



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

***Analisis Customer Education* Produk Kapsul Vitamin E  
**Natur-E Advanced Pada PT Darya-Varia Jakarta****

Skripsi

Oleh

Vanya Putridita

2015320083

Bandung

2019



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi A*

*SK BAN –PT NO: 468/SK/BAN-PT/Akred/S/XII/2014*

***Analisis Customer Education* Produk Kapsul Vitamin E  
**Natur-E Advanced Pada PT Darya-Varia Jakarta****

Skripsi

Oleh

Vanya Putridita

2015320083

Pembimbing

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si

Bandung

2019

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Vanya Putridita  
Nomor Pokok : 2015320083  
Judul : Analisis *Customer Education* Produk Kapsul Vitamin E Natur-E  
Advanced pada PT Darya-Varia Jakarta

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Senin, 8 Juli 2019  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**

**Ketua sidang merangkap anggota**

Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si. : \_\_\_\_\_

**Sekretaris**

Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. : \_\_\_\_\_

**Anggota**

Daniel Karim, S.IP., MM. : \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Vanya Putridita

NPM : 2015320083

Jurusan Program Studi : Ilmu Administrasi Bisnis

Judul : Analisis *Customer Education* Produk Kapsul Vitamin E Natur-E Advanced pada PT Darya-Varia Jakarta

Dengan ini menyatakan bahwa, skripsi yang saya tulis ini merupakan hasil karya sendiri dan bukanlah karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya dan pendapat orang lain dikutip dan ditulis sesuai dengan kaidah penulisan yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi sesuai dengan peraturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak sesuai atau tidak benar.

Bandung, 9 Agustus 2019

Vanya Putridita

## ABSTRAK

Nama : Vanya Putridita

NPM : 2015320083

Judul : Analisis *Customer Education* Produk Kapsul Vitamin E Natur-E  
Advanced Pada PT Darya-Varia Jakarta

---

Produk kapsul Vitamin-E di Indonesia semakin berkembang keberadaannya. Banyak perusahaan farmasi yang mulai meluncurkan produk kapsul Vitamin-E, PT Darya-Varia yang meluncurkan produk kapsul Vitamin E Natur-E Advance dengan memiliki dua komponen penting yaitu *Astaxanthin* dan *Lycopene*. Namun rupanya banyak pelanggan yang tidak mengetahui manfaat serta kelebihan dari *Astaxanthin* dan *Lycopene*, sehingga banyak pelanggan yang berhenti untuk mengonsumsi kapsul Natur-E Advance dan berdampak pada penurunan penjualan kapsul Natur-E Advance.

Indikasi masalah dari penelitian ini adalah kelebihan dari komponen penting *Astaxanthin* dan *Lycopene* yang tidak diketahui oleh pelanggan, yang menyebabkan pelanggan tidak dapat merasakan manfaat dari kapsul Natur-E Advance. Dengan demikian, perlu diteliti sejauh mana pelanggan sudah merasa tereduksi mengenai produk kapsul Natur-E Advance.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa jauh pelanggan sudah merasa tereduksi mengenai produk kapsul Natur-E Advance. Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif analitis dengan pendekatan kualitatif. Data atas objek penelitian di koleksi melalui wawancara terstruktur, dan dokumentasi. Data dianalisis dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Data divalidasi dengan teknik triangulasi sumber.

Manfaat dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan informasi dari pelanggan mengenai sejauh mana pelanggan telah merasa tereduksi dengan produk kapsul Vitamin E Natur-E Advance.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kurang mendalamnya kegiatan *Customer Education* membuat pelanggan tidak mengerti manfaat serta kelebihan dari dua komponen utama pada kapsul Natur-E Advance, yaitu *Astaxanthin* serta *Lycopene*.

**Kata Kunci:** *Customer Education*

## ABSTRACT

*Name : Vanya Putridita*

*Npm : 2015320083*

*Title : Analysis of Customer Education in Vitamin E Natur-E Advanced  
Capsule Product at PT Darya-Varia Jakarta*

---

*Vitamin-E capsule products in Indonesia are increasingly growing. Many pharmaceutical companies started launching Vitamin-E capsule products, PT Darya-Varia which launched Vitamin E Natur-E Advance capsule products by having two important components, Astaxanthin and Lycopene. But apparently many customers did not know the benefits and the advantages of Astaxanthin and Lycopene, so many customers stopped to consume Natur-E Advanced capsules and it had an impact on the decline in sales of Natur-E Advance capsules.*

