

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Negara Indonesia merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat setelah negara Amerika Serikat. Menurut data *CIA World Factbook*, jumlah penduduk Indonesia terhitung sebanyak 241.452.952 juta jiwa (diperbaruhi pada 22 Oktober 2012, dari website http://id.wikipedia.org/wiki/Daftar_negara_menurut_jumlah_penduduk). Jumlah penduduk yang besar harus diimbangi dengan pemenuhan kebutuhan bahan makanan. Oleh karena itu, industri bahan makanan semakin berkembang dengan pesat di Indonesia. Hal ini terlihat dari semakin banyak persaingan antara perusahaan sejenis. Perusahaan tersebut menyediakan kebutuhan garam, tepung, dan kerupuk yang merupakan bahan atau pelengkap dari industri makanan di Indonesia.

PD. Sumur Sari merupakan salah satu produsen industri bahan makanan. PD. Sumur Sari berdiri pada 1 Agustus 1983, dan pada saat itu hanya memproduksi kerupuk sebagai produk utamanya. Produk kerupuk terdiri dari varian kerupuk rasa ikan, kerupuk bawang asli, kerupuk super, dan kerupuk mie (berhenti diproduksi sejak tahun 2008). Kemudian seiring dengan perjalanan waktu, PD. Sumur Sari mengembangkan produk yang diproduksinya, yaitu memproduksi garam, tepung gula, dan tepung beras. Pemasaran produk-produk PD. Sumur Sari hanya dipasarkan kepada pedagang grosir yang berada di pasar-pasar tradisional di Bandung, lalu pedagang grosir menjual kembali produk-produk PD. Sumur Sari ke pembeli. Artinya ada dua konsumen PD. Sumur Sari, yaitu pedagang grosir dan pembeli dari pedagang grosir. Sistem pemesanan produk-produk PD. Sumur Sari bisa dilakukan secara *via* telepon langsung ke pabrik ataupun melalui *salesman* yang datang ke pedagang grosir tersebut. Selama ini penjualan PD. Sumur Sari relatif tetap dengan fluktuasi penjualan yang kecil. Namun sejak tahun 2009 sampai dengan tahun 2012, PD. Sumur Sari dihadapkan

masalah penurunan penjualan dari beberapa varian kerupuk. Hal ini menjadi perhatian khusus dari pihak PD. Sumur Sari, karena produk kerupuk adalah produk yang diproduksi pertama kalinya sejak perusahaan berdiri dan seharusnya terus dikembangkan. Berikut adalah data penjualan kerupuk di PD. Sumur Sari dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 :

Tabel 1.1
Total Penjualan Kerupuk dari tahun 2009 s/d 2012

No	Nama Produk Kerupuk Sumur Sari (KG)	TOTAL Penjualan Th.2009 (KG)	TOTAL Penjualan Th.2010 (KG)	TOTAL Penjualan Th.2011 (KG)	TOTAL Penjualan Th.2012 (KG)	TOTAL Penjualan Th 2009/2012
1	SSK (Sumur Sari Ikan Kuning)	108937,7	126024,9	120752,5	126659,9	482375
2	SSR (Sumur Sari Ikan Merah)	120754,5	109084,5	90848,8	75895,95	396583,75
3	SSP (Sumur Sari Ikan Putih)	12254,2	18932,8	19644,1	23339,05	74170,15
4	SSSK (Sumur Sari Super Kuning)	16305	29590	18550	19672,5	84117,5
5	SSSP (Sumur Sari Super Putih)	12340	15980	10035	8882,5	47237,5
6	SSBW (Sumur Sari Bawang)	66127,4	57792,4	45740,2	35546,6	205206,6

Sumber : data penjualan perusahaan, tahun 2009 s/d 2012

Berikut adalah rata-rata persentase penurunan atau kenaikan penjualan produk kerupuk dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 :

Tabel 1.2
Rata-rata Persentase Penurunan atau Kenaikan Penjualan Kerupuk dari Tahun 2009 s/d 2012

