

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri-industri di Indonesia yang merupakan barometer jalannya perekonomian terutama di zaman modern saat ini cukup berkembang pesat. Namun seiring berkembangnya industri, semakin luas pula cakupan bidang industri yang digeluti perusahaan saat ini, antara lain industri yang menangani kebutuhan konsumen segmen tertentu. Salah satunya adalah industri popok dewasa.

Jenis industri pembuat popok dewasa (*Adult Diapers*) menjadi salah satu industri yang jarang dilirik para pengusaha. Industri popok dewasa saat ini masih belum banyak berdiri sebanyak popok untuk bayi dan balita. Namun pemasaran dan perkembangan industri popok dewasa ini tidak kalah pesat dengan industri popok bayi dan balita. Konsumen membutuhkan produk tersebut dalam hal kesehatan dan keperluan pribadi maupun instansi kesehatan.

PT.Arkstarindo Artha Makmur (PT. AAM) yang berlokasi di Jalan Marunda Makmur, Pergudangan Marunda Center Blok J No 17, Bekasi, merupakan salah satu perusahaan yang memproduksi *diapers*, dari *baby diapers* sampai dengan *adult diapers*.

PT. AAM ini berdiri di Bandung sekitar tahun 2005 dan menggunakan distributor CV. Adiwarna untuk menangani distribusi kawasan Bandung. Kantor distributornya dibagi menjadi 3 yaitu terletak di Jalan Margacinta untuk saluran distribusi kawasan kota Bandung, di jalan Bengawan untuk kawasan Sukabumi dan Cirebon dan untuk kawasan Priangan Timur, Subang, dan Purwakarta terletak di daerah Kopo.

Sekalipun belum banyak industri *adult diapers*, tentu ada beberapa pesaing yang sudah terlebih dahulu memulai industri *adult diapers*.

Menurut area sales manager PT Arkstarindo Artha Makmur, merek Oto mempunyai kualitas yang tinggi dalam memproduksi *diapers* serta harga yang kompetitif dengan industri pesaingnya.

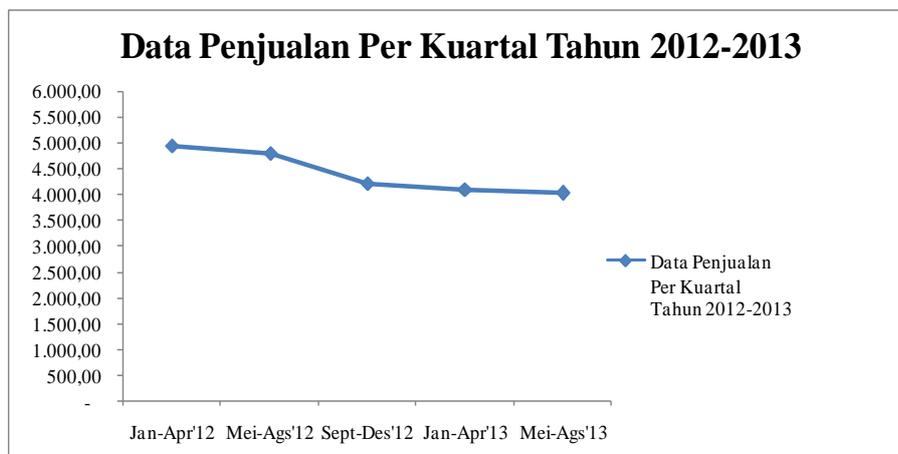
Yang menjadi perhatian utama penulis adalah *adult diapers* dengan merek Oto yang merupakan produk unggulan PT. Arkstarindo Artha Makmur yang baru diproduksi sejak tahun 2012. Produk ini mengalami fluktuasi dan rata-rata mengalami penurunan penjualan rata-rata sebesar 5 % untuk kawasan daerah Bandung pada 2 tahun terakhir.

Tabel 1.1
Data Penjualan Oto Diapers Tahun 2012 (Dalam Satuan *Piece*)

SKU	Jan'12	Feb'12	Mar'12	Apr'12	Mei'12	Juni'12	Juli'12	Ags'12	Sept'12	Okt'12	Nov'12	Des'12
OTO ADULT DIAPERS 10M	220	402	286	280	302	337	369	365	302	250	244	412
OTO ADULT DIAPERS 8L	245	360	268	335	335	360	348	454	355	352	271	450
OTO ADULT DIAPERS 6XL	177	239	2	234	136	3	259	220	201	125	6	184
OTO ADULT DIAPERS 2M	190	306	370	60	151	60	252	190	214	77	79	102
OTO ADULT DIAPERS 2L	228	306	348	95	163	47	261	182	223	142	74	152
	1.060	1.613	1.274	1.004	1.086	807	1.489	1.410	1.295	946	674	1.300