*An indication of the problem of this study is the advantages of the important components of Astaxanthin and Lycopene which are unknown to customers, which causes customers to not be able to experience the benefit from Natur-E Advance capsules. Thus, it is necessary to examine the extent to which customers already feel educated about Natur-E Advance capsule products.*

*The purpose of this study was to find out how far customers had felt educated in Natur-E Advance capsule products. The type of research conducted is descriptive analytical research with a qualitative approach. Data on research objects in the collection through structured interviews and documentation. Data were analyzed by means of data reduction, data presentation and conclusion drawing. Data is validated by source triangulation techniques.*

*The benefit of this research is to get information from customers regarding the extent to which customers have felt educated with Vitamin E Natur-E Advance capsule products .*

*The results of this study indicate that the lack of depth in Customer Education activities made customers not understand the benefits and advantages of the two main components in capsules Natur-E Advance, namely Astaxanthin and Lycopene.*

***Keywords: Customer Education***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis sampaikan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi dengan baik yang berjudul “Analisa Faktor -Faktor Penyebab Penurunan Penjualan Natur-E Advanced”. Penelitian yang dikerjakan penulis ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk menyelesaikan studi akademik penulis sebagai Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Katolik Parahyangan. Diharapkan pengerjaan penelitian ini dapat menjadi tolak ukur penulis selama menjalani studi.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dengan penuh rasa hormat dan motivasi yang diberikan selama proses pengerjaan penelitian skripsi ini, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT untuk segala rahmat dan karunia yang telah diberikan selama ini sehingga penulis dapat mengerjakan skripsi dengan baik.
2. Kedua orang tua penulis, ayah Rudy Muljono dan mamah Puspitaningsih yang selalu memberikan perhatian, motivasi, kesabaran, mendoakan, menyayangi, memberi dukungan moril maupun materi kepada penulis selama menempuh studi hingga mendapat gelar sarjana ini. Terutama ayah dari penulis karena sekaligus menjadi narasumber penulis untuk menulis skripsi ini.

3. Ibu Dr. Fransisca Mulyono, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan dukungan, meluangkan waktu, memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam mengerjakan skripsi ini sehingga penulis dapat memahami topik yang diteliti.
4. Bapak Mangadar Situmorang, Ph. D. selaku Rektor UNPAR, Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis dan seluruh dosen Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis UNPAR yang telah memberikan ilmu dan juga wawasan kepada penulis selama menempuh studi di UNPAR.
5. Adik-adik dari penulis yaitu Velya Putridita dan Vicka Putridita yang selalu menghibur, menemani, menyayangi serta memotivasi penulis dalam mengerjakan skripsinya.
6. *Brand Manager* dari produk Natur-E Advance yaitu Ibu Cut Nisa Amalia dan *Local Area Marketing Supervisor* dari produk Natur-E Advance yaitu Bapak Deny Lingga yang telah berkenan menjadi narasumber utama dari skripsi ini. Terima kasih telah memberikan wawasan yang sangat luas terkait *Customer Education* pada produk Natur-E Advance.
7. Sahabat-sahabat dekat penulis semasa perkuliahan khususnya group “Teu Daek Dimadu” yaitu Nadya Nevana Pohan dan Thalia Tara Aulia yang selalu ada menemani serta menghibur penulis dari awal mula perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan. Semoga pertemanan kita bisa selalu terjaga hingga kita sudah tua nanti.

8. Sahabat – sahabat dekat penulis yang lainnya, seperti Gerry, Ayu, Jason, Yusuf, Adeera, Brian, Meizka, Bunda Rafi, dan masih banyak lagi. Terima kasih sebesar-besarnya atas kehadiran kalian di hidup penulis. Terima kasih sudah menyumbang canda tawa pada hidup penulis dan menemani keseharian dari penulis.
9. Seluruh teman-teman FISIP angkatan 2015 khususnya untuk teman-teman di prodi Ilmu Administrasi Bisnis 2015, kita memulai ini semua sama-sama dari nol dan saya berharap ke depannya kita juga bisa sukses bersama-sama.
10. Tante dari penulis yaitu wa Yani, yang telah memberikan akomodasi tempat tinggal di Bandung selama proses bimbingan.
11. Asisten rumah tangga yaitu Bi Mae, yang sering membantu pekerjaan di rumah, yang selalu ada di rumah, yang selalu menyediakan makanan, serta memberikan canda tawa.
12. Kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu atas dukungan, doa, dan bantuan yang diberikan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada seluruh pihak yang telah membantu penulis. Akhir kata, penulis berharap dengan terselesaikannya penyusunan skripsi ini, Untuk memperbaiki kekurangan pada skripsi ini, penulis menerima kritik dan saran agar skripsi ini menjadi lebih baik.

