

# BAB I

## P ENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang Masalah

Sejalan dengan perkembangan trend di berbagai bidang kehidupan manusia pada saat ini, menuntut suatu perusahaan untuk lebih memperhatikan kondisi pasar yang dinamis. Persaingan yang ketat dengan para kompetitor yang menghasilkan produk sejenis menuntut suatu perusahaan untuk benar-benar mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen, atau pangsa pasar mereka akan direbut perusahaan pesaing.

Semakin banyak pilihan dalam pasar membuat konsumen dalam memilih produk disesuaikan dengan selera dan keinginannya. Menyesuaikan keinginan konsumen akan membantu perusahaan dalam melihat peluang kebutuhan konsumen yang belum terpenuhi, serta dapat membantu menetapkan strategi pemasarannya melalui analisis multidimensional.

Untuk itu perusahaan memerlukan *quesioner* yang dilakukan dengan membandingkan produknya dengan pesaing. Diharapkan perusahaan dapat memperoleh masukan tentang keunggulan dan kelemahan produknya dibanding pesaing.

Fretea merupakan produk inovatif minuman siap saji (RTD) yang secara khusus dirancang untuk memuaskan seluruh panca indera konsumen Indonesia. Merek ini dikembangkan secara lokal dan merupakan bagian dari Beverage Partners Worldwide (BWP), yaitu perusahaan patungan hasil kemitraan yang sukses antara The Coca-Cola Company dan Nestle, SA.

Fretea diproduksi dengan menggunakan standar kualitas tinggi The Coca-Cola Company, menggunakan teknologi tinggi dan didukung oleh proses produksi higienis, demi memastikan bahwa setiap botol Fretea memiliki kualitas yang sama. Untuk tahap awal, peluncuran produk ini difokuskan di Jakarta dan Jawa Barat yang merupakan pasar mayoritas dari konsumsi produk teh siap minum.

Pengembangan produk teh botol seringkali disertai dengan perubahan kondisi pasar, perubahan kondisi eksternal makro, dan perubahan peta persaingan. Salah satu upaya yang dapat ditempuh dalam menghadapi situasi ini adalah menentukan differensiasi produk, dimana manajemen dapat memperhatikan strategi produk teh botol dan menciptakan keunggulan bersaing.

### **1.2. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah adalah bagaimana mencari faktor-faktor yang signifikan dalam menentukan differensiasi produk pada pemasaran teh botol, sehingga dapat ditentukan strategi pemasaran yang tepat bagi perusahaan.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Dengan permasalahan yang ada, maka penelitian diarahkan untuk mencapai tujuan-tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui differensiasi produk perusahaan dengan pesaingnya dalam target *market* yang sama.
2. Melakukan analisis SWOT guna mengetahui kekuatan, ancaman, peluang dan kelemahan dari Fretea terhadap produk-produk teh botol sejenis lainnya.

3. Menentukan strategi pemasaran yang lebih efektif dan memberikan masukan-masukan bagi perusahaan.

#### **1.4. Batasan Masalah**

Batasan-batasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Produk yang diteliti adalah produk teh botol yang terdiri dari merek Frestea, Sosro, Tekita dan S-tea.
2. Penyebaran kuesioner yang dibuat dilakukan di wilayah Surabaya saja, dan sasarannya adalah konsumen teh botol yang berdomisili di Surabaya.

#### **1.5. Sistematika Penulisan**

Penyusunan tugas akhir ini terdiri dari 6 bab, yaitu :

##### **BAB I : Pendahuluan**

Bab ini berisi latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, pembatasan masalah, dan sistematika penelitian.

##### **BAB II : Landasan teori**

Bab ini membahas teori-teori dasar yang mendukung pembahasan, berupa konsep-konsep, dan teknik dalam analisis masalah.

##### **BAB III : Metodologi Penelitian**

Bab ini memuat prosedur-prosedur kerja, metode pengumpulan data dan metode analisis data.

##### **BAB IV : Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini menguraikan isi dari pertanyaan kuesioner dan pengumpulan data, serta pengolahan data-data yang telah dikumpulkan.

---

**BAB V : Analisis Data**

Bab ini berisi analisis hasil pengolahan data-data yang telah dikumpulkan.

**BAB VI : Kesimpulan**

Bab ini berisi kesimpulan berdasarkan analisa dan pengolahan data.