

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis yang menjual berbagai macam produk dan jasa semakin lama semakin meningkat. Keberhasilan suatu perusahaan akan tergantung pada kemampuan pemasaran. Terlebih dalam persaingan dunia bisnis yang semakin meningkat dalam menjual produk dan jasa. Sehingga perusahaan mengharuskan lebih cermat dan tanggap dalam peningkatan kebutuhan produk dan jasa. Produk dan jasa merupakan hal yang paling dibutuhkan oleh konsumen. Karena konsumen tidak terlepas dari keperluan produk dan jasa. Dengan adanya kebutuhan dan keinginan konsumen dalam memilih produk dan jasa itu, perusahaan seharusnya menyediakan apa yang dibutuhkan konsumen dan juga keinginan para konsumen agar konsumen merasa puas dengan kelengkapan produk maupun jasa yang diberikan.

Dari banyaknya produk yang serupa membuat masyarakat harus menentukan pilihan yang akan dibeli misalnya dari peralatan rumah tangga. Ibu rumah tangga pasti menginginkan peralatan rumah tangga yang berkualitas baik, mempermudah menyimpan persediaan bahan pangan di dapur dan yang aman digunakan. Oleh sebab itu, perusahaan harus melihat dari sisi kebutuhan dan keinginan ibu rumah tangga. Karena ibu rumah tangga dapat menjadi pelanggan yang setia jika ia mendapatkan apa yang dibutuhkan dan diinginkan. Tujuannya untuk mencapai kepuasan konsumen bahkan lebih dari itu, yaitu untuk membahagiakan konsumen.

Adapun peralatan rumah tangga saat ini sedang yang banyak dikenal masyarakat adalah merk Tupperware. Tupperware merupakan nama merek terkenal dari peralatan rumah tangga yang terbuat dari plastik, termasuk di dalamnya, wadah penyimpanan, wadah penyajian dan beberapa peralatan dapur yang diperkenalkan untuk khalayak umum. Konsumen lebih memilih produk Tupperware dengan berbagai alasan. Tupperware ini sendiri memiliki keunggulan yang diakses pada website Tupperware itu sendiri yaitu kualitas produk yang bermutu karena tidak menggunakan bahan kimia beracun dan dilengkapi dengan

garansi seumur hidup, artinya Tupperware akan mengganti produk yang rusak dalam pemakaian normal, bukan untuk pemakaian komersial atau industri (tidak sesuai fungsinya). Semua kerusakan akan diganti kecuali meleleh akibat terkena api atau benda yang sangat panas seperti wajan atau penggorengan, pecah atau terkena pukulan benda keras, dan terkena gigitan sehingga menimbulkan kerusakan. Sehingga produk ini sendiri mampu bersaing dari produk plastik lainnya.

Berdasarkan Top Brand Award Indonesia, Tupperware meraih prestas yaitu Top Brand Award. Top Brand Award ini merupakan sebuah penghargaan yang diberikan kepada merk-merk yang meraih predikat TOP. Penghargaan ini diberikan penyelenggaraan Frontier Consulting Group.

