

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Permasalahan

Didasari oleh keadaan pada dekade tahun 1960-an, air minum di Indonesia belum merupakan masalah namun sejak perkembangan industri dan makin pesatnya pertumbuhan penduduk, maka pengadaan air bersih menjadi masalah yang serius. Hal ini disebabkan oleh limbah industri dan rumah tangga yang mulai meresap ke sumber-sumber air sehingga menyebabkan kualitas air menurun dan tantangan untuk mengadakan air bersih mulai terasa. Tantangan ini diperkuat juga oleh derap langkah dinamika pembangunan Indonesia sebagai negara berkembang serta ditambah pula dengan makin banyaknya wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia, dimana pada umumnya wisatawan tersebut ingin mengunjungi obyek-obyek wisata yang kebanyakan terdapat di daerah terpencil yang sulit memperoleh fasilitas air minum yang bersih.

Untuk menjawab semua tantangan itu dan juga menyadari akan kebutuhan air minum bersih dan sehat yang memenuhi persyaratan nasional maupun internasional, maka seorang warga negara Indonesia bernama Tirta Utomo SH merasa terpanggil untuk menyajikan air minum bersih yang siap untuk diminum pada dekade pertengahan 1970-an. Sejak itulah Tirta Utomo mulai memproduksi air minum dalam kemasan, yang diberi merek "AQUA".

Pada mulanya Aqua tersebut ditujukan kepada konsumen warga negara asing yang berada atau sedang berkunjung ke Indonesia, sedangkan masyarakat

Indonesia sendiri pada waktu itu belum begitu banyak mengenal air minum dalam kemasan. Berkat usaha dan keuletan yang tidak mengenal lelah maka lambat laun masyarakat Indonesia mulai mengenal Aqua dan menyadari akan kebutuhan air minum yang bersih dan sehat.

Aqua merupakan perintis air minum dalam kemasan yang sukses. Keberhasilan ini lantas mengundang pengusaha lain ikut-ikutan membuat produk serupa. Hal ini menyebabkan munculnya alternatif pilihan bagi konsumen dalam membeli air minum dalam kemasan, sehingga pasar menjadi semakin kompetitif.

Meski dikeroyok oleh banyak pesaing, Aqua tetap memimpin dalam penjualan, padahal dalam penjualan produknya Aqua bertarif lebih mahal di bandingkan pesaingnya. Ini tak lepas dari konsep keterbukaan yang diterapkan oleh pihak manajemen Aqua dalam upaya menumbuhkan kepercayaan pada konsumen. Pihak pengusaha membuka pintu buat siapa saja untuk mengunjungi pabrik dimana Aqua dibuat dan diproduksi. Dalam peninjauan tersebut, pengunjung akan mendapat penjelasan bagaimana Aqua dibuat, dari mana sumber air, sampai diajak melihat hasil pemeriksaan air di laboratorium. Dengan cara begitu pihak pengusaha berharap dapat meyakinkan konsumen bahwa Aqua memang steril, tak berbau dan tak berwarna.

PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI sebagai pihak pengusaha yang memproduksi Aqua harus dapat mempertahankan pangsa pasar yang telah diraihinya. Oleh karena itu, perusahaan harus berusaha menciptakan dan membina loyalitas konsumen secara konsisten, sehingga dapat terus bertahan diantara produk-produk baru yang muncul untuk menghadapi persaingan di masa yang

akan datang. Upaya yang dilakukan oleh pihak pengusaha ini meliputi : produk yang berkualitas, promosi, harga yang terjangkau dan saluran distribusi yang tepat.

Aqua tidak ingin pangsa pasarnya direbut oleh produk air kemasan yang lain, maka pihak pengusaha perlu mengetahui bagaimana tingkat loyalitas konsumen terhadap produk Aqua sehingga bisa memprediksi perilaku konsumen. Berikut ini merupakan tabel kinerja keuangan dari PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI :

Tabel 1.1

Kinerja Keuangan PT. Aqua Golden Mississippi

TAHUN	ASET (Rp Juta)	LABA BERSIH (Rp Juta)	ROA (%)
1994	82.097	3.695	4,50
1995	100.147	4.695	4,69
1996	113.591	10.376	9,13
1997	153.082	7.772	5,08
1998	175.331	18.906	10,78

Sumber : Swa 12/XV/17-30 juni 1999

Dari Tabel 1.1 diatas menunjukkan kinerja keuangan dari PT. AQUA GOLDEN MISSISSIPPI cukup baik, tetapi upaya yang strategis tetap diperlukan untuk mempertahankan pangsa pasar. Upaya strategis itu salah satunya adalah strategi marketing mix. Perlu dilakukan evaluasi terhadap produk, apakah strategi marketing yang dilaksanakan sudah sesuai atau belum.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Bagaimanakah tingkat loyalitas konsumen terhadap minuman kemasan merek "AQUA".
2. Bagaimanakah pengaruh signifikan dari variabel marketing mix secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli air minum dalam kemasan merek Aqua.
3. Bagaimanakah pengaruh signifikan dari masing-masing variabel marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli air minum dalam kemasan merek Aqua.

1.3. Tujuan Penelitian

- a. Untuk mengetahui bagaimanakah tingkat loyalitas konsumen terhadap produk minuman kemasan merek "AQUA".
- b. Untuk mengetahui bagaimanakah pengaruh dari variabel marketing mix secara serempak terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli air minum dalam kemasan merek Aqua.
- c. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh masing-masing variabel marketing mix terhadap keputusan pembelian konsumen dalam membeli air minum dalam kemasan merek Aqua.

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diperoleh dari penelitian ini yaitu :

1.4.1. Manfaat akademik

Sebagai sarana untuk memperluas wawasan bagi pembaca mengenai tingkat loyalitas dan pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

1.4.2. Manfaat bagi perusahaan

- a. Memberikan informasi dan masukan yang bermanfaat bagi perusahaan selaku produsen Aqua.
- b. Untuk menentukan dan mengembangkan kebijakan perusahaan dalam merealisasikan tujuan yang telah ditetapkan.

1.4.3. Manfaat bagi peneliti

Untuk memperluas wawasan dan pengetahuan mengenai tingkat loyalitas dan pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam memahami pembahasan pada penulisan ini, penulis memandang perlu adanya suatu sistematika. Adapun penyusunannya adalah sebagai berikut :

Bab 1: Pendahuluan

Dalam bagian ini dikemukakan mengenai:

a. Latar Belakang Masalah

Menguraikan secara umum tentang hal-hal yang berhubungan dengan isi yang dibahas.

b. Perumusan Masalah

Menguraikan apa yang menjadi permasalahan dari perusahaan itu sendiri.

c. Tujuan Penelitian

Menguraikan tujuan dari penulisan skripsi ini.

d. Manfaat Penelitian

Menguraikan manfaat apa yang dapat diambil dalam melakukan penelitian ini.

e. Sistematika Penulisan

Menguraikan urutan pembahasan bab secara keseluruhan.

Bab 2: Tinjauan Pustaka

Bagian ini menjelaskan dasar-dasar atau landasan teori yang erat hubungannya dengan permasalahan dan merupakan landasan pemikiran untuk memecahkan masalah. Adapun isi dari bagian ini adalah :

a. Penelitian Terdahulu

b. Landasan Teori

Berisi beberapa teori mengenai permasalahan yang dihadapi.

c. Hipotesis

Berupa dugaan sementara terhadap penulisan skripsi ini.

Bab 3: Metode Penelitian

Dalam bagian ini menjelaskan tentang : desain penelitian, identifikasi variabel, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisis data, prosedur pengujian hipotesis.

Bab 4: Analisis dan Pembahasan

- a. Gambaran Umum Objek Penelitian.
- b. Deskripsi Data.
- c. Analisis Data dan Pembahasan

Bab 5: Simpulan dan Saran

Bab ini merupakan bab penutup. Disini penulis akan mengemukakan simpulan yang ditarik dari seluruh bagian skripsi. Dari simpulan ini penulis mencoba mengemukakan saran yang dapat berguna bagi PT. Aqua Golden Mississippi dan para pembaca sekalian.