

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Teh Botol Sosro

PT. Sinar Sosro ialah perusahaan yang bergerak dibidang pembuatan teh minum yang siap saji yang melai memproduksi di Indonesia. Perusahaan ini dirintis oleh Soegiharto Sosrodjojo pada tahun 1940 dengan memproduksi kemudian menawarkan teh seduh yang bermerek Teh Cap Botol, yang akhirnya di tahun 1974 ia mendaftarkan perusahaanya hingga bertahan sampai hari ini. (sinarsosro.id).

Teh Botol Sosro menggunakan bahan baku daun teh yang mereka peroleh dari perkebunan teh mereka sendiri agar mendapat kualitas daun teh yang terjaga. Daun teh yang sudah di panen kemudian dicampur dengan bunga gambir dan bunga melati agar menghasilkan rasa yang unik dan selalu terjamin kualitasnya. Perusahaan telah memiliki 13 pabrik yang tersebar di Seluruh Nusantara (sinarsosro.id)



Gambar 1. 1 Logo Teh Botol Sosro

1.2. Latar Belakang

Salah satu industri yang menyumbang devisa untuk negara yang sangat signifikan adalah industri minuman. Hal ini bisa di lihat dari investasi penanaman modal dalam negeri yang mencapai Rp1,43 triliun dan USD68,72 juta untuk penanaman modal asing. Hal tersebut menyebabkan daya tarik tersendiri dalam pertumbuhan industri minuman di Indonesia (Kemenperin.go.id, 2019)

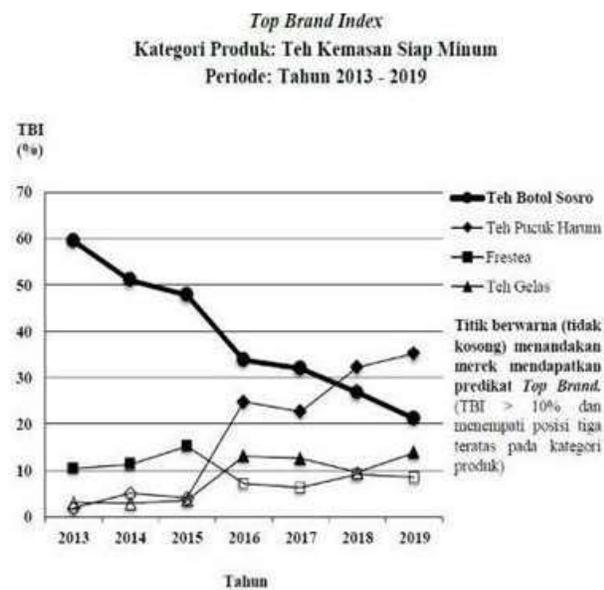
Industri minuman ringan di duga mencapai 35 miliar liter pertahun 2018. pada posisi pertama masih di isi oleh air mineral galon yang mengambil bagian 70% dari total keseluruhan disusul minuman the kemasan yang mengambil porsi sebesar 5,7%, minuman susu sebesar 3,1%, minuman jus 3%. Hal tersebut berarti industri minuman teh masih menjadi unggulan di Indonesia setelah air mineral (wartaekonomi.co.id, 2018).

Teh dahulu kerap disajikan sebagai minuman untuk berbagai macam acara yang ada di Indonesia dan dihidangkan dalam cangkir. Namun seiring industri yang semakin maju, muncul inovasi untuk menjual teh di dalam kemasan yang praktis agar bisa dibawa dan dinikmati dimana-mana. Selain sifatnya yang praktis konsumen juga menilai harga dan kualitas teh kemasan ini mudah dijangkau dan berkualitas baik.

Pertumbuhan yang terjadi menimbulkan banyaknya pemain baru di industri teh dalam kemasan karena banyak perusahaan melirik industri minuman kemasan. Perubahan yang terjadi pada pola konsumsi masyarakat khususnya di sektor minuman kemasan membuat produk terus menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan data Nielsen Indonesia penjualan minuman teh kemasan mengalami kenaikan sebesar Rp 410 juta dari tahun 2018 mencapai Rp12,37 triliun pada tahun 2019 (Bisnis.com, 2019).

Beberapa merek minuman teh kemasan yang menguasai *market* yakni Teh Botol Sosro, Teh Pucuk Harum, Frestea, Teh Gelas, dan Montea. Salah satu merek lama yang menarik untuk di bahas adalah Teh Botol Sosro.