Bandung, 26 Juni 2019

Penulis

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
ABSTRACT.....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR BAGAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Identifikasi Masalah .....	5
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Penelitian.....	7
1.5    Objek Penelitian .....	8
BAB II KERANGKA TEORI .....	9
2.1    Pemasaran.....	9
2.2 <i>Costumer Education</i> .....	11
2.2.1    Pengertian <i>Customer Education</i> .....	11
2.2.2    Tujuan <i>Customer Education</i> .....	12
2.2.3    Mengukur Dampak <i>Customer Education</i> .....	16
2.2.3.1    Pengukuran <i>Customer Education</i> .....	16

2.2.3.2	Pengukuran Penggunaan Produk Terkait Pengetahuan serta Keterampilan ( <i>Skill</i> ) .....	18
2.2.3.3	Tingkat Keahlian Kategori Produk.....	20
2.2.4	<i>Customer Education</i> pada <i>Pre-Purchase</i> dan <i>Post-Purchase</i> .....	22
BAB III	METODE PENELITIAN .....	29
3.1	Metode Penelitian.....	29
3.2	Jenis Penelitian.....	30
3.3	Pemilihan Informasi .....	31
3.4	Sumber Data Penelitian.....	34
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6	Teknik Analisa Data.....	36
3.7	Keabsahan Data.....	39
3.8	Langkah-Langkah Penelitian.....	40
BAB IV	OBJEK PENELITIAN .....	43
4.1	Sejarah Perusahaan.....	43
4.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	44
4.2	Profil Perusahaan.....	46
4.3	Fokus Utama Perusahaan .....	47
4.4	Struktur Organisasi.....	47
4.5	Deskripsi Tugas.....	47
4.6	Produk Natur-E Advanced .....	57
4.7	Harga Produk Natur-E Advanced .....	60
4.8	Foto Produk Natur-E Advanced.....	61
BAB V	HASIL DAN PEMBAHASAN .....	63
5.1	Tahap <i>Pre-Purchase</i> .....	64

5.1.1	Perusahaan Memberikan Banyak Usaha Kepada Saya Bagaimana Cara Menggunakan Produknya.....	64
5.1.2	Produk Natur-E Advance Adalah yang Mengedukasi Kustomernya Secara Baik dalam Penggunaan Serta Manfaat dari Produknya.....	66
5.1.3	Saya Merasa Kompeten Mengenai Produk Ini .....	69
5.1.4	Saya Merasa Bahwa Saya Memiliki Cukup Banyak Pengetahuan Mengenai Produk Ini, Sehingga Saya Percaya Diri Ketika Membeli Produk Ini .....	71
5.1.5	Saya Mengetahui Bagaimana Menilai Kualitas dari Produk Ini.....	74
5.1.6	Saya Mengetahui Harga dari Produk Ini.....	76
5.1.7	Saya Mengetahui Setiap Komposisi Baru yang Terkandung dalam Produk Ini .....	78
5.1.8	Saya Mengetahui Setiap Perbedaan Fungsi dari Produk-Produk Ini ... ..	80
5.2	Tahap <i>Post-Purchase</i> .....	82
5.2.1	Saya Mengetahui Bagaimana Cara Menggunakan Produk Ini .....	82
5.2.2	Saya Mengetahui Bagaimana Produk Ini Bekerja.....	85
5.2.3	Saya Merasa Lebih Menguasai Bagaimana Produk Ini Bekerja Dibanding Pengguna Lainnya.....	87
5.2.4	Produk Ini Masih Terlalu Rumit Untuk Saya .....	90
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN .....		92
6.1	Kesimpulan.....	92
6.2	Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA .....		I
LAMPIRAN.....		II

Lampiran 1 .....	II
Lampiran 2 .....	XXVII
Lampiran 3 .....	XXX

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3-1 Langkah-Langkah Analisa Data .....	38
Gambar 3-2 Triangulasi Sumber.....	40
Gambar 4-1 Logo PT Darya-Varia Laboratorium Tbk.....	46
Gambar 4-2 Produk Natur-E Advanced.....	61