NO	Nama Produk Kerupuk Sumur Sari (KG)	% Penurunan / Kenaikan Penjualan Kerupuk 2009-2010	% Penurunan / Kenaikan Penjualan Kerupuk 2010-2011	% Penurunan / Kenaikan Penjualan Kerupuk 2011-2012	Rata-rata % Penurunan / Kenaikan
1	SSK (Sumur Sari Ikan Kuning)	15,7	-4,2	4,9	5,5
2	SSR (Sumur Sari Ikan Merah)	-9,7	-16,7	-16,5	-14,3
3	SSP (Sumur Sari Ikan Putih)	54,5	3,8	18,8	25,7
4	SSSK (Sumur Sari Super Kuning)	81,5	-37,3	6,1	16,7
5	SSSP (Sumur Sari Super Putih)	29,5	-37,2	-11,5	-6,4
6	SSBW (Sumur Sari Bawang)	-12,6	-20,9	-22,3	-18,6

Keterangan : nilai (+), mengalami kenaikan penjualan
nilai (-), mengalami penurunan penjualan

Contoh perhitungan (untuk SSK / Sumur Sari Ikan Kuning) :

- % Penurunan/Kenaikan Penjualan Kerupuk dari Th 2009 s/d 2010

$$\rightarrow \frac{(\text{Total Penjualan Th 2010} - \text{Total Penjualan Th 2009})}{\text{Total Penjualan Th 2009}} \times 100\%$$

$$\rightarrow \frac{(126024,9 - 108937,7)}{108937,7} \times 100\%$$

$$\rightarrow \frac{17087,2}{108937,7} \times 100\%$$

$$\rightarrow 15,7\%$$

$$\rightarrow \frac{(109084,5 - 120754,5)}{120754,5} \times 100\%$$

$$\rightarrow -9,7\%$$

$$\rightarrow 0.1568 \times 100\% \rightarrow 15.68\% \approx 15.7\%$$

- % Penurunan/Kenaikan Penjualan Kerupuk dari Th 2011 s/d 2010

$$\rightarrow \frac{(\text{Total Penjualan Th 2011} - \text{Total Penjualan Th 2010})}{\text{Total Penjualan Th 2010}} \times 100\%$$

$$\text{Total Penjualan Th 2010}$$

$$\rightarrow \frac{(120752.5 - 126024.9)}{126024.9} \times 100\%$$

$$126024.9$$

$$\rightarrow \frac{(-5272.4)}{126024.9} \times 100\%$$

$$126024.9$$

$$\rightarrow -0.0418 \times 100\% \rightarrow -4.18\% \approx -4.2\%$$

- % Penurunan/Kenaikan Penjualan Kerupuk dari Th 2012 s/d 2011

$$\rightarrow \frac{(\text{Total Penjualan Th 2012} - \text{Total Penjualan Th 2011})}{\text{Total Penjualan Th 2011}} \times 100\%$$

$$\text{Total Penjualan Th 2011}$$

$$\rightarrow \frac{(126659.9 - 120752.5)}{120752.5} \times 100\%$$

$$120752.5$$

$$\rightarrow \frac{(5907.4)}{120752.5} \times 100\%$$

$$120752.5$$

$$\rightarrow 0.0489 \times 100\% \rightarrow 4.89\% \approx 4.9\%$$

- % Rata-rata % Penurunan / Kenaikan

$$\rightarrow \frac{\text{Total \% Penurunan/ Kenaikan Penjualan Th 2012 s/d 2011} + \text{Th 2011 s/d 2010} + \text{Th 2010 s/d 2009}}{3}$$

$$\rightarrow \frac{(4.9 + (-4.2) + 15.7)}{3}$$

$$3$$

$$\rightarrow \frac{(16.4)}{3}$$

$$3$$

$$\rightarrow 5.46\% \approx 5.5\%$$

Dan dari data **tabel 1.2** diatas, didapatkan produk kerupuk yang mengalami rata rata penurunan selama tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 diantaranya adalah varian produk Sumur Sari Ikan Merah (SSR) sebesar 14.3%, Sumur Sari Super Putih (SSSP) sebesar 6.4%, dan Sumur Sari Bawang (SSBW) sebesar 18.6%.

Dari ketiga varian produk kerupuk PD. Sumur Sari diatas yang mengalami rata-rata penurunan penjualan terbesar dari tahun 2009 sampai dengan tahun 2012 adalah produk Sumur Sari Bawang (SSBW) sebesar 18.6%. Menurut pihak PD. Sumur Sari, pesaing dari produk kerupuk bawang sejenis di Bandung masih lebih sedikit dibandingkan kerupuk ikan merah dan kerupuk super putih. Maka, pihak PD. Sumur Sari berharap produk Sumur Sari Bawang (SSBW) bisa menjadi *market leader* dan secepatnya dapat meningkatkan penjualannya kembali.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yaitu penurunan penjualan produk kerupuk dan wawancara kepada pihak perusahaan, dapat diidentifikasi penyebabnya, yaitu :

1. Banyaknya kompetitor lain yang memproduksi produk kerupuk sejenis.
2. PD. Sumur Sari belum membuat *Segmentation, Targeting, dan Positioning*.
3. Motivasi tenaga *salesman* dalam memasarkan produk kerupuk masih kurang.
4. Pasokan bahan baku utama kerupuk yaitu tepung tapioka yang sering terhambat, dan mengakibatkan suplai produk kerupuk ke berbagai pedagang grosir yang tidak lancar.
5. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh pembeli dari pedagang grosir dan pedagang grosir.
6. Ketidakpuasan pembeli dari pedagang grosir dan pedagang grosir membuat beralih memilih produk kerupuk merek lainnya.

1.3. Pembatasan Masalah

Supaya penelitian lebih jelas dan terarah sesuai dengan tujuan penelitian dan ruang lingkup yang akan dibahas, maka penulis melakukan pembatasan masalah sebagai berikut :

1. Peneliti hanya melakukan penelitian terhadap kerupuk yang mengalami penurunan rata-rata penjualan yang paling besar saja, yaitu Sumur Sari Bawang (SSBW) sebesar 18.6 %.
2. Tidak mengukur motivasi *salesman* dalam memasarkan kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW).
3. Tidak mengukur persediaan dan pengendalian bahan baku kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW), yaitu tepung tapioka.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas maka dapat dirumuskan beberapa masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut pembeli dari pedagang grosir terhadap produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW)?
2. Bagaimana tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut pedagang grosir terhadap produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW)?
3. Faktor-faktor mana saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW) dibandingkan dengan merek kerupuk bawang lainnya menurut pedagang grosir?
4. Bagaimana *segmentation, targeting, dan positioning* PD. Sumur Sari?
5. Bagaimana usulan perbaikan yang tepat untuk perusahaan PD. Sumur Sari sehingga dapat meningkatkan penjualan produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW)?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Dapat mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut pembeli dari pedagang grosir terhadap produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW).
2. Dapat mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat kinerja menurut pedagang grosir terhadap produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW).
3. Dapat mengetahui faktor-faktor yang menjadi kelebihan dan kelemahan produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW) dibandingkan dengan merek kerupuk bawang lainnya menurut pedagang grosir.
4. Dapat menentukan *segmentation, targeting, dan positioning* PD. Sumur Sari dari hasil penelitian terhadap pembeli dari pedagang grosir.
5. Dapat memberikan usulan perbaikan yang tepat untuk perusahaan PD. Sumur Sari sehingga dapat meningkatkan penjualan produk kerupuk Sumur Sari Bawang (SSBW).

1.6. Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan penelitian ini sistematika penulisan yang digunakan adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisikan uraian latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang digunakan dalam penelitian yang berhubungan dengan pokok permasalahan dan menjadi landasan dalam pemecahan masalah dapat berupa rumus-rumus dan definisi yang digunakan dalam pengembangan model penelitian.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi langkah-langkah dalam penelitian yang dilakukan dimana tahap awal proses penelitian masalah, identifikasi variabel-variabel penelitian, teknik dan alat pengumpulan data-data yang diperlukan, teknik dan alat pengolahan data yang digunakan, analisis sampai perancangan usulan strategi dan kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi data-data yang didapat dari hasil pengamatan ke perusahaan dan dari hasil kuesioner serta deskripsi sistem perusahaan yang sedang berjalan.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi seluruh pengolahan data dan analisis yang dilakukan untuk penyelesaian persoalan dari hasil pengumpulan data dengan teori yang ada untuk merancang suatu perencanaan dan langkah-langkah strategis usulan pemasaran untuk pengembangan perusahaan dimasa yang akan datang.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan dari dan saran-saran yang dihasilkan dari hasil pengolahan data dan analisis yang dilakukan dalam penelitian ini.