. Mengetahui apakah merek “AGI” memiliki *other proprietary asset* yang lain.

6. Untuk mengetahui strategi usulan apa yang tepat diberikan kepada Perusahaan CticoGamachem.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini berisi mengenai :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab 1 ini berisi mengenai latar belakang masalah alasan dilakukan penelitian ini, identifikasi masalah yang terdapat pada perusahaan, embatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian ini dilakukan serta sistematika penulisannya.

BAB 2 LANDASAN TEORI

Pada bab 2 Landasan Teori ini berisi mengenai teori – teori yang memiliki hubungan dengan Brand Equity yang dapat membantu pemecahan masalah yang dihadapi dalam penulisan laporan penelitian ini.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab 3 ini berisi mengenai metodologi penelitian dari awal mula penulisan hingga akhir penulisan.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab 4 ini berisi mengenai data perusahaan serta data yang berasal dari responden yang kemudian menjadi bahan untuk pengolahan data.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab 5 ini berisi mengenai pengolahan data yang telah didapat dari hasil pengumpulan kuisisioner dan kemudian dilakukan analisis yang menggunakan metoda ekuitas merek.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab 6 ini berisi mengenai kesimpulan yang ditarik dari pengolahan data serta analisa yang dilakukan serta jawaban dari perumusan masalah. Kemudian yang dilanjutkan dengan saran yang ditujukan bagi perusahaan