Tabel 1.2
Data Penjualan Oto Diapers Tahun 2013 (Dalam Satuan *Piece*)

SKU	Jan'13	Feb'13	Mar'13	April'13	Mei'13	Juni'13	Juli'13	Ags'13	Sep'13	Okt'13
OTO ADULT DIAPERS 10M	246	110	211	182	245	235	206	224	157	206
OTO ADULT DIAPERS 8L	301	200	275	430	333	348	291	222	267	291
OTO ADULT DIAPERS 6XL	194	232	152	184	135	230	134	281	170	134
OTO ADULT DIAPERS 2M	182	100	161	134	179	117	108	128	93	108
OTO ADULT DIAPERS 2L	245	145	161	255	123	143	209	126	191	209
	1.169	787	960	1.186	1.015	1.074	948	981	877	948



Gambar 1.1
Grafik Data Penjualan 2012-2013

Dengan adanya penurunan penjualan ini merek Oto belum mampu bersaing dengan produk kompetitor untuk daerah Bandung yang telah terlebih dahulu masuk sehingga perusahaan tidak memperoleh keuntungan yang maksimal untuk penjualan merek Oto.

1.2 Identifikasi Masalah

Kemungkinan yang menyebabkan penurunan tingkat penjualan pada PT. Arkstarindo Artha Makmur adalah sebagai berikut:

1. Belum diketahuinya faktor yang dipentingkan oleh konsumen terhadap merek Oto.
2. Kurangnya informasi yang dimiliki PT. Arkstarindo Artha Makmur mengenai kelebihan dan kekurangan produk *adult diapers* Oto yang diproduksi.
3. PT. Arkstarindo Artha Makmur (PT.AAM) belum mengetahui segmentasi, *targeting* dan *positioning* yang sesuai di daerah Bandung.
4. Adanya kendala pemasaran di Bandung untuk Oto *diapers* yaitu produk tergolong baru sehingga kurang dikenal konsumen
5. Merek Oto belum mampu bersaing dengan produk sejenis.
6. PT. AAM belum memiliki strategi yang tepat untuk mengatasi persaingan dengan kompetitor.

1.3 Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis menentukan pembatasan terhadap masalah-masalah yang akan diamati yaitu :

1. Pengamatan akan dilakukan hanya di daerah kotamadya Bandung.
2. Persaingan yang dibahas hanya dengan merek yang paling banyak digunakan di kotamadya Bandung.
3. Produk *adult diapers* merek Oto yang diamati hanya produk yang menggunakan perekat.
4. Responden yang diamati adalah responden yang menggunakan produk Oto untuk sendiri (*end user*)

1.4 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang ditulis penulis, antara lain :

1. Faktor-faktor apa saja yang dipentingkan konsumen dalam memilih *adult diapers* ?
2. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen produk Oto ?
3. Apa kelebihan dan kekurangan produk Oto dibandingkan produk pesaing ?
4. *Segmentation, targeting* dan *positioning* apa yang sesuai untuk merek Oto ?
5. Strategi apa yang tepat bagi merek Oto untuk meningkatkan penjualan ?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian yang dilakukan ini adalah :

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang dipentingkan konsumen dalam memilih *adult diapers*.
2. Mengetahui tingkat kepuasan konsumen produk Oto.
3. Untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan produk Oto dibandingkan dengan produk pesaing.

4. Untuk mengetahui segmentasi, *targeting*, dan *positioning* PT.AAM dalam memasarkan produk Oto di daerah Bandung.
5. Untuk memberikan strategi yang tepat bagi merek Oto agar dapat meningkatkan penjualan di daerah Bandung

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan disusun dengan sistematika sebagai berikut :

- BAB 1 PENDAHULUAN**
- Dalam bab ini berisi latar belakang masalah, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, dan sistematika penelitian.
- BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**
- Dalam bab ini menjelaskan mengenai teori-teori, prinsip-prinsip dan rumus-rumus yang berfungsi sebagai landasan berpikir yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan dan metode-metode yang digunakan.
- BAB 3 SISTEMATIKA PENELITIAN**
- Bab ini berisi tentang langkah-langkah sistematis dalam melakukan penelitian sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan sistematis.
- BAB 4 PENGUMPULAN DATA**
- Dalam bab ini mencakup data-data dari perusahaan yang diteliti serta informasi untuk mendukung penulis dalam pengolahan data dan analisis.
- BAB 5 PENGOLAHAN DAN ANALISIS HASIL
PENGOLAHAN DATA**
- Data diolah dengan menggunakan metode-metode yang telah ditentukan serta adanya analisis yang berkaitan dengan hasil pengolahan data.
- BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan penelitian yang dilakukan serta mencakup saran-saran kepada pihak perusahaan agar dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi.