BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Korek api merupakan alat untuk membuat api yang biasanya dipakai untuk menyalakan kompor dan rokok. Korek api dijual bebas di toko-toko dalam bentuk paket sekotak korek api yang terdiri dari batang kayu yang salah satu ujungnya ditutupi dengan suatu bahan yang umumnya fosfor yang akan menghasilkan nyala api ketika digesekkan terhadap satu permukaan khusus.

PT. JAMAFAC memproduksi korek api 3 Durian sejak tahun 1949 hingga sekarang ini, perusahaan ini memiliki 2 pabrik di Indonesia, yang terletak di Jakarta dan Bandung, daerah pemasarannya yaitu Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, DKI, luar pulau dan export yang signifikan mengalami penurunan yaitu di DKI.

Sejak tahun 2003 setiap tahunnya kedua pabrik PT.JAMAFAC mengalami penurunan penjualan rata-rata/tahun sekitar 7 %, bahkan di akhir tahun 2010 PT.JAMAFAC menutup pabriknya yang berada di Jakarta.

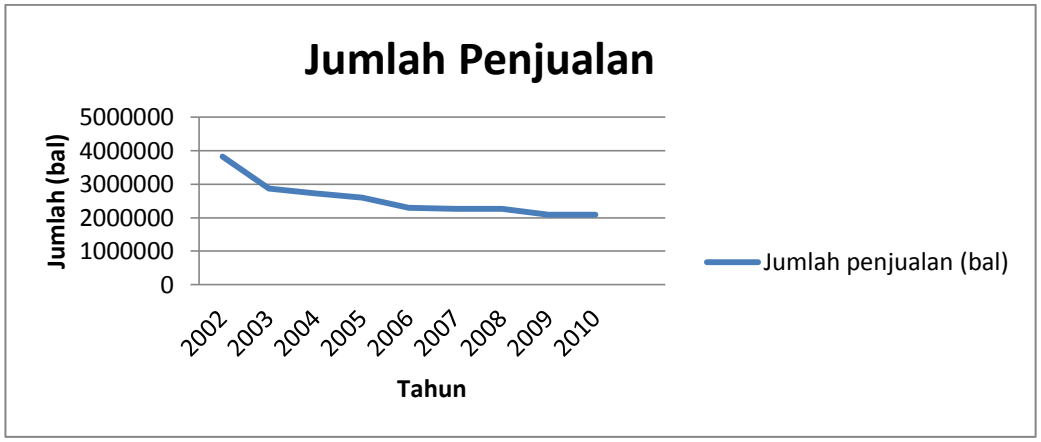
Data-data tentang penjualan dan daerah pemasaran dapat di lihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 1.1
Jumlah Penjualan

Tahun	Jumlah Produksi		Penurunan /tahun		Penurunan/tahun (%)	
2002	3820000	bal	-	bal	-	bal
2003	2865000	bal	-955000	bal	-25,000%	bal
2004	2731455	bal	-133545	bal	-4,661%	bal
2005	2590700	bal	-140755	bal	-5,153%	bal
2006	2292100	bal	-298600	bal	-11,526%	bal
2007	2265500	bal	-26600	bal	-1,161%	bal
2008	2261000	bal	-4500	bal	-0,199%	bal
2009	2081200	bal	-179800	bal	-7,952%	bal
2010	2090600	bal	9400	bal	0,452%	bal
rata-rata			-1422806	bal	7,000%	bal

Keterangan : 1 bal= 600 kotak kecil.

Dari tabel penjualan dapat dilihat bahwa penjualan korek api 3 Durian mengalami penurunan setiap tahunnya dengan rata-rata 7%/ tahun.



