

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan usaha, sekarang ini strategi dalam pemasaran sangat penting agar usaha yang dijalankan dapat lebih berkembang. Agar strategi berjalan sesuai dengan yang diharapkan, langkah yang sangat penting untuk dilakukan adalah mengetahui apa yang diinginkan konsumen berkenaan dengan produk dan jasa serta kinerja dan kualitas dalam melakukan pelayanan supaya dapat meningkatkan keunggulan bersaing. Perusahaan dapat dikatakan berkembang lebih baik jika produk dan jasa yang ditawarkan mendapatkan respon yang positif dari konsumen. Oleh sebab itu, untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen perusahaan harus mampu memberikan pelayanan yang berkualitas sehingga konsumen merasa tertarik untuk menggunakan produk serta jasa yang ditawarkan. Dengan perkembangan teknologi yang semakin cepat maka akan muncul permintaan konsumen yang beragam dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Salah satu cara konsumen mendapatkan informasi adalah dengan penggunaan media cetak. Keadaan ini membuka peluang usaha bagi usahawan untuk mengembangkan bisnis dalam bidang percetakan.

Dalam industri percetakan, membutuhkan bahan baku berupa tinta baik kertas, kaleng ataupun plastik. Oleh karena itu perusahaan percetakan harus mendapatkan bahan baku yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Pada jenis tinta ada berbagai macam kualitas yang disediakan, percetakan harus dapat mengetahui jenis tinta yang akan digunakan untuk produksinya.

PD Warna Harapan terletak di jalan Srigunting no 7 Semarang merupakan perusahaan *supplier* tinta berdiri sejak 1972. PD Warna Harapan merupakan perusahaan distributor untuk percetakan dan toko-toko yang menjual tinta untuk wilayah Jawa Tengah. PD Warna Harapan menjual tinta dengan merk DIC (*Dainippon Ink Chemicals*) dimana produk berasal dan

diproduksi di Jepang, sedangkan untuk kantor pusat di Indonesia terletak di Jakarta dan PD Warna Harapan merupakan satu-satunya distributor tinta DIC untuk wilayah Jawa Tengah.

Produk yang dijual oleh PD Warna Harapan antara lain tinta khusus kertas, tinta khusus plastik dan tinta khusus kaleng sedangkan untuk konsumen yang banyak melakukan pemesanan berasal dari percetakan dan ada juga dari toko-toko yang menjual produk percetakan. Dalam memasarkan produk di kawasan Jawa Tengah, PD Warna Harapan melakukan promosi sesuai dengan kebutuhan perusahaan sedangkan dalam menentukan harga yang ditawarkan, perusahaan mengikuti dari harga produksi yang dikeluarkan dan ditentukan oleh kantor pusat yang terletak di Jakarta.

Berdasarkan wawancara awal kepada bagian *marketing* perusahaan, diketahui masalah yang terjadi adalah penjualan tinta semakin menurun khususnya untuk produk tinta kertas yang mengalami penurunan sebesar 2% setiap tahunnya. Berikut adalah data yang penurunan yang dihadapi perusahaan:

**Tabel 1.1**  
**Penjualan Tinta PD Warna Harapan**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Tinta Kertas</b>	4,250,000,000	4,165,000,000	4,081,700,000	4,040,883,000	3,980,269,755	3,900,664,360
<b>Tinta Kaleng</b>	1,575,000,000	1,496,250,000	1,481,287,500	1,333,158,750	1,466,474,625	1,539,798,356
<b>Tinta Plastik</b>	1,850,500,000	2,220,600,000	1,887,510,000	1,840,322,250	1,748,306,138	1,739,564,607

## 1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan dari penelitian pendahuluan yang dilakukan, maka dapat diketahui beberapa faktor penyebab masalah yang ada pada PD warna Harapan, yaitu:

1. Strategi pemasaran PD Warna Harapan yang dilakukan kurang tepat.
2. Kurang mengetahui hal-hal yang dianggap penting oleh konsumen (percetakan dan toko) dari *supplier* tinta.

