BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Nasi adalah makanan pokok sebagian besar orang Indonesia. Makanan yang awalnya berupa beras ini menjadi makanan kegemaran orang Indonesia sebagai sumber karbohidrat. Jagung, sagu, singkong, kentang, dan lainnya juga dapat menggantikan nasi sebagai asupan utama, tetapi bagi kebanyakan orang, terutama di Indonesia, nasi menjadi makanan utama yang diperlukan untuk beraktivitas sehari-hari.

Seiring dengan banyaknya permintaan terhadap kebutuhan beras, ada banyak pabrik beras yang menawarkan produknya dengan berbagai kualitas dan berbagai harga. Beras diproduksi dengan cara tradisional maupun modern, bisa menggunakan gilingan biasa dan mesin penggilingan yang canggih.

CV Cempaka Jaya adalah salah satu pabrik beras di Metro – Lampung. Pada masa awal berdirinya perusahaan, perusahaan dapat dikatakan mengalami masa kejayaannya. Hal ini disebabkan karena perusahaan masih baru, dengan fasilitas produksi yang masih dalam keadaan baik, dan tentunya karena belum ada banyak kompetitor yang berbisnis di lahan yang sama dengan CV Cempaka Jaya. Menurut pemilik, penjualan beras di masa itu sangat mudah, tidak seperti saat ini.

Beras pertama yang diproduksi oleh CV Cempaka Jaya bermerek Bintang. Saat ini CV Cempaka Jaya memproduksi tiga jenis beras dengan tiga jenis kualitas, yaitu beras dengan kualitas kurang baik (Bintang) dengan kemasan 10 kilogram, 20 kilogram, dan 25 kilogram; kualitas sedang (Ayam Jago) dengan kemasan 10 kilogram; dan kualitas baik (Gelatik) dengan kemasan 10 kilogram dan 25 kilogram. Perusahaan ini memiliki delapan orang pekerja produksi dan tidak memiliki karyawan

lainnya, sehingga kegiatan pemasaran langsung dilakukan oleh pemilik sendiri.

Berikut ini adalah data penjualan beras CV Cempaka Jaya dalam tiga tahun terakhir (2010 – 2012):

Tabel 1.1
Tabel Total Penjualan Beras Tahun 2010 – 2012

Jenis Beras	Total Penjualan Tahun 2010 (kg)	Total Penjualan Tahun 2011 (kg)	Total Penjualan Tahun 2012 (kg)
Gelatik	125130	126195	126065
Ayam Jago	252250	209080	160595
Bintang	238535	200340	189900

Dari data total penjualan beras di atas, dapat dihitung rata-rata persentase penurunan atau kenaikan penjualan beras, yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.2
Tabel Persentase Penurunan atau Kenaikan Penjualan Beras Tahun 2010 – 2012

Jenis Beras	% Penurunan/Kenaikan Penjualan Tahun 2010-2011	% Penurunan/Kenaikan Penjualan Tahun 2011-2012	Rata-rata % Penurunan/Kenaikan Penjualan
Gelatik	0,851	-0,103	0,374
Ayam Jago	-17,114	-23,19	-20,152
Bintang	-16,012	-5,211	-10,6115

Contoh perhitungan (Ayam Jago):

- Tahun 2010 – 2011:

$$\begin{aligned} \text{\% Penurunan/Kenaikan} &= \frac{209080 - 252250}{252250} * 100\% \\ &= -17,114\% \rightarrow \text{Penurunan} \end{aligned}$$

- Tahun 2011 – 2012:

$$\begin{aligned} \text{\% Penurunan/Kenaikan} &= \frac{160595 - 209080}{209080} * 100\% \\ &= -23,19\% \rightarrow \text{Penurunan} \end{aligned}$$

- Rata-rata Persentase Penurunan atau Kenaikan Penjualan Beras:

$$\begin{aligned} \text{Rata-rata Persentase Penurunan} &= \frac{-17,114 + (-23,19)}{2} \\ &= -20,152\% \end{aligned}$$

Dari perhitungan tersebut, terdapat dua jenis beras yang mengalami penurunan, yaitu Ayam Jago dan Bintang, namun Ayam Jago mengalami penurunan yang paling buruk. Oleh sebab itu, penurunan penjualan beras Ayam Jago dipilih untuk diteliti lebih lanjut.

