

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pertambahan penduduk di Indonesia dari tahun 2000 – 2010 berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik Nasional yang mencapai angka 31.376.731 jiwa, serta dunia industri pariwisata di Indonesia yang makin berkembang pesat ditunjukkan dengan data dari Badan Pusat Statistik Nasional tentang kedatangan wisatawan dari pintu masuk bandara yang mencapai 8.802.129 orang dalam periode Januari 2013 - Desember 2013, mendorong banyak usaha di sektor properti dan rumah makan bermunculan. Hal tersebut juga didukung dengan banyaknya program-program dari pemerintah yang mendukung sektor pariwisata untuk mengejar banyak pendapatan negara serta kondisi alam Indonesia yang menyimpan banyak keindahan dan potensi wisata. Para pelaku usaha properti dan rumah makan berlomba-lomba untuk memenuhi kebutuhan dari para penduduk Indonesia maupun wisatawan baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Untuk menjamin kualitas pelayanan dari setiap pelaku usaha tersebut, pemerintah mengeluarkan aturan yang cukup ketat terutama dalam hal kebersihan, sehingga para pelaku usaha properti dan rumah makan membuka kerjasama dengan pihak ketiga, dalam hal ini usaha jasa *pest control* salah satunya.

Hama berdasarkan kamus besar bahasa Indonesia adalah hewan yang mengganggu produksi pertanian seperti babi hutan, tupai, tikus, dan terutama serangga. Sedangkan definisi hama yang dapat dikaitkan dengan permukiman atau usaha restoran dikemukakan oleh Gerozisis dan Hadlington (1985) adalah suatu makhluk hidup yang pada suatu tempat dan waktu, tidak dikehendaki. Tidak dikehendaki bermakna bahwa secara langsung keberadaannya dapat mengancam kesehatan atau harta-benda atau hanya sekedar gangguan kenyamanan atau estetika Iklim tropis yang dimiliki Indonesia juga mendorong pertumbuhan hama menjadi makin cepat. Menurut Sigit dan Hadi (2006) hama yang sering muncul di permukiman di Indonesia adalah nyamuk, lalat, rayap, kecoa, semut, pinjal, kutu, kepinding, caplak, tikus, tungau, dan hama gundang.. Namun dengan sistem penanganan yang tepat, maka setiap hama yang mengganggu kehidupan manusia secara langsung dapat dihilangkan dan tidak merusak lingkungan sekitar. Saat ini cukup banyak jasa *pest control* yang

bermunculan di kota-kota besar di Indonesia, baik itu skala kecil, skala menengah, maupun skala besar, salah satunya Jakarta. Jasa *pest control* “Populasi” berdiri sejak tahun 2009 di Jakarta. Namun karena ketatnya persaingan di Jakarta, maka keuntungan yang diperoleh perusahaan tidak pernah mencapai target yang ditetapkan oleh manajemen.

Pemilik dari jasa *pest control* ini sudah merencanakan akan memperluas unit usahanya dan dapat menjangkau daerah lain khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta. Jika dilihat dari potensi wisata dan kepadatan penduduk yang ada, daerah tersebut memberikan banyak peluang untuk jasa *pest control* dapat berkembang dengan pesat. Namun karena keragu-raguan dari pemilik karena tidak mengetahui secara pasti mengenai keinginan konsumen dan minat pasar maka rencana perluasan pasar tertunda.

Riset pasar sangat diperlukan dalam permasalahan yang dihadapi oleh Populasi. Menurut Doman dan Dennison (2002) riset pasar seperti halnya melakukan uji jalan kendaraan baru dan mencoba sepasang sepatu baru sebelum membelinya. Riset pasar bertujuan untuk mengetahui pengetahuan pasar terhadap produk yang ditawarkan dan yang sejenis, minat pasar terhadap produk yang ditawarkan, serta harapan pasar terhadap produk yang diharapkan. Riset pasar, juga memberikan masukan-masukan dari konsumen secara langsung terhadap produk yang ditawarkan. Setelah melakukan riset pasar, pelaksana riset pasar juga akan mendapatkan beberapa strategi marketing seperti pemberian harga produk atau layanan jasa serta alasan penentuan harga, cara efektif untuk memasang iklan dan promosi, daftar dari hubungan bisnis yang diperlukan, metode distribusi, serta faktor-faktor resiko yang mungkin terjadi.

Ketidaktahuan pemilik jasa *pest control* “Populasi” mengenai pasar yang potensial di Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dijumpai dengan penelitian riset pasar ini. Analisis dilakukan dengan cara membandingkan hipotesis yang dibuat dari ide pemilik dengan data primer, data sekunder dan hasil survey langsung ke pasar, Hasil penelitian yang didapatkan nantinya akan digunakan sebagai strategi dalam pemasaran terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana membantu pemilik dari jasa *pest control*

“Populasi” untuk melakukan riset pasar dan menentukan strategi pemasaran yang tepat untuk perluasan di Daerah Istimewa Yogyakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi tingkat minat pasar terhadap jasa *pest control* “Populasi”.
2. Memperoleh strategi yang tepat untuk pemasaran jasa *pest control* “Populasi”.

1.4 Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak melebar maka dalam penelitian ini diberikan beberapa batasan masalah sebagai berikut :

1. Area riset pasar yang diambil adalah Daerah Istimewa Yogyakarta sesuai dengan keinginan dari pemilik “Populasi” membuka cabang di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Responden diambil dari pelaku usaha restoran dan kafe di Daerah Istimewa Yogyakarta sesuai dengan keinginan pemilik untuk mengetahui minat dari pelaku usaha restoran dan kafe.
3. *Tools* yang digunakan dalam riset pasar adalah dengan menggunakan kuesioner.