Menjadi perusahaan teh tertua di Indonesia, Teh Botol Sosro sempat menjadi *market leader* selama bertahun-tahun sebelum dominasinya digeser oleh Teh Pucuk Harum. Top Brand Award membuat survey kategori produk teh kemasan siap minum. Dalam survey yang dilakukan oleh *Top Brand Award* pada tahun 2013 sampai tahun 2020, walaupun Teh Botol Sosro mengalami penurunan yang signifikan namun tetap bisa konsisten dideretan peringkat atas survey top brand. Gambar 1.2 dan 1.3 dibawah ini merupakan survey penurunan yang dipublikasikan oleh Top Brand Index.



Gambar 1. 2 Grafik Produk Teh Kemasan Siap Minum

TEH DALAM KEMASAN SIAP MINUM

BRAND	TBI 2020	
Teh Pucuk Harum	34.7%	TOP
Teh Botol Sosro	17.5%	TOP
Teh Gelas	13.0%	TOP
Fretea	10.4%	
Mountea	5.0%	

Gambar 1. 3 Top Brand Award

Sumber: (topbrand-award.com, 2021)

Adapun yang dijadikan sebagai responden utama dalam Survei *Top Brand* ditujukan kepada pelanggan, yang mana dari hasil survey tersebut pelanggan akan memilih beberapa perusahaan yang mereka sukai sehingga perusahaan yang mereka pilih akan berpredikat *Top Brand*. Adapun badan usaha yang melakukan kegiatan ini adalah Frontier Research. Semenjak tahun 2000, Frontier Research melakukan Survei *Top Brand* secara independen. Dengan berpengalaman selama 19 tahun, survei-survei yang telah dilakukan oleh Frontier Research mendapat kepercayaan dari pemilik merek dan pelanggan yang ada di Indonesia (topbrand-award.com, 2021).

Teh kemasan yang diluncurkan PT Sinar Sosro Tbk ini ialah bersumber dari daun teh pilihan. Teh Botol Sosro yang salah satu usahanya membuat teh kemasan yang telah ada dalam industri minuman teh kemasan di Indonesia semenjak dulu serta menjadi salah satu yang menguasai pasar minuman teh selama bertahun-tahun. Gambar 1.2 menjelaskan bahwa Teh Botol Sosro menjadi *market leader* dalam kurun waktu 4 tahun dimulai pada tahun 2013 hingga tahun 2017. Namun Teh Botol Sosro sebagai merek lamaterus mengalami penurunan penilaian dari tahun ke-tahun hingga puncaknya pada periode 2018 hingga periode 2020 dominasi yang selama ini

dikuasai telah beralih ke Teh Pucuk Harum yang notabene produk baru dalam industri teh kemasan.

Mengonsumsi minuman dalam kemasan secara berlebihan memiliki dampak negatif bagi tubuh. Produk minuman manis memiliki komposisi kadar gula yang tinggi serta tidak banyaknya nutrisi yang memiliki manfaat untuk tubuh manusia. Beberapa penyakit serius seperti penyakit jantung, diabetes, serta beberapa penyakit jenis kanker ialah dampak yang disebabkan dari mengonsumsi minuman manis secara berlebihan. Menurut alodokter.com (2020) menyatakan bahwa jika manusia mengonsumsi 2 sampai 6 gelas minuman yang manis tiap minggunya bisa memicu peningkatan risiko kematian sebesar 6%, sedangkan jika mengonsumsi 1 sampai 2 gelas minuman yang manis tiap harinya bisa menyebabkan peningkatan risiko kematian sebesar 14%.

Indonesia menjadi negara peringkat ketiga terhadap konsumsi minuman manis pada kawasan Asia Tenggara yang nilai konsumsinya 20,23 liter per orang/tahun. Dengan angka tersebut berdampak pada meningkatnya angka kematian dan sakit yang disebabkan berat badan, obesitas, serta penyakit yang tidak menular, diabetes dan penyakit kardiovaskular. Sekarang ini, sebanyak empat puluh tiga anak pada usia 0-5 tahun di penjuru dunia merasakan obesitas, serta prevalensi obesitas dan diprediksi akan terus meningkat dari 4,2% di tahun 1990 menjadi 9,1% di tahun 2020. Kasus PTM di Indonesia menjadi suatu beban bagi masyarakat sebab BPJS Kesehatan diwajibkan membayar sebanyak 14,4 triliun di tahun 2017 dalam mengurus hal ini (ugm.ac.id, 2020).

