

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahan pangan merupakan kebutuhan pokok manusia yang harus di penuhi untuk hidup sehat. Manusia dalam memenuhi kebutuhan hidupnya memerlukan bahan pangan nabati, manusia juga memerlukan bahan pangan hewani (daging, susu, dan telur). Bahan pangan hewani dibutuhkan sebagai sumber protein untuk kecerdasan, memelihara stamina tubuh, mempercepat regenerasi sel dan menjaga sel darah merah agar tidak mudah pecah.

Satu dari sekian banyak yang di butuhkan masyarakat adalah susu. Potensi pasarnya cukup baik dan akan terus berkembang karena kebutuhan masyarakat bertambah besar sejalan dengan meningkatnya taraf hidup dan kesadaran akan mengkonsumsi makanan bergizi.

Pada awalnya susu sapi yang dikonsumsi manusia hanya berupa susu sapi murni, namun seiring berkembangnya zaman, susu tersebut mengalami pembaharuan yang disesuaikan dengan selera pasar. Mulai dari jenis, rasa, fungsi sampai pemberian merek yang beraneka ragam. Sehingga pada umumnya perusahaan pengolahan produk susu menciptakan produk dengan merek yang memiliki diferensiasi dengan perusahaan lain sebagai kekuatan dalam persaingan merebut pasar. Sehingga dalam mengkonsumsi suatu produk, pelanggan biasanya berganti merek untuk membandingkan mana produk yang

benar-benar sesuai dengan kebutuhannya baik dari segi kenyamanan, ketersediaan maupun harganya.

Setelah pelanggan menunjukkan sikap positif terhadap suatu merek maka dia akan mempunyai komitmen dan berniat untuk terus membelinya dimasa depan (brand loyalty).

Dalam hal ini Frisian Flag atau sering disebut susu bendera merupakan salah satu brand atau merek susu kemasan bernutrisi berbasis susu untuk anak-anak yang di produksi oleh PT.Frisian Flag Indonesia. Frisian Flag telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia selama lebih dari 95 tahun.Selama itu pula, Frisian Flag selalu memberikan komitmennya untuk terus berkontribusi membantu anak-anak Indonesia meraih potensinya yang tertinggi, melalui produk-produk bernutrisi tepat.

Frisian Flag Indonesia menaungi kurang lebih 6.869 karyawan di seluruh penjuru Indonesia dan mengoperasikan fasilitas produksi di Pasar Rebo dan Ciracas, Jakarta Timur, dengan berbagai portofolio produk seperti susu cair, susu bubuk, dan susu kental manis dengan merek Frisian Flag, Omela dan Friso. Seiring berjalannya waktu Frisian Flag Indonesia terus mengembangkan produknya dengan menambah variasi jenis produknya menyesuaikan dengan kebutuhan pelanggan tentunya dengan kualitas tinggi yang mengandung manfaat alami dan seimbang dari protein, karbohidrat, vitamin, mineral seperti kalsium, magnesium dan fosfor sehingga menjadi susu minuman yang mengandung gizi yang dibutuhkan oleh pelanggan, dengan inovasi-inovasi yang dilakukan diharapkan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap produk yang ditawarkan juga dapat menyaingi produk sejenis dengan brand-brand yang ada.

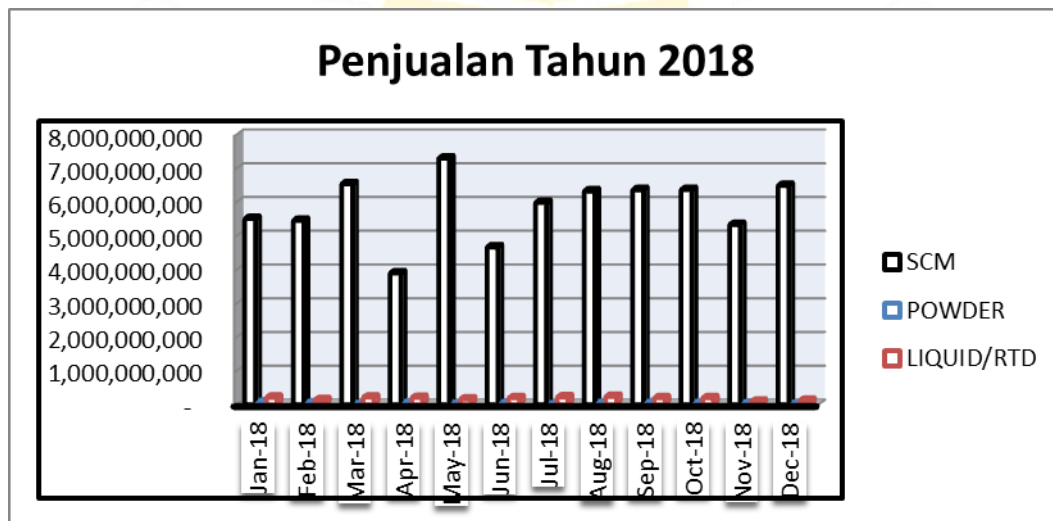
Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kualitas atau mutu suatu produk yang meliputi barang dan jasa. Jika kualitas produk yang ditawarkan sama atau lebih besar dari harapan pelanggan maka kepuasan akan terjadi. Namun sebaliknya, jika kualitas yang ditawarkan lebih rendah dari harapan maka pelanggan akan merasa dikecewakan/tidak puas. Kepuasan yang didapat pelanggan dapat menyebabkan terjadinya pembelian ulang bahkan pelanggan dapat menjadi loyal. Oleh karena itu, penting bagi PT. Frisian Flag untuk mengetahui hal-hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk itu, informasi mengenai perilaku pelanggan diperlukan untuk membuat keputusan yang tepat dan bukan sekedar input, melainkan sudah menjadi aset dan alat pemasaran. Informasi mengenai perilaku pelanggan dengan perubahan pasar dan industri yang cepat sangat penting bagi perusahaan, sehingga hanya perusahaan yang memiliki informasi yang dapat menyesuaikan rencana strategisnya dengan perubahan-perubahan tersebut.

Banyak upaya yang dilakukan Frisian Flag Indonesia untuk memperkenalkan produknya ke pelanggan mulai dengan iklan di TV dan juga Papan Reklame di jalan termasuk dengan menjalin kerja sama dengan beberapa perusahaan penyalur/distributor yang tersebar di seluruh Indonesia salah satunya adalah CV. Karya Baru Bersama yang berada di kabupaten Karo, perusahaan ini telah berdiri sejak 8 Agustus 2011 dan sudah menjalin kerja sama selama kurang lebih 9 tahun dengan PT. Frisian Flag Indonesia.

Saat ini Frisian Flag cukup memiliki pasar di Tanah Karo, keberadaan produk yang diproduksi perusahaan ini cukup diterima di kalangan masyarakat luas. Berikut ini

merupakan grafik volume penjualan produk bendera yang didistribusikan oleh CV. Karya Baru Bersama.

1. SCM yang terdiri dari minuman kental manis dengan kemasan kaleng dan saset
2. Liquid/RTD minuman cair (susu siap minum) dengan kemasan botol dan kotak
3. Powder minuman kemasan bubuk



Gambar 1.1. Grafik Penjualan 2018

Dari grafik di atas dapat kita lihat kurun waktu satu tahun pendistribusian yang dilakukan CV. Karya Baru Bersama mengalami naik turun dan pemasarannya, dapat kita lihat bulan Maret merupakan rata-rata penjualan paling tinggi dan bulan April merupakan penjualan terendah selama tahun 2018, dapat kita tarik kesimpulan masyarakat daerah Karo lebih condong pada minuman kemasan kental manis (scm) dari pada produk kemasan minuman cair (rtd) dan kemasan bubuk (powder).

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ Analisis Kepuasan Pelanggan Produk Frisian Flag Di CV. Karya Baru Bersama” untuk di teliti.

1.2 Identifikasi Masalah

Sesuai dengan latar belakang penelitian diatas, maka identifikasi masalah nya adalah:

1. Masih kurangnya minat beli konsumen terhadap produk kemasan minuman cair (rtd).
2. Masih kurangnya minat beli konsumen terhadap produk kemasan bubuk (powder).
3. Pelanggan masih memilih dalam membeli produk Frisian Flag di CV. Karya Baru Bersama.

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang di buat oleh peneliti meliputi Kepuasan pelanggan terhadap pemasaran produk Frisian Flag di area CV. Karya Baru Berasama.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas dan batasan masalah diatas, maka rerumusan masalah dalam penelitian ini adalah “bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk susu Frisian flag?”

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kepuasan pelanggan terhadap produk Susu Frisian Flag pada CV. Karya Baru Bersama.

1.6 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi CV. Karya Baru Bersama

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan masukan kepada CV. Karya Baru Bersama sebagai bahan pertimbangan dan pengambilan keputusan pelayanan dan sebagai masukan tentang bagaimana kualitas produk dan harga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, sehingga berguna untuk mempertahankan pelanggan mereka.

2. Peneliti

Melatih peneliti dalam mengaplikasikan ilmu pengetahuan yang di dapat di bangku kuliah pada dunia nyata tentang ilmu pemasaran dan merupakan sarana untuk mempraktekkan teori-teori yang didapatkan selama masa perkuliahan.

3. Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan bagi rekan peneliti lain dalam penelitian selanjutnya yang mengambil topik kepuasan pelanggan.