## DAFTAR TABEL

Tabel 1-1 Tabel Penurunan Penjualan Natur-E Advance .....	3
Tabel 4-1 Harga Produk Natur-E Advanced.....	60
Tabel 5-1 Informasi Perusahaan tentang Cara Menggunakan Produk.....	64
Tabel 5-2 Informasi Edukasi yang Dilakukan Perusahaan .....	66
Tabel 5-3 Kompetensi Terhadap Produk .....	69
Tabel 5-4 Informasi Informan Mengenai Pengetahuan Produk.....	71
Tabel 5-5 Informasi Informan Mengenai Kualitas Produk.....	74
Tabel 5-6 Pengetahuan Informan Mengenai Harga Produk .....	76
Tabel 5-7 Pengetahuan Informan Mengenai Komposisi Produk.....	78
Tabel 5-8 Pengetahuan Informan Mengenai Perbedaan Fungsi Produk.....	80
Tabel 5-9 Pengetahuan Informan Mengenai Penggunaan Produk.....	83
Tabel 5-10 Pengetahuan Informan Mengenai Cara Kerja Produk.....	85
Tabel 5-11 Informasi Mengenai Penguasaan Produk .....	87
Tabel 5-12 Informasi Mengenai Kerumitan Produk.....	90

## **DAFTAR BAGAN**

Bagan 4-1 Struktur Perusahaan PT Darya-Varia Tbk.....	47
---	----

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Memiliki kulit yang sehat serta bagus tentu menjadi idaman seluruh orang, khususnya untuk kaum wanita. Namun merawat kulit dari luar saja tidak cukup, kita pun perlu merawat kulit kita dari dalam agar mendapatkan hasil yang maksimal. Perawatan dari luar dapat dilakukan dengan cara pemakaian *hand and body, face cream, serum, toner*, dll. Sedangkan perawatan dari dalam dapat dilakukan dengan cara mengonsumsi kapsul vitamin secara rutin. Salah satu jenis vitamin yang terkenal untuk merawat kesehatan kulit adalah Vitamin E. Vitamin E memiliki banyak manfaat bagi kesehatan tubuh kita, khususnya untuk kesehatan kulit. Berdasarkan informasi yang dilansir dari *website* resmi Natur-E, manfaat dari mengonsumsi Vitamin E secara rutin dapat memberikan dampak yang baik untuk kulit, yaitu : Vitamin E dapat mempercepat proses penyembuhan bekas jerawat, melembabkan kulit, menghaluskan kulit, mencerahkan kulit, serta membuat kulit awet muda.

Banyak produk Vitamin E beredar di pasar Indonesia yang di produksi oleh berbagai macam perusahaan farmasi, namun salah satu produk Vitamin E terlama di Indonesia adalah Natur-E. Natur-E di produksi oleh PT Darya-Varia dan diluncurkan pertama kali di pasar pada tahun 1978 dengan jenis kapsul Vitamin E yang memiliki 100IU. Adanya kedatangan produk vitamin E dari pesaing

mengakibatkan penjualan dari kapsul Natur-E 100IU pun semakin melemah. Produk vitamin E merek Ever-E yang diluncurkan oleh pesaing ternyata lebih mengundang ketertarikan pada masyarakat Indonesia. Bagaimana tidak, Pesaing utama dari produk Natur-E 100IU datang ke pasar Indonesia dengan cara yang lebih strategis, yaitu dengan cara meluncurkan kapsul Vitamin E dengan IU yang lebih tinggi (250IU) serta produk pesaing menginformasikan bahwa mereka menjamin kehalalan dari produk Vitamin E mereka. Sebab, kapsul Vitamin E dari Ever-E terbuat dari rumput laut. Hal tersebutlah yang membuat kapsul Natur-E 100IU kalah dengan produk pesaing, karena pada saat itu kapsul Natur-E hanya mengandung Vitamin-E dengan 100IU dan kapsul Natur-E terbuat dari gelatin yang mengakibatkan pengguna Natur-E meragukan kehalalan dari produk Natur-E. Sebab, adanya persepsi masyarakat bahwa gelatin itu pasti terbuat dari babi.