Saat ini CV Cempaka Jaya tidak memiliki strategi tertentu dalam melakukan kegiatan pemasarannya. Kegiatan pemasaran yang telah dilakukan sampai saat ini hanya mengandalkan kemampuan pemilik saja. Menurut pemilik, kompetitor-kompetitor besar sering mensponsori kegiatan tertentu di Kota Metro – Lampung sedangkan CV Cempaka Jaya tidak mampu mensponsori kegiatan tertentu karena biaya yang besar. Dengan strategi pemasaran yang tepat, diharapkan CV Cempaka Jaya dapat meningkatkan penjualan beras, terutama beras Ayam Jago.

1.2 Identifikasi Masalah

CV Cempaka Jaya mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis setiap tahunnya. Hal ini mungkin disebabkan karena:

1. Perusahaan belum mengetahui faktor-faktor yang dianggap penting oleh konsumen dalam membeli produk beras.
2. Performansi beras Ayam Jago dinilai kurang baik oleh konsumen.
3. Kalah dalam persaingan dengan kompetitor yang memproduksi produk beras sejenis.
4. Perusahaan belum melakukan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* yang tepat.
5. Strategi pemasaran beras yang telah dilakukan kurang maksimal, hanya mengandalkan kemampuan pemasaran pemilik.
6. Daya beli masyarakat menurun.

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan agar penelitian lebih fokus. Berikut ini adalah pembatasan masalah penelitian, yaitu:

1. Penelitian tidak membahas daya beli masyarakat.

1.4 Perumusan Masalah

Penelitian ini dibuat berdasarkan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Hal-hal apa saja yang dipentingkan oleh konsumen ketika membeli produk beras berkualitas sedang?
2. Bagaimana tingkat performansi beras Ayam Jago menurut konsumen?
3. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas beras Ayam Jago?
4. Faktor-faktor apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan produk beras Ayam Jago dibandingkan dengan produk beras kompetitor menurut konsumen?
5. Bagaimana usulan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* CV Cempaka Jaya berdasarkan hasil penelitian?
6. Bagaimana usulan strategi pemasaran yang baik berdasarkan bauran pemasaran bagi CV Cempaka Jaya dalam meningkatkan penjualan beras?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui hal-hal yang dipentingkan oleh konsumen ketika membeli produk beras berkualitas sedang.
2. Mengetahui tingkat performansi beras Ayam Jago menurut konsumen.
3. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas beras Ayam Jago.
4. Mengetahui faktor-faktor apa saja yang menjadi kelebihan dan kelemahan produk beras Ayam Jago dibandingkan dengan produk beras kompetitor menurut konsumen.
5. Memberikan usulan *segmentation*, *targeting*, dan *positioning* CV Cempaka Jaya berdasarkan hasil penelitian.

6. Memberikan usulan strategi pemasaran yang baik berdasarkan bauran pemasaran bagi CV Cempaka Jaya dalam meningkatkan penjualan beras.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari enam bab, dengan penjabaran singkat sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada bab ini terdiri dari enam sub-bab, yaitu latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian ini, seperti buku-buku yang berkaitan dengan manajemen pemasaran.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang penjabaran singkat langkah-langkah penelitian dari awal hingga akhir dalam bentuk sistematika penelitian beserta keterangannya.

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

Pada bab ini, data-data dikumpulkan, baik data primer (dari konsumen) maupun data sekunder (dari perusahaan).

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

Pada bab ini, data-data yang telah dikumpulkan kemudian diolah dan dianalisis sesuai dengan teori pemasaran.

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian selanjutnya.