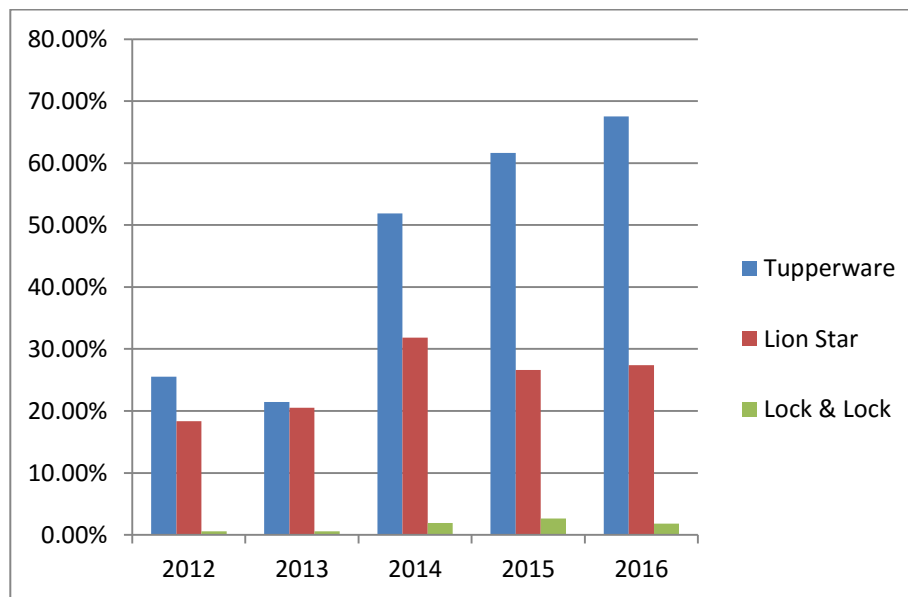
Kemudian untuk kedua kalinya Tupperware Indonesia unggul di kategori Plastic Container yang kemudian disusul oleh Lion Star, dan Lock and Lock. Pada penjualan Tupperware pada tahun 2007-2012 mengalami fluktuasi. Dan pada tahun 2010-2011 penjualan Tupperware mengalami kenaikan yang besar dibanding penjualan tahun sebelumnya, walaupun harga yang ditawarkan oleh Tupperware cukup mahal bila dibandingkan dengan produk Lion Star yang menjadi pesaing utama Tupperware dalam kategori alat rumah tangga berdasarkan survey Top Brand Indeks yang dilakukan oleh Frontier Consulting Group dan Majalah Marketing berdasarkan survei yang dilakukan di 15 kota besar di Indonesia yaitu Jabodetabek, Bandung, Semarang, Jogjakarta, Malang, Surabaya, Medan, Makassar, Pekanbaru, Balikpapan, Banjarmasin, Palembang, Samarinda, Denpasar dan Manado.

Selain dari keunggulan kualitas produk, konsumen juga melihat dari segi harga. Harga merupakan nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan sejumlah uang dimana berdasarkan nilai tersebut seseorang atau perusahaan bersedia melepaskan barang atau jasa yang dimiliki kepada pihak lain. Harga yang ditetapkan atas suatu produk baru harus dapat memberikan pengaruh yang baik bagi pertumbuhan pasar. Karena harga merupakan hal yang terpenting dalam sebuah bisnis, produk yang dijual harus ditentukan harganya sehingga seluruh pihak akan memperoleh keuntungan dari pemberian harga yang pas.

Harga jual adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk memproduksi suatu barang atau jasa ditambah dengan persentase laba yang diinginkan perusahaan, karena itu untuk mencapai laba yang diinginkan oleh perusahaan salah satu cara yang dilakukan untuk menarik minat konsumen adalah dengan cara menentukan harga yang tepat untuk produk yang terjual. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang, dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen.

Penentuan harga jual ini penting dalam suatu perusahaan karena merupakan dasar dalam penentuan keuntungan yang diharapkan. Penentuan harga jual juga mempengaruhi kehidupan perusahaan. Penentuan harga jual yang terlalu tinggi akan menyebabkan konsumen beralih pada perusahaan pesaing yang menawarkan harga lebih murah dengan kualitas barang atau jasa yang relatif sama. Hal ini menyebabkan perusahaan memperoleh kerugian jangka panjang yaitu kehilangan konsumen yang secara otomatis akan mengurangi perolehan laba perusahaan. Sedangkan penentuan harga jual yang terlalu rendah menyebabkan perusahaan mengalami kerugian karena harga jual barang atau jasa tidak bisa menutupi seluruh biaya produk. Oleh sebab itu, perusahaan sebaiknya harus lebih teliti dalam menetapkan suatu harga yang akan berdampak pada laba perusahaan.

Namun, pada produk Tupperware ini sendiri memiliki harga yang berbeda dibanding pesaing lainnya. Karena Tupperware terbilang nilai jualnya cukup tinggi atau bisa dikategorikan produk mahal. Dilihat dari hasil survei yang dilakukan oleh Top Brand Award dengan 2500 responden selama 5 tahun terakhir dalam pengguna produk Tupperware dan pesaingnya seperti Lion Star dan Lock and Lock dapat dilihat dari grafik berikut ini:



Grafik 1.1

Jenis Produk Rumah Tangga yang Dibeli

Sumber: www.topbrand-award.com, 2016

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa hampir setiap tahun penjualan Tupperware mengalami peningkatan dibanding produk lain yang mengalami fluktuasi. Dari grafik itu juga dilihat Tupperware memiliki nilai jual yang paling tinggi dibanding produk lainnya walaupun harganya yang mahal tapi tidak menutup kemungkinan Tupperware tidak dibeli atau dikonsumsi oleh konsumen karena harga yang relatif mahal dibanding pesaingnya.

Dari penjelasan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **"Tinjauan Harga Pada Produk Tupperware."**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka perumusan masalah yang akan penulis bahas dalam penelitian ini yaitu bagaimana penyesuaian harga pada produk Tupperware?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar permasalahan dalam penyusunan laporan akhir ini tidak terjadi penyimpangan, maka penulis membatasinya hanya pada 3 strategi penyesuaian harga yaitu potongan harga, penetapan harga psikologis dan penetapan harga promosi.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penulisan

1.4.1 Tujuan Penulisan

Tujuan penulisan laporan akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penyesuaian harga pada produk Tupperware.

1.4.2 Manfaat Penulisan

Adapun manfaat penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis

Diharapkan dapat memberikan wawasan dan pengetahuan baru melalui pengalaman yang didapat selama melaksanakan penelitian, serta untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang didapat selama perkuliahan khususnya dibidang pemasaran.

2. Bagi perusahaan

Diharapkan dapat dijadikan masukan atau sumber informasi untuk mengetahui seberapa besarnya dampak yang dihasilkan dari penelitian ini.

3. Bagi pembaca

Sebagai literatur bagi pembaca khususnya mahasiswa yang akan mengadakan suatu penelitian pada bidang yang sama.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk melengkapi laporan ini, penulis melakukan penelitian mengenai **Tinjauan Harga pada Produk Tupperware.**

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Adapun jenis dan sumber data yang digunakan dalam penulisan laporan akhir ini menurut Yusi dan Idris (2010:6) adalah:

1. Data primer, yaitu data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya.
2. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, biasanya sudah dalam bentuk publikasi. Data sekunder yang dimaksud adalah data yang sudah tersusun dari perusahaan Tupperware yang dibutuhkan oleh penulis sejarah singkat perusahaan, struktur organisasi dan uraian pekerjaan.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

Dalam metode penelitian ini penulis menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Riset lapangan

Yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan ditempat yang menjadi objek yang akan diteliti dengan cara mendatangi langsung objek tersebut.

Menurut Umar (2002:167), dalam penelitian ilmiah ada beberapa teknik pengumpulan data beserta perangkat pengumpulan datanya masing-masing adalah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis mengenai gejala-gejala yang diteliti. Observasi ini menjadi salah satu dari teknik pengumpulan data apabila sesuai dengan tujuan penelitian, yang direncanakan dan dicatat secara sistematis, serta dapat dikontrol keandalan (reliabilitas) dan kesahihannya (validitasnya).

2. Riset Kepustakaan

Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara membaca dan mempelajari buku-buku yang berkenaan dengan topik dan masalah yang sedang dibahas sehingga dapat dijadikan bahan penyelesaian.

1.5.4 Analisa Data

Metode Analisis yang digunakan dalam penelitian ini menurut Sugiyono (2008: 15), yaitu analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah data yang dinyatakan dalam bentuk kata, kalimat dan gambar. Jadi, pada teknik analisa kualitatif ini digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang dan berhubungan dengan masalah dari penelitian ini.