Tetapi bila dilihat dari segi ekonomi, Indonesia adalah pasar besar bagi produk minuman manis dengan pertumbuhan sekitar 8-10% tiap tahunnya. Jumlah total penjualan diprediksi sebanyak Rp 180 triliun di tahun 2019 yang memiliki arti sekitar 39 liter pada tiap orannya. Oleh karena itu pemerintah memutuskan untuk menarik pajak dari minuman manis untuk mengatasi permasalahan kesehatan yang kian makin

meningkat. Dalam sebuah penelitian menunjukkan kalau pajak bisa diterapkan dan akan memberikan manfaat secara ekonomi. Adapun BMJ Global Health juga pernah melakukan penelitian tentang pengembangan model dalam membuat ukuran berapa banyak keuntungan yang didapat dalam mengimplementasikan pajak minuman manis di Indonesia (Kompas.com, 2019).

Riset Kesehatan Dasar Kementerian Kesehatan mengungkapkan 53,1% penduduk Indonesia yang berusia 10 tahun keatas memiliki kebiasaan mengonsumsi gula yang berlebih. Konsumsi gula berlebih tersebut dilakukan masyarakat dengan cara makan dan minum yang mengandung gula (detik.com, 2017)..

Tabel 1. 1 Minat Makanan Minuman Manis

Persentase Kebiasaan Mengonsumsi Makanan dan Minuman Berisiko pada Penduduk Umur 3 Tahun ke Atas	
minuman manis	91,5%
makanan ber-MSG	88,4%
mie instan	87,9%
makanan manis	87,9%
makanan berlemak	86,7%
makanan asin	72,7%
makanan yang di bakar	39,0%
makanan olahan	27,9%
minuman berkarbonasi	13,2%
minuman berenergi	7,8%

Sumber: databoks.katadata.co.id (2018)

Pada tabel 1.1. memperlihatkan adanya kebiasaan yang dilakukan oleh anak berusia tiga tahun ke atas makanan dan minuman manis dengan angka sebesar 91,49% di tahun 2018, lalu diikuti oleh makan ber-MSG dengan tempat kedua sebesar 88,4%. Persentase tersebut diaktakan sebagai persentase yang tertinggi apabila dibandingkan dengan makana serta

minuman yang menimbulkan risiko gangguan kesehatan (katadata.co.id, 2021)

Berdasarkan anjuran WHO, konsumen gula bebas sebaiknya diminimalisir setidaknya tidak melebihi 10% dan apabila jika konsumsi gula bebas kurang dari 5% maka dapat memberikan manfaat bagi kesehatan. Dengan adanya hal ini maka terciptanya suatu peluang bagi perusahaan-perusahaan untuk membuat produk makanan dan minuman rendah gula (*less sugar*) yang mana produk tersebut mengandung kadar gula lebih rendah (fransisca, 2016)

Seratus lima puluh responden yang berdomisili di jabodetabek ditemukan sebanyak 69% dari responden sudah mulai mengurangi konsumsi gula berlebih (fransisca, 2016). Setelah itu, sebanyak 86% dari 150 orang responden sudah mulai membuat batasan pada jumlah konsumsi gula pada buah hatinya. Mereka menyarankan anak mereka untuk makan dan minum produk yang memiliki kadar gula yang rendah (*less sugar*), sebagai metode yang lebih diutamakan dalam memberi batasan jumlah konsumsi gula yang berlebihan.

Peluang ini dapat dimanfaatkan oleh pelaku industri minuman kemasan di Indonesia untuk membuat produk minuman yang lebih merujuk terhadap *healthy product* yaitu makanan dan minuman rendah gula (*less sugar*). Produk ini memiliki kadar gula minimal 25% yang mana lebih rendah jika dikomparasikan dengan produk sejenisnya. Sinar Sosro sebagai perusahaan yang memproduksi minuman teh kemasan tertua melakukan diferensiasi pada produk andalan mereka teh botol sosro. Hal itu juga dilakukan Teh Botol Sosro untuk mengantisipasi perubahan pasar ketika banyak orang yang nantinya akan sadar akan pentingnya mengurangi kadar gula dalam minuman mereka. Teh Botol Sosro melirik peluang pasar baru dengan merilis Teh Botol Sosro *less Sugar* yang memiliki kadar gula rendah dan Teh Botol Tawar yang tidak mengandung gula. Produk tersebut dapat

di konsumsi oleh masyarakat yang sudah sadar akan pentingnya mengurangi minuman yang berkadar gula tinggi.

