

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Seiring dengan berkembangnya jaman, tak terasa kebutuhan manusia juga semakin berkembang dan menjadi semakin banyak sehingga dengan adanya kebutuhan yang semakin banyak, manusiapun dituntut untuk lebih keras dalam mencari uang.

Dunia usaha yang semula tidak terlalu dilirik oleh orang, dengan adanya perkembangan ini, orang-orang mulai tertarik untuk ikut terlibat dan bahkan berlomba-lomba untuk memajukan bisnis mereka masing-masing. Dunia usaha yang terus berkembang ini membawa para pelaku usaha ke persaingan yang ketat untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya. Dengan adanya persaingan yang ketat ini, maka perusahaan dituntut untuk melakukan yang terbaik bagi konsumen sehingga nantinya konsumen akan menentukan pilihannya diantara sekian banyak perusahaan dengan produk sejenis.

Perusahaan yang berhasil tidak hanya diukur dari banyaknya konsumen yang didapat tetapi juga diukur dari bagaimana mempertahankan konsumen sehingga konsumen tersebut tidak hanya membeli produk sekali saja tetapi melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen yang loyal apalagi bila produk yang ditawarkan adalah produk yang sifat pemakaiannya sehari-hari sebagai contoh adalah produk kecap yang digunakan para ibu rumah tangga untuk memasak.

Dalam diri konsumen, terdapat istilah yang dinamakan loyalitas konsumen, yaitu saat konsumen memakai suatu produk dan merasakan adanya kecocokan dengan produk tersebut maka konsumen tersebut akan terus memakainya. Salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen adalah bagaimana perusahaan memberikan strategi pemasaran

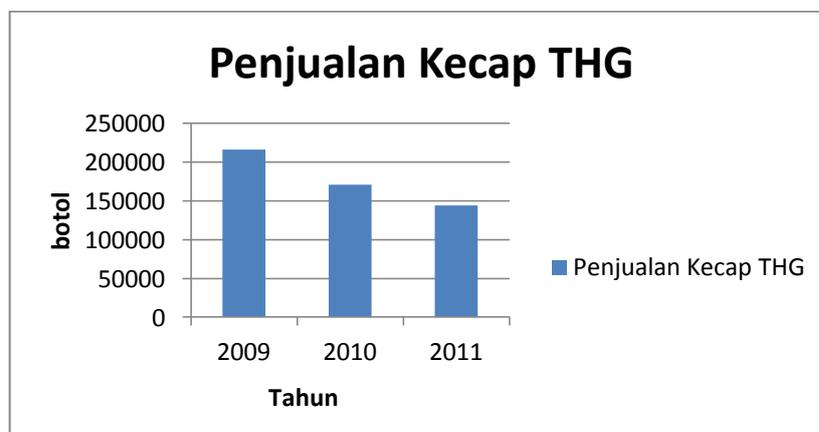
yang tepat untuk menjaring konsumen dan mempertahankan kesetiaan konsumen.

Pabrik THG merupakan sebuah pabrik kecap yang telah berdiri sejak tahun 1930. Pada awalnya, pabrik THG hanyalah sebuah industri rumahan dengan hanya 2 orang pegawai, selain itu cara pendistribusiannya dilakukan dengan menggunakan sepeda, mengirimkan barang ke konsumen. Pada tahun 1990 terjadi peningkatan pesat dalam penjualan kecap, konsumen berdatangan untuk mengambil kecap di pabrik. Pada tahun 2004 hingga sekarang, pabrik THG dikelola oleh generasi kedua. Cara distribusi Pabrik THG sekarang, yaitu :

1. Konsumen memesan lewat telepon kemudian diantar.
2. Konsumen datang ke pabrik untuk mengambil kecap.
3. Dijual ke pasar yang ada di Kota Kudus.

Kota-kota yang menjadi tempat distribusi pabrik THG selain Kudus, yaitu Semarang, Jepara. Selain kota-kota tersebut, Pabrik THG juga menerima pesanan dari beberapa rumah makan di Surabaya, Jogjakarta, dan Jakarta.

Masalah utama yang dihadapi oleh Pabrik THG yaitu terjadi kecenderungan penurunan penjualan sebesar  $\pm 30\%$  sejak tahun 2009, dimana pada tahun 2009 penjualan berkisar 600 botol perhari, sedangkan pada tahun 2011, penjualan botol berkisar 400 perhari. Berikut adalah grafik penjualan pabrik THG dari tahun 2009-2011 :



Gambar 1.1  
Grafik Penjualan Kecap THG dari Tahun 2009-2011

Penurunan penjualan ini berhubungan erat dengan pindahnya konsumen ke merek lain. Bila penurunan penjualan terus terjadi, maka hal ini merupakan ancaman yang serius bagi Pabrik THG.

