

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahan bakar sering digunakan manusia untuk kepentingan bahkan kelangsungan hidup, seperti untuk bahan bakar kendaraan bermotor, mesin-mesin pabrik, dll. Bahan bakar minyak seperti premium, solar, pertamax, minyak tanah merupakan hal yang selalu dipermasalahkan di Indonesia karena harga yang terus naik yang akan memberikan dampak kepada harga pangan bahan pokok. Kondisi ini membuat banyak orang untuk berpikir menciptakan suatu sumber daya yang baru. Sumber daya yang dimaksud adalah sumber daya energi alternatif yang dibuat dari bahan nabati atau biasa disebut dengan Etanol. Etanol sendiri ialah bahan bakar yang terbuat dari singkong yang menghasilkan nilai oktan 115. Dengan hadirnya energi alternatif ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat Indonesia bahkan dunia.

PT. WATS (PT. Wahana Abdi Tirtatehnika Sejati) didirikan pada tahun 1979, merupakan suatu badan usaha yang awal mulanya bergerak di bidang fabrikasi peralatan rumah tangga yang terbuat dari bahan *fiberglass* dan *water treatment*. PT. WATS mengembangkan diri dalam bidang investasi, kerjasama dengan PDAM di beberapa wilayah Indonesia, konstruksi, bejana tekan, dll. PT.WATS juga pelopor pembuatan mesin-mesin air kemasan sejak tahun 1985. Mulai tahun 2005, PT.WATS memasuki bidang energi masa depan dengan memproduksi bahan bakar minyak alternatif yang ramah lingkungan seperti: *Biodiesel* dan Etanol. Perusahaan ini mengembangkan produksi Etanolnya dengan membuat produk bernama *Power Max Fuel*. Produk ini terbuat dari bahan nabati yang ramah lingkungan dan memiliki nilai oktan yang tinggi sebesar 115. Tentu angka oktan ini lebih tinggi dari premium yang hanya 88. Produk ini dibuat bertujuan untuk memberi nilai tambahan oktan pada bahan bakar premium sehingga nilai oktan menjadi lebih tinggi. Nilai oktan semakin tinggi akan memberikan dampak positif karena bahan bakar akan lebih mudah terbakar

didalam mesin sehingga memberikan pembakaran yang sempurna. pembakaran yang sempurna tentu memberikan hasil positif bagi mesin, misalkan mesin lebih bersih karena tidak adanya sisa hasil pembakaran dan berujung pada peningkatan kehematan bahan bakar. Mengingat bahan bakar minyak beroktan tinggi seperti pertamax dan pertamax plus ini harganya terus melambung, konsumen dapat menggunakan produk ini untuk mendapatkan bahan bakar yang sama kualitasnya dengan pertamax (oktan 92) bahkan pertamax plus (oktan 95) namun dengan perbandingan harga yang lebih murah. Penggunaan produk ini hanyalah mencampurkan 10-15% ke premium dengan kata lain produk ini ialah produk *additive*.

Saat ini, produk tersebut hanya dijual di kota Jakarta. Rencana yang ingin perusahaan lakukan ialah mengenalkan produk ini sampai ke seluruh wilayah Indonesia. Salah satu kota yang dituju adalah kota Bandung. Kota Bandung dirasa memiliki pasar yang cukup baik mengingat pertumbuhan ekonomi yang pesat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah kendaraan yang semakin meningkat. Kemacetan di jalan raya kerap terjadi karena volume kendaraan yang semakin meningkat dan akan berdampak juga terhadap konsumsi bahan bakar kendaraan. Mengingat produk ini baru dan belum pernah melakukan penjualan, perusahaan ingin mengenalkan produk ini kepada masyarakat di Bandung. Maka dari itu, perusahaan perlu strategi pemasaran yang tepat untuk melakukan penjualan produk tersebut di Bandung. Di Bandung sudah banyak produk *additive* yang beredar dipasaran, tentu dengan keunggulan yang dimiliki dari masing-masing produk. Masalah yang sering dialami produk *additive* adalah kurangnya minat masyarakat untuk menggunakan produk tersebut karena butuh biaya lebih untuk membeli produk dan masyarakat masih banyak yang kurang percaya terhadap manfaat produk *additive*. Tujuan utama dari perusahaan ini tentu dengan harapan meningkatkan penjualan perusahaan dan berujung pada peningkatan pendapatan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diungkapkan diatas maka didapatkan hal-hal pokok yang menyebabkan terjadinya masalah dalam PT. WATS, antara lain:

1. Perusahaan belum mengetahui strategi pemasaran yang cocok untuk dilakukan di kota Bandung.
2. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen di kota Bandung dalam hal produk *additive* bahan bakar.
3. Perusahaan belum mengetahui apakah konsumen Bandung akan menerima produk tersebut.
4. Masih banyak masyarakat kota Bandung yang belum mengetahui tentang *additive* peningkat nilai oktan.
5. Banyak *additive* jenis lain bagi kendaraan yang sudah dijual di Bandung seperti merek STP, TOP1, Prestone, dan Penzoil sehingga persaingan antara produk-produk *additive* semakin ketat.
6. Adanya kebijakan pemerintah mengenai pembatasan bahan bakar premium bersubsidi yang akan berdampak terhadap penurunan pembeli.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam melakukan penelitian mengenai tugas akhir maka dianggap perlu untuk melakukan pembatasan masalah mengingat luasnya cakupan dari strategi pemasaran dengan tujuan agar lebih terfokus dalam mengetahui inti permasalahan. Pembatasan masalah ini merupakan masalah-masalah yang timbul namun tidak dibahas dalam penelitan ini. Dan masalah yang tidak dibahas adalah sebagai berikut:

1. Banyak *additive* jenis lain bagi kendaraan yang sudah dijual di Bandung seperti merek STP, TOP1, Prestone, dan Penzoil sehingga persaingan antara produk-produk *additive* semakin ketat.

2. Adanya kebijakan pemerintah mengenai pembatasan bahan bakar premium bersubsidi yang akan berdampak terhadap penurunan pembeli.

1.4 Perumusan Masalah

Setelah mengidentifikasi dan membatasi masalah yang akan diteliti, maka langkah selanjutnya yang harus dilakukan adalah merumuskan masalah yang akan diteliti secara spesifik. Permasalahan tersebut adalah:

1. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen di Jakarta dan Bandung yang sudah pernah menggunakan produk ini?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen di Jakarta dan Bandung yang sudah pernah menggunakan produk ini?
3. Bagaimana minat konsumen di kota Bandung tentang *additive* bahan bakar bagi kendaraan?
4. Bagaimana usulan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang perlu dilakukan terhadap produk *Power Max Fuel* di Bandung?
5. Bagaimana usulan strategi bauran pemasaran tahap pengenalan untuk produk *Power Max Fuel* di Bandung?

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang ingin diteliti, maka tujuan penelitian, antara lain:

1. Mengetahui tingkat kepentingan konsumen di Jakarta dan Bandung yang sudah pernah menggunakan produk ini.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen di Jakarta dan Bandung yang sudah pernah menggunakan produk ini.
3. Mengetahui minat konsumen di kota Bandung tentang *additive* bahan bakar bagi kendaraan.
4. Mengetahui usulan *Segmentation, Targeting, dan Positioning* yang perlu dilakukan terhadap produk *Power Max Fuel* di Bandung.

5. Mengetahui usulan strategi bauran pemasaran tahap pengenalan untuk produk *Power Max Fuel* di Bandung.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini ditujukan untuk memberikan gambaran secara jelas. Sistematika penulisan tugas akhir sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi teori-teori yang digunakan untuk menguatkan masalah yang diteliti, agar penelitian memperoleh hasil yang cukup kuat berdasarkan teori-teori yang digunakan.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi dari apa data-data yang didapat dan cara-cara apa yang digunakan untuk mendapatkan data-data. Langkah-langkah tersebut ditampilkan dalam bentuk *flowchart* yang disertai dengan penjelasan untuk masing-masing langkah.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Berisi tentang pengumpulan data-data termasuk data umum perusahaan, hasil wawancara dengan pihak perusahaan serta hasil kuesioner.

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Berisi data-data yang telah diolah dan kemudian dianalisis sehingga mendapatkan hubungan antara teori dengan hasil pengolahan data yang menggunakan metode-metode tersebut.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Berisi kesimpulan-kesimpulan yang didapat dari analisis sehingga diperoleh jawaban dari permasalahan yang ada dan dapat memberikan saran perbaikan bagi perusahaan.