3. Perusahaan kurang mengetahui kekuatan dan kelemahan yang ada dan kurang dapat memanfaatkan peluang serta kurang kritis dalam menanggapi ancaman yang datang.
4. Kurang mengetahui karakteristik konsumen (percetakan dan toko) yang menggunakan jasa PD Warna Harapan.
5. Perusahaan belum menentukan segmentasi, *targeting*, dan *positioning* secara tepat.
6. Terdapat pesaing lain yang menjalankan usaha di bidang yang serupa dengan PD Warna Harapan (*supplier* tinta).
7. Ketidakpuasan konsumen (percetakan dan toko) terhadap produk dan atau jasa yang ditawarkan oleh PD Warna Harapan.
8. Sistem informasi perusahaan yang kurang baik sehingga terjadi *miss communication* tentang persediaan barang di gudang yang berakibat konsumen menunggu untuk pengiriman barang yang telah dipesan.
9. Daya beli konsumen (percetakan) di daerah tertentu yang semakin menurun.

### 1.3 Pembatasan Masalah

Pada bagian ini, peneliti melakukan pembatasan masalah dengan tujuan agar masalah yang akan dibahas tidak luas dan dapat dibahas secara mendalam. Oleh karena itu batasan masalah yang dibuat adalah :

1. Tidak membahas pesaing yang bergerak dalam bidang yang sama dengan PD Warna Harapan.
2. Konsumen yang diteliti hanya yang berada di Jawa Tengah seperti percetakan dan toko yang menjual alat-alat untuk percetakan.
3. Tidak membahas secara mendalam sistem informasi yang ada di perusahaan.
4. Tidak membahas penurunan daya beli konsumen (industri percetakan).

#### 1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan penelitian pendahuluan, maka perumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Hal-hal atau atribut-atribut apa saja yang dianggap penting oleh konsumen dari *supplier* tinta?
2. Bagaimana tingkat kepentingan dan performansi PD Warna Harapan?
3. Dimana perusahaan sekarang berada dan apa strategi yang tepat untuk dilakukan?
4. Hal-hal apa saja yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari PD Warna Harapan?
5. Bagaimana *segmentasi*, *targetting* dan *positioning* yang diterapkan oleh PD Warna Harapan?
6. Bagaimana usulan strategi pemasaran apa yang dapat diberikan kepada PD Warna Harapan agar dapat meningkatkan penjualan?

#### 1.5 Tujuan Penelitian

Setelah menentukan perumusan masalah, maka yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui hal-hal atau atribut-atribut yang dianggap penting dari *supplier* tinta.
2. Mengetahui tingkat kepentingan dan performansi PD Warna Harapan.
3. Mengetahui dimana perusahaan berada sekarang dan strategi yang seharusnya diterapkan perusahaan.
4. Mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari PD Warna Harapan.
5. Mengetahui *targetting* dan *positioning* yang diterapkan perusahaan.
6. Memberikan usulan strategi pemasaran kepada PD Warna Harapan agar dapat mencapai target penjualan yang ditetapkan.

## 1.6 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah pengukuran, penganalisisan, serta pemecahan masalah dengan lebih terstruktur, maka penulisan laporan ini disusun menurut sistematika sebagai berikut :

### **Bab 1: Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah yang dihadapi, identifikasi masalah, pembatasan masalah dan asumsi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat, serta sistematika penulisan.

### **Bab 2: Tinjauan Pustaka**

Berisi konsep-konsep yang dapat dijadikan acuan teoritis dalam menyelesaikan suatu masalah. Tinjauan pustaka ini berisikan definisi dan metode-metode yang digunakan dalam usaha pencarian solusi pemecahan masalah pada penelitian ini.

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

Berisi langkah-langkah dalam melakukan penelitian yang digambarkan dalam bentuk *flowchart*, dimulai dari penelitian pendahuluan sampai dengan akhir penulisan Laporan Tugas Akhir.

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

Berisi data umum perusahaan, data yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner, dan data-data lainnya yang akan digunakan dalam melakukan penelitian.

### **Bab 5: Pengolahan Data dan Analisis**

Bab ini berisi pengolahan data dari data-data yang telah diperoleh pada bab sebelumnya untuk memecahkan masalah yang terjadi dan menganalisis hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

### **Bab 6: Kesimpulan dan Saran**

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan memberi saran-saran yang mungkin dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan.