BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Pada zaman sebelum globalisasi harum manis atau yang sering kita kenal dengan aromanis adalah makanan ringan yang digemari oleh kalangan anak-anak yang dijual hampir di setiap lingkungan sekitar, akan tetapi dengan bergesernya paradigma pemasaran kearah era globalisasi, kini bukan hanya kalangan anak-anak saja yang berminat untuk mengkonsumsi produk harum manis ini, kalangan dewasa pun tertarik untuk ikut menikmati produk ini. Hal ini tentunya merupakan peluang bisinis yang menjajikan, sehingga menyebabkan munculnya perusahaan-perusahaan penghasil harum manis salah satunya adalah CV. Arbie A.L.B

Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi bisnis penjualan produk harum manis ini khususnya di daerah Bandung yang tentunya akan menimbulkan konsekuensi pada turunnya penjualan dan memaksa perusahaan untuk berusaha mencari pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Hal ini di perberat dengan perubahan zaman yang menyebabkan pelanggan lama sudah mulai melupakan dan meninggalkan produk makanan aromanis tersebut karena beberapa faktor salah satunya adalah atribut produk. Gejolak lingkungan bisnis tersebut menuntut pihak manajemen beradaptasi terhadap perubahaan signifikan tersebut, seperti konsumen yang memiliki tingkat kemakmuran yang lebih baik, mereka membutuhkan inovasi untuk mengenang produk harum manis yang pernah dicicipinya waktu zaman dahulu. Artinya mereka membutuhkan produk jajanan harum manis dalam kemasan baru dan merasakan kembali ke zaman

dahulu. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memberikan inovasi baru pada atribut produk harum manis untuk memuaskan pelanggannya. Ketidakmampuan perusahaan dalam beradaptasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan signifikan tersebut dapat menimbulkan ancaman bagi kelangsungan hidup perusahaan harum manis.

Dalam proses pembelian produk, biasanya konsumen melihat dulu atribut produk yang ditawakan. Atribut produk merupakan karakteristik atau sifat suatu produk yang mengacu pada karakteristik yang berfungsi sebagai kriteria evaluatif dalam pengambilan keputusan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2004:347) menyatakan bahwa atribut produk adalah pengembangan suatu produk atau jasa melibatkan penentuan manfaat yang akan diberikan. Atribut produk yang terdapat dalam produk harumanis ini adalah merk produk, kemasan produk, kualitas produk, dan label produk. Sangat disadari bahwa atribut produk akan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Namun atribut produk yang diberikan pada saat ini belum dapat dikatakan memuaskan konsumen yang nantinya akan menghasilkan loyalitas untuk perusahaan, dengan mengetahui pentingnya atribut produk bagi perusahaan ini, maka sudah sewajarnya perusahaan ini harus mampu mengembangkan atribut produk yang sudah ada menjadi lebih baik dari sebelumnya agar dapat bertahan didalam persaingan dengan perusahaan yang sejenis.

Berdasarkan hasil wawancara terhadap karyawan CV. Arbie A.L.B bahwa penjualan mengalami penurunan pada bulan-bulan tertentu seperti bulan oktober dan November hal ini disebabkan menurunnya trend produk di mata konsumen,

akan tetapi produk ini akan mengalami kenaikan penjualan ketika libur-libur panjang seperti liburan sekolah atau libur hari-hari besar tertentu.

Tabel 1.1

Survey Awal Konsumen Harum Manis CV. Arbie A.L.B

Indikator	Keterangan
Merek	40% Responden menyatakan bahwa merek harum manis CV. Arbie dikenal dan 60% responden menyatakan bahwa merek harum manis CV. Arbie kurang dikenal.
Kemasan	40% Responden menyatakan bahwa kemasan harum manis CV. Arbie menarik dan 60% responden menyatakan bahwa merek harum manis CV. Arbie cukup menarik.
Label	65% Responden menyatakan bahwa label harum manis CV. Arbie lengkap dan 35% responden menyatakan bahwa label harum manis CV. Arbie cukup lengkap
Kualitas	50% Responden menyatakan bahwa kualitas harum manis CV. Arbie sangat baik dan 30% responden menyatakan bahwa kualitas harum manis CV. Arbie baik, dan 20% responden menyatakan kualitas harum manis CV. Arbie cukup baik

Berdasarkan hasil survey awal yang penulis lakukan terhadap 30 orang responden konsumen yang datang dan melakukan transaksi pembelian produk harum manis pada CV.Arbie A.L.B Bandung. Berdasarkan Merek, 40% menyatakan bahwa merek produk harum manis CV. Arbie A.L.B dikenal oleh

konsumen karena konsumen mudah untuk mengingat merek seperti harum manis ini dan sebanyak 60% menyatakan bahwa merek kurang dikenal karena produk harum manis ini masih berkembang dipasaran. Berdasarkan kemasan, 55% menyatakan bahwa kemasan produk harum manis CV.Arbie A.L.B menarik, karena bentuk kemasan yang menarik perhatian konsumen dan dapat melindungi produk lebih lama dari produk lain yang sejenis dan sebanyak 45% menyatakan bahwa kemasan produk harum manis cukup menarik. Berdasarkan label, 65% menyatakan bahwa produk label produk harum manis CV. Arbie A.L.B lengkap, kerena memberikan banyak informasi tentang produk harum manis tersebut seperti barcode, tanggal expired,dan lain-lain, dan sebanyak 35% menyatakan bahwa label produk harum manis cukup lengkap. Berdasarkan kualitas, 50% menyatakan bahwa kualitas produk CV. Arbie A.L.B sangat baik, karena tidak menggunakan bahan pengawet kimia sehingga aman untuk dikonsumsi dan memebrikan manfaat tersendiri bagi yang mnegkonsumsinya, juga produk dapat bertahan selama 1 bulan, 30% responden menyatakan kualitas harum manis CV. Arbie baik, dan 20% responden menyatakan kualitas harum manis CV. Arbie cukup baik.

Fenomena yang terjadi adalah munculnya pesaing-pesaing baru yang menawarkan atribut produk yang bervariasi dan lebih inovatif sehingga menyebabkan sulitnya memperluas pangsa pasar untuk produk harum manis CV. Arbie A.L.B ini.

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merasa tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul **“ Analisis Pelaksanaan Atribut Produk Harum Manis Pada CV. Arbie A.L.B Bandung”.**

1.2 Identifikasi Dan Rumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Perusahaan selalu berusaha melakukan inovasi-inovasi untuk produk yang dijualnya agar produk dapat bertahan atau bahkan berkembang di pasaran. Salah satu yang penting dari sebuah produk yaitu atribut produk, hal itu didasari karena atribut produk merupakan dasar dari keputusan dari konsumen untuk membeli atau tidak sebuah produk tersebut. Apabila suatu produk tidak memiliki atribut yang baik, maka konsumen akan cenderung beralih kepada produk lain yang atribut produknya lebih baik

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang sebelumnya, dapat di identifikasi beberapa masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana Pelaksanaan Atribut Produk Harum Manis CV. Arbie A.L.B
2. Bagaimana Tanggapan Konsumen terhadap Pelaksanaan Atribut Produk Harum Manis CV. Arbie A.L.B

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah agar penulis dapat memperoleh pemahaman mengenai *atribut produk* dengan mengumpulkan data dan informasi yang kemudian dianalisa untuk memperoleh hasil yang diharapkan.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Setelah dilakukan pengidentifikasian masalah, maka adapun tujuan dari Penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui bagaimana Pelaksanaan Atribut Produk Harum Manis CV. Arbie A.L.B
2. Untuk mengetahui bagaimana Tanggapan Konsumen terhadap Pelaksanaan Atribut Produk Harum Manis CV. Arbie A.L.B

1.4 Kegunaan Penelitian

Adapun berbagai kegunaan yang dapat diambil dari penelitian ini bagi khalayak umum yang membacanya, dan khususnya akan memberikan manfaat yang besar bagi penulis pribadi. Kegunaannya antara lain sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dapat dijadikan landasan bagi penulis untuk memberikan sedikit sumbangsih berupa saran dan masukan yang membangun didalam melaksanakan usaha dan manajemen yang dilakukan oleh perusahaan

2. Bagi pihak terkait

Sebagai sumber referensi dan informasi yang bermanfaat mengenai produk harum manis.

3. Bagi Pembaca

Dengan adanya Penelitian ini dapat memberikan masukan dan bahan pertimbangan bagi mereka yang akan menyusun Penelitian lebih lanjut serta untuk pengembangan ilmu pengetahuan, terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran khususnya di bagian pengembangan *atribut produk.*

1.5 Waktu dan Tempat Penelitian

Waktu peneilitian ini yang akan direncanakan pada bulan Oktober, sedangkan penelitian ini akan dilakukan di CV. Arbie A.L.B di JL.Dago Atas.

Tabel 1.2

Waktu Penelitian

No	Jadwal / Kegiatan	Oktober				November				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Usulan Penelitian	■	■																		
2	Pelaksanaan Penelitian			■	■	■	■														
3	Pengumpulan Data							■	■	■	■										
4	Pengolahan dan Analisis data											■	■	■	■						
5	Penyusunan Laporan															■	■	■	■		
	Sidang Tugas Akhir																			■	■