Melalui fenomena yang telah dikemukakan, penulis memilih teh botol sosro sebagai objek penelitian dikarenakan hanya Teh Botol Sosro produsen minuman teh kemasan di Indonesia yang mengeluarkan 1 jenis produk tetapi dengan 3 varian kadar gula yang berbeda. Selain itu, penulis ingin mengetahui lanjut bagaimana pengaruh diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen Teh Botol Sosro melalui penelitian yang berjudul **“PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN TEH BOTOL SOSRO”**.

1.3. Perumusan Masalah Penelitian

Setiap perusahaan pasti berupaya membangun suatu *marketing strategy* yang baik untuk mencapai tujuan perusahaan. Ketepatan dalam membuat suatu strategi pemasaran berdampak pada konsumen yang memutuskan untuk membeli terus meningkat, dengannya volume penjualan juga ikut naik. Begitupun Teh Botol Sosro yang mengeluarkan produk *less sugar* dan tawar untuk mengantisipasi adanya pergeseran pola perilaku pembelian konsumen. Berdasarkan penjabaran tersebut, pertanyaan penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro?
2. Manakah indikator diferensiasi produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro?
3. Apakah teori diferensiasi produk yang dikemukakan oleh Kotler (2015) masih relevan hingga saat ini?

1.4. Tujuan Penelitian

Bersamaan dengan latar belakang dan perumusan masalah penelitian yang sudah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro dari sisi akademis dan bisnis.
2. Untuk mengetahui indikator diferensiasi produk mana yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian Teh Botol Sosro.
3. Untuk menguji relevansi teori Kotler (2015) masih relevan hingga saat ini.

1.5. Manfaat Penelitian

1.5.1. Aspek Akademis

Diharapkan penelitian ini memberikan manfaat untuk pengembangan pengetahuan dan pemahaman, serta menambah kajian terkait topik diferensiasi produk dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada suatu produk. Penelitian juga dapat digunakan sebagai rujukan dan bahan acuan penelitian berikutnya dengan tema yang sama, yaitu yang berkaitan dengan pengaruh diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada suatu produk.

1.5.2. Aspek Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan informasi-informasi, pertimbangan solusi dan saran untuk membantu Teh Botol Sosro mengetahui seberapa besar minat konsumen terhadap pembelian produknya. Selain itu, penelitian ini juga bisa menjadi rujukan untuk kompetitor agar bisa belajar bagaimana kualitas produk yang dimiliki oleh Teh Botol Sosro agar bisa konsisten bertahan di industri minuman kemasan di Indonesia. Selain itu mudah-mudahan bisa meningkatkan kesadaran masyarakat untuk mengurangi

konsumsi gula secara berlebihan agar terhindar dari penyakit yang bisa mengakibatkan menurunnya kinerja seseorang.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika Penulisan penulisan tugas akhir yang akan dilakukan sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Bagian ini akan dimulai terlebih dahulu mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, kemudian perumusan masalah penelitian, diikuti tujuan penelitian, lalu manfaat penelitian, ruang lingkup serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN LITERATUR

Pada bagian bab ini akan dijelaskan hasil penelitian sebelumnya dan teori-teori atau penjelasan dengan topik yang sama dengan apa yang akan ditulis oleh penulis, penelitian terdahulu kemudian kerangka pemikiran, serta hipotesis.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini akan dimulai dengan metode penelitian yang akan dipakai pada penyusunan skripsi. Supaya terlihat sistematis, pada bab ini akan dipaparkan pemilihan lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel beserta jenis dan teknik pengambilan sampelnya, dan tidak ketinggalan teknik analisis data yang akan dipakai.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini akan dipaparkan hasil penelitian disertakan dengan pembahasan hasil penelitian. Jadi pada bab ini akan

terbagi menjadi dua sub bab yaitu hasil penelitian kemudian pembahasan.

BAB V: KESEMPULAN DAN SARAN

Sebagai bagian akhir dari penelitian, penulis akan memberikan kesimpulan juga saran terhadap hasil penelitian yang sudah dilakukan. Kesimpulan disini mencakup jawaban dari masalah penelitian yang ada dan hasil dari penelitian yang bersifat analisis obyektif. Dan untuk untuk saran ialah langkah yang harus diambil kedepan dalam membuat kebijakan aturan atau strategi yang dapat meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen the botol sosro, saran akademis.