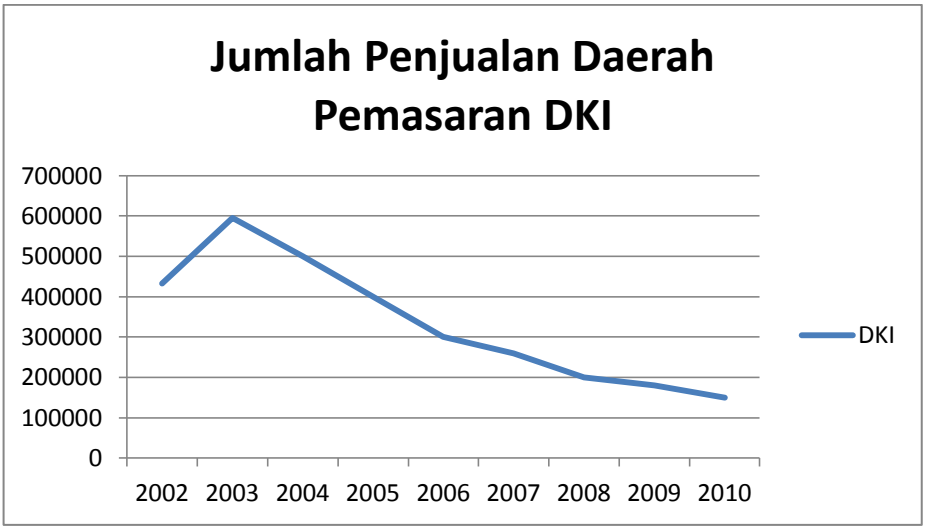
Gambar 1.1
Grafik Jumlah Penjualan

Grafik jumlah penjualan menunjukan penurunan penjualan korek api 3 Durian dari tahun 2002 -2010 .

Tabel 1.2
Tabel Penjualan(daerah pemasaran)

Tahun	DKI	
2002	432000	bal
2003	595000	bal
2004	500000	bal
2005	400000	bal
2006	300000	bal
2007	260000	bal
2008	200000	bal
2009	180000	bal
2010	150000	bal
rata-rata	335222	bal

Tabel penjualan (daerah pemasaran) menujukan banyaknya penjualan korek api 3 Durian di DKI JAKARTA.



Gambar 1.2
Grafik jumlah penjualan(daerah pemasaran)

Keterangan : 1 bal= 600 kotak kecil.

Pada grafik jumlah penjualan (daerah pemasaran) menunjukan adanya penurunan penjualan korek api 3 Durian di DKI JAKARTA.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, beberapa kemungkinan faktor penyebabnya yaitu :

1. Adanya ketidakpuasan konsumen terhadap kualitas produk korek api 3 Durian.
2. Strategi pemasaran yang kurang tepat ke konsumen.
3. Adanya pesaing korek api 3 Durian.
4. Distribusi korek api 3 Durian yang kurang baik.
5. Tidak adanya variasi kemasan.
6. Segmentasi, positioning, dan targeting korek api 3 Durian belum tepat.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini, perlu adanya pembatasan ruang lingkup yang dibahas agar penulisan tidak menyimpang. Hal-hal yang tidak dibahas secara mendalam pada penelitian ini adalah:

1. Pesaing korek api 3 Durian.
2. Proses pengendalian kualitas korek api 3 Durian.
3. Sistem distribusi korek api 3 Durian.
4. Proses perancangan korek api 3 Durian termasuk variasi kemasan.

1.4 Perumusan Masalah

Dari latar belakang dan identifikasi masalah, maka berikut adalah perumusan-perumusan masalah :

1. Bagaimana tingkat kepentingan dan performansi dari konsumen korek api 3 Durian?
2. Bagaimana segmentasi, positioning, dan targeting korek api 3 Durian?
3. Bagaimana usulan strategi pemasaran untuk korek api 3 Durian?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui tingkat kepentingan dan peformansi dari konsumen korek api 3 Durian.
2. Mengetahui segmentasi, *targetting*, dan *positioning* korek api 3 Durian
3. Memberikan usulan strategi pemasaran untuk korek api 3 Durian agar dapat bertahan.

1.6 Sistematika Penulisan

Langkah-langkah sistematis dalam menyusun laporan ini yaitu:

BAB 1 PENDAHULUAN

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

BAB 2 LANDASAN TEORI

Berisi tentang teori-teori yang berhubungan dengan penelitian, yaitu segmentasi, *targeting, positioning, marketing mixed*, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji hipotesis ketidakpuasan, matriks IPA.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab 3 Metodologi Penelitian ini merupakan langkah-langkah yang dilakukan penulis dalam melakukan penelitian untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi yang dituliskan dalam bentuk *flowchart*.

BAB 4 PENGOLAHAN DATA

Berisi tentang pengolahan data dan analisis, mulai dari persentase segmentasi, uji validitas dan reliabilitas, Uji Hipotesis Ketidakpuasan, matriks IPA.

BAB 5 ANALISIS DAN USULAN

Bab 5 Analisis dan Usulan berisi tentang analisis terhadap hasil penelitian yang diperoleh kemudian membandingkan dengan teori yang ada serta memberikan usulan strategi pemasaran untuk PT. JAMAFAC.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab 6 Kesimpulan dan Saran berisi ringkasan dari seluruh penelitian dan merupakan kesimpulan jawaban dari perumusan masalah. Selain itu juga diberikan saran-saran kepada pihak perusahaan yang berguna untuk bertahan.