Karena persaingan pasar semakin ketat yang diakibatkan oleh kedatangan produk Vitamin-E dari Ever-E, Natur-E pun harus mengembangkan produk mereka agar tetap dapat bertahan pada persaingan produk Vitamin-E di pasar Indonesia. Agar dapat bertahan pada persaingan di pasar, akhirnya PT Darya-Varia pada akhir tahun 2015 meluncurkan produk Naur-E Advanced. Natur-E Advanced adalah produk Vitamin-E yang telah dimodifikasi oleh PT Darya-Varia dengan cara menambahkan dua komponen baru pada produknya. Produk Natur-E Advanced mengandung Vitamin E dengan 100IU dan memiliki dua komponen penting yang membedakan Natur-E Advanced dengan produk vitamin-E lainnya yang ada di pasaran. Dua komponen penting itu adalah *Lycopene* serta *Astaxanthin* yang berasal dari ganggang merah. Selain meluncurkan Vitamin E

dalam bentuk kapsul, PT Darya-Varia juga meluncurkan *Hand And Body* serta *face series* Natur-E Advanced agar pengguna mendapatkan hasil yang maksimal. Peluncuran Natur-E Advanced ini bermaksud untuk mengundang pengguna baru, baik dari kelompok yang tidak pernah mengonsumsi vitamin E ataupun dari pengguna merek pesaing. Natur-E Advanced diharapkan dapat menjadi terobosan baru dipasar Indonesia dan dapat mengalahkan produk pesaing dengan adanya tambahan dua komponen baru, yaitu *Lycopene* dan *Astaxanthin*.

Pada saat awal peluncuran produk, Natur-E Advanced mendapat antusiasme yang cukup tinggi. Namun setelah beberapa bulan Natur-E Advanced diluncurkan, penjualan produk tidak sesuai dengan harapan yang dimiliki oleh perusahaan. Produk kapsul Natur-E Advanced terus mengalami penurunan penjualan dalam skala yang cukup besar, hingga dapat dinyatakan bahwa Natur-E Advanced gagal menjadi senjata untuk menyaingi produk pesaing. Berikut adalah tabel yang menunjukkan penurunan penjualan dari kapsul Natur-E Advance:

Data penurunan Produk Kapsul Natur-E Advanced dipasar:

*Tabel 1-1 Tabel Penurunan Penjualan Natur-E Advance*

<b><i>Growth MAT (12 months from June) in percent</i></b>				
<b><i>Value Growth</i></b>	<b>2014-2015</b>	<b>2015-2016</b>	<b>2016-2017</b>	<b>2017-2018</b>
<b><i>Total Market</i></b>	-2.6	5.3	1.9	-4.1
<b><i>Total Natur-E</i></b>	-1.5	6.5	9.9	3.2
<b>Natur-E 100IU</b>	-1.5	-12.1	-20.4	-13.4
<b>Natur-E Advanced</b>			60.4	-6.2
<b>Natur-E 300IU</b>				86.6
<b><i>Competitor</i></b>	-3.3	4.5	-3.6	-9.7

*Sumber: Dokumen Perusahaan, 2019*

Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa penjualan tidak sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan, Produk Natur-E Advanced malah mengalami penurunan penjualan yang cukup drastis hingga -6.2%. Natur-E Advanced yang dijadikan senjata bagi perusahaan untuk menyaingi produk pesaing, malah menjadi masalah baru bagi perusahaan. Masalah baru ini dikarenakan terjadinya kanibalisasi produk Natur-E, yaitu pengguna Natur-E 100IU yang berpindah ke Natur-E Advanced.

Natur-E Advanced pun tidak berhasil untuk mendatangkan pengguna baru yang diakibatkan oleh kurangnya pengetahuan masyarakat mengenai manfaat dari dua komponen penting yang tertanam pada produk Natur-E Advanced, yaitu *Astaxanthin* dan *Lycopene*. Karena pelanggan tidak mengetahui manfaat dari kedua komponen tersebut, akhirnya pelanggan hanya membandingkan produk Natur-E Advanced dengan produk pesaing berdasarkan pada banyaknya komponen IU yang ada di produk tersebut. Yang mengakibatkan banyak pelanggan tidak mengetahui keunggulan produk Natur-E Advance dengan produk vitamin E lainnya. Padahal, senjata utama dari produk Natur-E Advanced terdapat di *Astaxanthin* serta *Lycopene*.

