

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perusahaan yang bergerak di bidang usaha minuman ringan dewasa ini semakin berkembang pesat, hal ini dapat dilihat dengan semakin banyaknya perusahaan minuman baru yang muncul dengan berbagai merek maupun jenisnya. Perkembangan ini sejalan dengan program pemerintah dalam pembangunan dan penyerapan tenaga kerja serta pemakaian produksi dalam negeri.

Penduduk bangsa Indonesia yang berjumlah lebih dari 200 juta jiwa merupakan pasar yang sangat potensial bagi pemasaran produk makanan dan minuman. Jumlah ini akan terus bertambah seiring dengan berjalannya waktu sehingga pemenuhan kebutuhan dasar manusia seperti makan dan minum tetap merupakan prioritas utama. Aspek ini sangat menguntungkan bagi industri makanan dan minuman sehingga laju pertumbuhan pasar untuk produk ini cukup tinggi dan menjanjikan prospek cerah bagi produsen yang berkecimpung di bidang ini.

Pada kondisi seperti sekarang ini, perusahaan tentunya harus lebih memfokuskan atau memikirkan pada posisi atau keadaan pasar mana yang lebih menguntungkan. Hal ini tergantung pada kekuatan aktivitas pemasaran produk. Aktivitas pemasaran ini bertugas untuk memasarkan produk-produk yang telah dibuat sehingga perusahaan mendapat pemasukan.

Dengan semakin banyaknya ragam produk yang tersedia di pasar, konsumen dapat semakin bebas dalam memilih produk, sehingga terjadilah persaingan antar perusahaan dalam memperebutkan pangsa pasarnya masing-masing dan mempertahankan pangsa pasar yang telah dikuasainya. Untuk itu para pimpinan perusahaan khususnya di bidang pemasaran, dituntut untuk lebih peka terhadap adanya keinginan pasar konsumen, mengantisipasi setiap perubahan yang senantiasa akan terjadi di pasar, dan memanfaatkan setiap peluang yang ada.

PT Djarum Emas Unggul Palembang adalah produsen produk minuman ringan yaitu Teh Sugas, Sugas, dan Aira. Semua produk yang dihasilkan tersebut disalurkan ke konsumen melalui para penyalur dan pedagang eceran, yang selanjutnya akan memasarkan produk tersebut kepada konsumen.

Pada saat ini produk minuman Sugas pada PT Djarum Emas Unggul berada dalam pasar yang bersaing sangat ketat. Berbagai merek minuman seperti Coca-Cola, Sprite, Fanta dan lain-lain turut meramaikan pasar sehingga perusahaan perlu melakukan identifikasi faktor-faktor yang terdapat pada perilaku konsumen dalam memilih produk minuman sehingga dapat diterapkan suatu strategi pemasaran yang tepat serta melakukan upaya peningkatan daya saing produk minuman Sugas.

1.2. Perumusan Masalah

Dilihat dari wilayahnya, pemasaran produk minuman Sugas masih sempit, yaitu hanya mencakup beberapa kota di bagian Sumatera Selatan, tidak seperti produk pesaingnya yang wilayah pemasarannya hampir mencapai seluruh

Indonesia, selain itu dapat dilihat bahwa daya saing minuman Sugus mulai menurun. Hal tersebut dapat disebabkan oleh kurangnya upaya dari perusahaan dalam menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk meningkatkan daya saing serta memperluas daerah pemasarannya.

Dengan demikian permasalahan dalam penelitian ini adalah upaya penerapan suatu strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing minuman Sugus dengan mengidentifikasi faktor-faktor yang terdapat dalam perilaku konsumen.

1.3. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan terarah pada sasaran, maka ruang lingkup pembahasan akan dibatasi sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di kota Palembang.
2. Responden penelitian adalah pria atau wanita yang diambil berdasarkan sampel pilihan (*judgement sampling*).
3. Jumlah responden dalam penelitian ini diambil berdasarkan lamanya waktu yang digunakan dalam penyebaran kuesioner
4. Produk minuman yang dijadikan bahan perbandingan adalah produk minuman Sugus saja.
5. Sebagai pembanding, diambil tiga merek lain yang menjadi saingan utama produk minuman Sugus, yaitu merek Coca-Cola, Fanta, dan Sprite guna mengetahui pendapat konsumen mengenai ketiga jenis minuman tersebut.

1.4. Tujuan Penelitian

Dengan melihat pokok permasalahan yang ada maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui perilaku konsumen terhadap pembelian minuman Sugas.
2. Mengetahui faktor-faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan pembelian produk minuman Sugas.
3. Mengetahui sampai sejauh mana upaya PT Djarum Emas Unggul sebagai produsen minuman Sugas dalam memenuhi kebutuhan konsumennya dengan membandingkan antara harapan dan kenyataan saat ini.
4. Mengetahui kondisi produk minuman pesaing di pasaran.
5. Memberikan usulan strategi pemasaran dan upaya peningkatan daya saing bagi PT Djarum Emas Unggul dalam memasarkan minuman Sugas.

1.5. Sistematika Laporan

Secara garis besar, penulisan Tugas akhir ini dapat disusun sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Sistematika Laporan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Pada bab ini, akan dikemukakan teori-teori pendukung yang diambil dari berbagai buku referensi sebagai acuan dalam analisa dan pembahasan.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode dan langkah-langkah penelitian yang dilakukan, mulai dari perumusan masalah, penentuan tujuan penelitian, identifikasi variabel-variabel penelitian, pemilihan metoda yang digunakan dalam pengumpulan dan pengolahan data, usulan strategi pemasaran, sampai pada penarikan kesimpulan dan saran.

BAB IV : PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi tentang data-data dari penelitian dan pengamatan yang berhasil dikumpulkan dan diperlukan untuk penelitian ini, meliputi: data umum perusahaan, struktur organisasi perusahaan, dan realisasi pengumpulan data kuesioner. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan. Kemudian data kuesioner tersebut akan diolah dengan menggunakan program *SPSS for Windows Release 9.01*.

BAB V : ANALISIS

Setelah dilakukan pengumpulan dan pengolahan data kemudian dilakukan analisis dari data yang telah diolah dan diusulkan suatu strategi pemasaran dan upaya peningkatan daya saing.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan secara keseluruhan dari penelitian yang dilakukan, berdasarkan hasil-hasil yang didapat selama pengamatan, serta analisis-analisis yang dilakukan.