

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan manusia saat ini berkembang dengan pesat, semakin berkembangnya jumlah manusia semakin banyak juga permintaan akan kebutuhan pokok. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya orang yang menjual kebutuhan pokok dimulai dari warung, grosir, pasar tradisional, supermarket sampai hypermarket. Supermarket merupakan sebuah toko yang menjual macam-macam barang dari tissue, cemilan, sabun, sayuran, beras, dan lain-lain. Supermarket menjadi sebuah tempat berbelanja yang lengkap dan nyaman untuk berbelanja.

Yogya supermarket merupakan salah satu supermarket yang sudah tersebar di beberapa kota. Yogya supermarket menjual berbagai macam produk, disamping itu Yogya supermarket menjual produk seperti tissue, kapas, beras, gula, dan lain-lain dengan pengemasan menggunakan *Brand* yogya, produk dari *Brand* yogya tersebut dibagi menjadi 2 merk yaitu merk “Pasti Hemat” dan merk “YOA”. Produk dengan merk “Pasti Hemat” diproduksi oleh industri rumah tangga, sedangkan “YOA” diproduksi oleh perusahaan besar.

Berdasarkan wawancara kepada manajer pemasaran produk merk YOA di kota Bandung didapat hasil, produk merk YOA tersebut sudah ada sejak 2001 dan terus berkembang hingga saat ini, sekarang produk tersebut telah berkembang hingga terdapat 29 jenis produk. Salah satunya adalah beras dimana penjualan beras dimulai pada tahun 2005 hingga saat ini.

Pada tahun 2006 terdapat beberapa masalah yang dialami oleh perusahaan Yogya yang salah satunya adalah menurunnya penjualan produk merk YOA. Penurunan penjualan sangat terlihat pada merk YOA untuk produk beras, dimulai dari tahun 2009 terjadi penurunan secara terus menerus, sampai saat ini telah mengalami total penurunan penjualan sekitar 47%.

Berdasarkan masalah tersebut kemudian dilakukan survey mengenai merek YOA, sehingga didapat hasil bahwa konsumen mengetahui produk merek YOA sebanyak 43%, konsumen yang pernah membeli produk YOA sebesar 60%, konsumen yang mengetahui jenis-jenis produk YOA sebanyak 67%, konsumen yang memilih produk YOA dibandingkan dengan merek lain sebesar 35%. Jika masalah ini diabaikan maka merek YOA untuk produk beras akan terjadi penurunan terus menerus dan masalah ini dapat mungkin terjadi kepada produk-produk YOA lainnya.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner pendahuluan didapat bahwa hal-hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat masalah-masalah pada merek YOA untuk produk beras, masalah-masalah tersebut mungkin dapat ditimbulkan dari beberapa faktor antara lain:

1. Strategi pemasaran yang kurang baik
2. Terdapat banyak persaingan beras yang ada disupermarket
3. Penempatan beras YOA kurang baik sehingga tidak terlihat oleh konsumen
4. Kemasan beras YOA tidak menarik
5. Konsumen banyak yang tidak mengetahui merek YOA untuk beras
6. Kurangnya informasi mengenai produk-produk YOA
7. Kurangnya ketertarikan konsumen akan merek YOA untuk beras
8. Kurangnya kepuasan konsumen akan merek YOA untuk beras
9. Kurangnya loyalitas konsumen terhadap merek YOA untuk beras
10. Kurangnya kepercayaan terhadap merek YOA untuk beras
11. Kurangnya minat beli konsumen terhadap merek YOA untuk beras
12. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh Yogya

### 1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi

#### 1.3.1 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yang diberikan dalam melakukan penelitian ini adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan untuk penjualan merek YOA untuk produk beras di Supermarket Yogya dan Griya daerah kota Bandung yang mengalami penurunan yang tinggi.
2. Penelitian tidak membahas mengenai persaingan secara mendalam.

