

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di awal tahun 2020, wabah virus corona mulai menyebar diseluruh dunia salah satunya negara indonesia. Covid 19 dapat menyebar melalui partikel– partikel dari bersin atau batuk penderita yang menempel pada objek lain seperti pakaian ataupun elektronik dari orang sekitarnya. hal paling sederhana dan paling efektif memutus mata rantai penyebaran covid 19 adalah menjaga jarak jika berada di tempat umum atau keramaian, menggunakan *hand sanitizer* dan istirahat yang cukup. Saat ini pengguna *hand sanitizer* sudah semakin luas tidak hanya memelihara kesehatan tangan namun dapat digunakan untuk tujuan –tujuan yang lebih praktis seperti ditempat umum. (Ervianingsih, dkk. 2020).

Melihat kondisi tersebut, produk cairan antiseptik pembersih tangan/ *hand sanitizer* banyak beredar dipasaran dengan berbagai macam merek yang mengakibatkan konsumen sangat selektif dalam memilih produk cairan antiseptik pembersih tangan dan juga mengakibatkan persaingan antar perusahaan cairan antiseptik pembersih tangan menjadi semakin ketat sehingga diperlukan strategi pemasaran yang optimal. Berdasarkan pada data Top Brand Index 2020 yang merupakan hasil *survey* dari *Frontier Consulting Group* terdapat 3 merek cairan antiseptik pembersih tangan yaitu *antis* dengan presentase sebesar 33,8%, *dettol* sebesar 30 % dan *betadine* sebesar 10,6 %.

Penerapan teori permainan berdasarkan bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, People, Process, Physical Evidence*) menjadi salah satu

cara untuk memudahkan analisa dalam menentukan strategi yang lebih unggul pada produk cairan antiseptik pembersih tangan. Menurut Syaiffudin (2011) teori permainan adalah suatu teori dimana melibatkan dua atau lebih pemain yang masing–masing pemain ingin keluar sebagai pemenang dalam persaingan. Teori ini menekankan pada pengambilan keputusan mencapai hasil optimal dengan maksimasi kemenangan dan minimasi kekalahan. Tujuannya adalah untuk mengetahui dimana letak keunggulan masing-masing merek yang dapat dijadikan senjata dalam menarik perhatian konsumen

Berdasarkan persaingan produk cairan antiseptik pembersih tangan yang semakin ketat, maka diperlukan strategi yang optimal dengan menggunakan metode teori permainan (*game theory*). Dengan menggunakan metode ini, diharapkan dapat menentukan strategi pemasaran yang optimal pada produk cairan antiseptik pembersih tangan agar dapat bersaing di pasaran.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang telah dipaparkan maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan pada penelitian ini yaitu :

*“Bagaimana strategi pemasaran yang optimal pada produk cairan antiseptik pembersih tangan agar dapat bersaing di pasaran ?”*

## **1.3 Batasan Masalah**

Adapun batasan masalah yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merk cairan antiseptik pembersih tangan yang dijadikan objek penelitian adalah merk Antis, Dettol, dan Betadine
2. Pengambilan data kuisioner dilakukan penyebaran kuisioner di wilayah Jawa Timur dan dilakukan secara online
3. Strategi pemasaran ditinjau dari bauran pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, People, Process, Physical Evidence*)

#### **1.4 Asumsi – asumsi**

Beberapa asumsi – asumsi dalam penelitian ini diantaranya :

1. Responden mengetahui ketiga merk cairan antiseptik pembersih tangan tersebut dan pernah menggunakannya.
2. Harga produk cairan antiseptik pembersih tangan tidak berubah selama penelitian berlangsung.
3. Produk dalam kondisi baik

#### **1.5 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui strategi pemasaran yang optimal pada produk cairan antiseptik pembersih tangan agar dapat bersaing di pasaran.

#### **1.6 Manfaat Penelitian**

Berikut manfaat penelitian dalam penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menambah pengetahuan tentang strategi pemasaran yang optimal untuk dapat bersaing dipasaran. Berdasarkan teori-teori yang telah dipelajari terutama pengetahuan tentang metode teori permainan (*game theory*). Selain itu, hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan pembendaharaan perpustakaan tentang metode teori permainan (*game theory*).

## 2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan masukan atau usulan bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran yang paling optimal untuk dapat bersaing di pasaran

### 1.7 SISTEMATIKA PENULISAN

Adapun sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, batasan masalah untuk membatasi pembahasan permasalahan, asumsi-asumsi, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam pembuatan tugas akhir ini.

#### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini akan diuraikan tentang landasan teori penelitian mengenai permasalahan yang diteliti yakni tentang teori permainan, langkah – langkah dalam teori permainan, pemasaran, bauran pemasaran, serta uji validitas dan reliabilitas

#### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini akan diuraikan tentang pelaksanaan penelitian yang diteliti yaitu tempat dan waktu penelitian, identifikasi variabel dan definisi operasional, dan diagram alir (*flowchart*)

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang hasil dari pengumpulan data mentah mencakup uji validitas dan uji reliabilitas, hasil pengolahan data dari kuisioner serta analisis pembahasan dari hasil pengolahan data berupa hasil perhitungan *matrix pay off* teori permainan

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan dari analisis pada penelitian ini, juga saran-saran yang berkenaan dengan penyempurnaan tulisan ini lebih lanjut.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**