Minimnya pengetahuan masyarakat mengenai dua komponen tersebut ternyata berdampak besar terhadap penjualan Natur-E Advanced. Hal ini menyebabkan pelanggan tidak tertarik untuk melakukan konsumsi berlanjut terhadap kapsul Natur-E Advance. Akhirnya, produk kapsul Natur-E Advanced

pun menumpuk di berbagai toko obat maupun toko kecantikan dan mengakibatkan Produk Natur-E Advance menjadi sulit disalurkan ke *channel* penjualan. Karena *channel* penjualan seperti toko obat ataupun toko kecantikan tidak tertarik untuk disalurkan kapsul Natur-E Advance lagi, hal ini juga membuat kapsul Natur-E Advance menjadi sulit untuk didapatkan oleh pelanggan.

Edukasi untuk pelanggan mengenai produk ataupun jasa yang dijual penting untuk dilakukan. Sebab, dengan adanya edukasi pelanggan dapat menyadari nilai yang tertanam pada produk kapsul Natur-E Advance. Selain itu, pelanggan juga mampu untuk melihat keunggulan kapsul Natur-E Advance dibandingkan dengan produk Vitamin-E lainnya yang beredar di pasaran.

Berawal dari latar belakang di atas, penulis mencoba untuk menganalisa faktor penyebab penurunan penjualan Natur-E Advanced dengan judul : “Analisis *Customer Education* Produk Kapsul Vitamin E Natur-E Advanced Pada PT Darya-Varia Jakarta”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dilihat dari latar belakang masalah yang tertera di atas bahwa kapsul Natur-E Advanced yang awalnya direncanakan menjadi senjata perusahaan untuk melawan produk Vitamin E milik pesaing, malah menimbulkan masalah baru bagi perusahaan karena terjadinya penurunan penjualan yang disebabkan oleh pelanggan yang berhenti melakukan konsumsi kapsul Vitamin E Natur-E Advanced.

Kurangnya pengetahuan pelanggan mengenai manfaat serta kelebihan dari komposisi *Astaxanthin* dan *Lycopene* membuat pelanggan tidak dapat melihat nilai penting yang tertanam pada produk Natur-E Advance. Karena hal tersebut, pelanggan mulai meninggalkan produk kapsul Natur-E Advance dan berhenti untuk melakukan konsumsi produk.

Perlu adanya edukasi yang lebih mendalam dari pihak Natur-E Advanced agar pelanggan dapat menguasai komponen *Astaxanthin* serta *Lycopene*. Jika perusahaan melakukan edukasi dengan metode yang benar pada tahap sebelum pembelian produk (*pre-purchase*) dan setelah pembelian produk (*post-purchase*) maka pelanggan akan merasa kompeten mengenai produk tersebut, sehingga pelanggan tidak akan berhenti menggunakan produk karena pelanggan telah melihat nilai yang tertanam pada produk tersebut. Dengan demikian perlu diteliti sejauh mana pelanggan sudah merasa teredukasi mengenai produk kapsul Natur-E Advance.

Maka dari itu, rumusan masalah dari penelitian ini adalah: “Bagaimana *Customer Education* yang dilakukan oleh PT Darya-Varia untuk produk kapsul Vitamin E Natur-E Advanced di JABODETABEK”

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Kurangnya edukasi mengenai komponen *Astaxanthin* dan *Lycopene* edukasi adalah masalah utama yang terletak pada produk kapsul Natur-E Advance jika dilihat dari uraian awal pada latar belakang masalah. Oleh karena itu, tujuan

dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana pelanggan telah merasa tereduksi mengenai produk kapsul Vitamin E Natur-E Advanced.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan melakukan penelitian ini, penulis berharap agar hasil penelitian ini akan bermanfaat:

1. Bagi Peneliti

Dapat menambah pengetahuan dan wawasan penulis tentang ilmu pemasaran khususnya tentang *customer education* serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang telah diperoleh selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Dengan melakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada perusahaan mengenai seberapa jauh pelanggan sudah tereduksi oleh PT Darya-Varia mengenai produk kapsul Vitamin E Natur-E Advanced.

3. Bagi Pembaca

Dengan hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan ilmu pengetahuan yang lebih mendalam mengenai pentingnya peran *Customer Education* terhadap kegiatan penjualan produk.

#### 4. Bagi Peneliti yang akan datang

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan acuan serta referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang sejenis terutama yang berkaitan dengan kegiatan penjualan.

### **1.5 Objek Penelitian**

Produk Natur-E Advanced yang diluncurkan oleh PT Darya Varia yang berada di South Quarter Building Tower C Lantai 18&19, Jalan R.A.Kartini Kav. 8, Cilandak Barat, Jakarta Selatan.