## 1.2 IDENTIFIKASI MASALAH

Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara yang dilakukan, ada beberapa masalah yang dihadapi oleh pabrik THG yang menyebabkan penjualan pabrik THG turun, antara lain :

1. Perusahaan tidak tahu secara pasti apa yang menjadi kepentingan konsumen.
2. Konsumen tidak puas dengan kualitas yang diberikan oleh kecap produksi pabrik THG (dari segi rasa, kemasan, lokasi distribusi, dan pelayanan dari pihak perusahaan).
3. Loyalitas konsumen menurun.
4. Perusahaan tidak melakukan *segmentation, targeting, dan positioning* dengan baik.
5. Perusahaan kalah dalam persaingan semenjak munculnya merek-merek baru yang ada di pasaran.
6. Daya beli konsumen menurun.
7. Terjadinya kenaikan harga barang kebutuhan pokok.

## 1.3 PEMBATASAN MASALAH

Karena keterbatasan tenaga, waktu, dan biaya, maka penulis membatasi masalah dalam hal berikut ini :

1. Masalah yang berkaitan dengan persaingan, penurunan daya beli konsumen dan kenaikan harga barang tidak penulis bahas dalam penelitian ini. Persaingan tidak penulis bahas secara langsung, tetapi tetap menjadi pertimbangan dalam memberikan usulan.

Asumsi :

1. Penelitian hanya akan dilakukan untuk penjualan kecap di Kota Kudus saja.

#### **1.4 PERUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dapat dirumuskan beberapa rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tingkat kepentingan konsumen terhadap variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran pabrik THG ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kecap produksi pabrik THG ?
3. Bagaimana Segmentasi, Targeting, dan Positioning yang harus dilakukan Pabrik THG ?
4. Apakah ada hubungan antara strategi bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan oleh pabrik THG ?
5. Bagaimana strategi bauran pemasaran yang baik yang seharusnya dilakukan oleh pabrik THG ?

#### **1.5 TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan yang ingin dicapai penulis dengan melakukan penelitian ini antara lain :

1. Mengetahui tingkat kepentingan konsumen terhadap variabel-variabel yang ada dalam bauran pemasaran.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kecap produksi pabrik THG.
3. Mengetahui Segmentasi, Targeting, dan Positioning yang harus dilakukan Pabrik THG.
4. Mengetahui hubungan antara strategi bauran pemasaran terhadap loyalitas konsumen dalam membeli produk kecap yang dihasilkan oleh pabrik THG.
5. Mengetahui strategi bauran pemasaran yang sebaiknya dilakukan oleh pabrik THG dalam menjaga loyalitas konsumen.

## 1.6 SISTEMATIKA PENULISAN

Sistematika penulisan dapat membantu para pembaca untuk mengetahui langkah-langkah penulisan beserta ringkasan isi laporan untuk setiap bab yang terdiri dari :

### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang latar belakang masalah mengenai dilakukannya penelitian, identifikasi masalah merupakan permasalahan yang ada dalam perusahaan tersebut, pembatasan menguraikan batasan-batasan masalah atau ruang lingkup dalam pengamatan tidak menyimpang. Perumusan masalah mencakup pertanyaan-pertanyaan yang nanti akan dapat dijawab setelah melakukan pengamatan dan mengolah data hasil pengamatan tersebut. Tujuan penelitian berisi tentang tujuan apa yang ingin kita capai dalam melakukan praktikum ini. Sistematika penulisan berisi tentang rangkuman isi yang ada dalam setiap bab.

### BAB 2 STUDI PUSTAKA

Studi pustaka adalah, teori-teori yang relevan yang dapat digunakan untuk menjelaskan variabel yang akan diteliti, serta sebagai dasar untuk memberi jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang diajukan.

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi tentang langkah-langkah yang dilakukan peneliti dari sebelum melakukan pengamatan sampai selesai melakukan penelitian.

#### BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Bab ini berisi tentang pengumpulan data-data penelitian yang diperoleh dari data perusahaan dan hasil penyebaran kuesioner.

#### BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Bab ini berisi tentang pengolahan data dari hasil pembagian kuesioner ke pelanggan dan analisis hasil pengolahan data yang diperoleh.

#### BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan adalah poin-poin penting dari perumusan masalah yang dirangkum kembali, sedangkan saran adalah usulan peneliti untuk Pabrik THG setelah dilakukan penelitian.