

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Air merupakan kebutuhan manusia yang sangat dominan, dimana manusia tidak dapat hidup tanpa air. Hal ini terlihat pada rutinitas kehidupan sehari-hari seperti memasak, mencuci, minum, mandi dan sebagainya yang menunjukkan betapa pentingnya peran air dalam kehidupan manusia, dimana untuk menunjang hal tersebut air yang digunakan haruslah air yang bersih dan baik untuk di konsumsi.

Seiring dengan kebutuhan akan pemenuhan air bersih yang semakin sulit diperoleh pada saat ini. Terlebih di daerah-daerah yang letaknya berdekatan dengan pabrik-pabrik yang menghasilkan limbah cair. Dimana hal ini menuntut masyarakat untuk melakukan berbagai cara dalam memperoleh air bersih, seperti dengan membeli air bersih, memasang *water filter*, RO dispenser, dan lainnya. Pemasangan *water filter* dapat dijadikan sebagai alternatif dalam upaya untuk memperoleh air bersih. Alat ini dapat berfungsi untuk membersihkan air yang mengandung partikel-partikel, lumpur, berbau, berwarna, keruh, zat kimia (kaporit, deterjen, pestisida, zat kapur yang berlebihan, zat besi, mangan, magnesium) ataupun zat-zat organik, virus dan bakteri.

Adanya kebutuhan akan air bersih di lingkungan yang kurang mendukung dijadikan kesempatan bagi beberapa perusahaan kimia untuk memproduksi alat pembersih air (*water filter*). Hal ini menyebabkan banyak bermunculan industri besar maupun kecil yang akan saling bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar dengan menghasilkan dan memasarkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan manusia.

Untuk menghadapi hal tersebut maka masing-masing perusahaan dituntut untuk memiliki strategi dalam menjalankan dan mengelola perusahaannya dengan baik agar dapat bertahan dan bersaing demi tercapainya tujuan perusahaan.

PT. Maxi FiltraTech berdiri tahun 2002 yang berlokasi di Taman Kopo Indah II Ruko IB No 5, Bandung, merupakan perusahaan yang bergerak di bidang industri kimia yang memproduksi *water filter* dengan Merek MAXI yang berjenis PVC serta menjual media *water filter* seperti pasir silica, *manganese zeolite*, *activated carbon*, dan lainnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak perusahaan diketahui bahwa permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah terjadinya penurunan penjualan produk *water filter* MAXI dalam kurun waktu 3 tahun (2006 sampai 2009), dengan penurunan rata-rata penjualan sekitar 28 % sampai 30 % per tahun.

Berdasarkan penurunan penjualan yang terjadi maka akan dilakukan penelitian dan analisis terhadap perusahaan PT. Maxi FiltraTech khususnya pada produk *water filter* dengan Merek MAXI yang berjenis PVC.

## **I.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka dapat diketahui faktor penyebab atas masalah yang sedang dihadapi PT. Maxi FiltraTech diantaranya : dengan

1. Perusahaan belum mengetahui hal-hal yang dipentingkan oleh konsumen atas produk Water Filter dengan merek MAXI.
2. Ketidakpuasan konsumen atas atribut Bauran Pemasaran yang telah dilakukan oleh PT. Maxi FiltraTech.
3. Strategi Bauran Pemasaran produk Water Filter dengan merek MAXI yang diterapkan oleh pihak perusahaan kurang tepat.

## **I.3 Pembatasan Masalah**

Supaya tidak menyimpang dari tujuan penelitian dan ruang lingkup yang akan dibahas, maka dalam penelitian ini pembatasan dilakukan pada :

1. Persaingan antar perusahaan sejenis yang menghasilkan produk *water filter*. Hal ini dikarenakan produk memiliki umur guna yang lama, sehingga sulit untuk mendapatkan responden yang sudah menggunakan beberapa produk *Water Filter*.
2. Penelitian dilakukan pada produk *Water Filter* dengan merek MAXI yang berjenis PVC. Hal ini dikarenakan produk PVC merupakan produk yang telah banyak digunakan oleh konsumen, sehingga konsumen dapat memberikan tanggapan atas produk yang bersangkutan.

#### **I.4 Perumusan Masalah**

Berikut beberapa perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian Tugas Akhir ini adalah :

1. Hal-hal apa saja yang dipentingkan oleh konsumen untuk produk Water Filter dengan merek MAXI ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen atas atribut Bauran Pemasaran yang telah dilakukan oleh PT. Maxi FiltraTech ?
3. Bagaimana *Segmentation, Targeting, dan Positioning* PT. MAXI Filtratech ?
4. Bagaimana usulan strategi pemasaran yang baik untuk PT. MAXI Filtratech agar dapat meningkatkan penjualan produk Water Filter dengan merek MAXI ?

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Berikut adalah beberapa tujuan dari penelitian :

1. Untuk mengetahui tingkat harapan dari konsumen terhadap pelayanan PT. Maxi FiltraTech.
2. Untuk mengetahui tingkat persepsi konsumen terhadap pelayanan PT. Maxi FiltraTech.
3. Untuk mengetahui Segmentasi, Targeting, dan Positioning PT. Maxi FiltraTech.

4. Untuk mengetahui usulan strategi pemasaran yang baik untuk perusahaan PT. Maxi FiltraTech agar dapat meningkatkan penjualan produk *water filter*.

## **I.6 Sistematika Penelitian**

### **Bab 1 Pendahuluan**

Pada Bab ini berisikan : Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Maksud dan Tujuan, dan Sistematika Penulisan.

### **Bab 2 Landasan Teori**

Pada Bab ini berisikan : tinjauan-tinjauan pustaka, teori-teori, dan referensi dari berbagai sumber (buku, internet, majalah) yang berkenaan dengan bidang Strategi Pemasaran.

### **Bab 3 Sistematika Penelitian**

Pada Bab ini berisikan : langkah-langkah dalam pengolahan data dan pembuatan laporan, dari pengambilan data aktivitas sampai pengambilan kesimpulan yang digambarkan dalam bentuk sistematika penelitian (*flowchart*) (Berisi tentang penjelasan dari masing-masing komponen sistematika penelitian (*flowchart*)).

### **Bab 4 Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Pada Bab ini berisikan : pengumpulan data yang diperoleh dari hasil pengamatan dan wawancara dengan pihak personalia perusahaan tersebut dan data yang berasal dari responden melalui kuesioner.

### **Bab 5 Analisis**

Pada Bab ini berisikan : analisis mengenai bagaimana dengan Strategi Pemasaran pada Maxi FiltraTech saat ini dan usulan Strategi Pemasaran pada PT. Maxi FiltraTech untuk pengembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

### **Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Berisi tentang kesimpulan dari perumusan masalah, dan juga berisi tentang saran-saran yang ditujukan kepada perusahaan PT. Maxi FiltraTech.