#### 1.3.2 Asumsi

Asumsi yang diberikan pada penelitian ini adalah:

1. Harga beras pada saat penelitian dalam keadaan stabil

### 1.4 Perumusan Masalah

Berikut adalah perumusan masalah yang penulis rumuskan berdasarkan hasil pengidentifikasian masalah:

1. Bagaimana kondisi kemenonjolan (*salance*) merek YOA untuk produk beras?
2. Bagaimana kondisi citra (*Image*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras?
3. Bagaimana kondisi perasaan (*feeling*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras?
4. Bagaimana perbandingan antara performansi dan kepentingan merek YOA untuk produk beras?
5. Bagaimana kondisi keputusan (*judgment*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras?
6. Bagaimana hubungan antara membangun keselarasan (*resonance*) merek terhadap minat beli konsumen?
7. Bagaimana usulan strategi untuk meningkatkan kemenonjolan (*saliance*) pada merek YOA untuk produk beras?
8. Bagaimana usulan strategi untuk meningkatkan citra (*Image*) pada merek YOA untuk produk beras?

9. Bagaimana usulan strategi untuk meningkatkan perasaan (*feeling*) pada merek YOA untuk produk beras?
10. Bagaimana usulan untuk memperbaiki performansi merek YOA untuk produk beras?
11. Bagaimana usulan untuk memperbaiki keputusan (*judgment*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras?
12. Bagaimana usulan untuk meningkatkan hubungan antara membangun keselarasan (*resonance*) merek terhadap minat beli konsumen?
13. Bagaimana usulan segmentasi, target, dan posisi merek YOA untuk produk beras?
14. Bagaimana usulan strategi yang diperlukan oleh merek YOA untuk produk beras untuk dapat membangun posisi *brandnya* di pasaran?

### 1.5 Tujuan Penelitian

Berikut adalah tujuan penelitian tugas akhir ini:

1. Mengetahui kondisi kemenonjolan (*salance*) merek YOA untuk produk beras.
2. Mengetahui kondisi citra (*Image*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras.
3. Mengetahui kondisi perasaan (*feeling*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras.
4. Mengetahui perbandingan antara performansi dan kepentingan merek YOA untuk produk beras.
5. Mengetahui kondisi keputusan (*judgment*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras.
6. Mengetahui hubungan antara membangun keselarasan (*resonance*) merek terhadap minat beli konsumen.
7. Memberikan usulan strategi untuk meningkatkan kemenonjolan (*saliance*) pada merek YOA untuk produk beras.
8. Memberikan usulan strategi untuk meningkatkan citra (*Image*) pada merek YOA untuk produk beras.

9. Memberikan usulan strategi untuk meningkatkan perasaan (*feeling*) pada merek YOA untuk produk beras.
10. Memberikan usulan untuk memperbaiki performansi merek YOA untuk produk beras.
11. Memberikan usulan untuk memperbaiki keputusan (*judgment*) konsumen pada merek YOA untuk produk beras.
12. Memberikan usulan untuk meningkatkan hubungan antara membangun keselarasan (*resonance*) merek terhadap minat beli konsumen.
13. Memberikan usulan segmentasi, target, dan posisi merek YOA untuk produk beras.
14. Memberikan usulan strategi yang diperlukan oleh merek YOA untuk produk beras untuk dapat membangun posisi *brandnya* di pasaran.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Berikut adalah urutan dan tahapan dalam penulisan tugas akhir ini:

#### **Bab 1 Pendahuluan**

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

#### **Bab 2 Studi Pustaka**

Berisikan landasan teori apa sajakah yang melandasi penulisan tugas akhir ini.

#### **Bab 3 Metodologi Penelitian**

Berisi langkah-langkah yang dilakukan dalam penulisan tugas akhir ini.

#### **Bab 4 Pengumpulan Data**

Berisikan data-data yang penulis dapatkan dari hasil wawancara, data sekunder, hasil penyebaran kuesioner, dan pengamatan.

**Bab 5 Pengolahan Data dan Analisis**

Berisikan hasil-hasil pengolahan data yang didapat disertai dengan analisis hasil-hasil pengolahan tersebut.

**Bab 6 Kesimpulan dan Saran**

Berisikan kesimpulan yang didapat untuk menjawab perumusan masalah yang ada dan disertai dengan saran untuk membantu perusahaan.