

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia merupakan salah satu negara di kawasan Asia yang terkena dampak krisis ekonomi. Dampak krisis ekonomi tersebut berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan di Indonesia. Kenaikan bahan bakar minyak yang sekarang ini terjadi dapat menyebabkan biaya produksi yang meningkat, harga produk yang dihasilkan menjadi lebih mahal, sehingga perlu diusahakan untuk mempertahankan dan meningkatkan aktivitas perusahaan. Hal ini dilakukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggannya. Konsumen menginginkan produk yang berkualitas.

Di situasi persaingan ini konsumen cenderung selektif dan peka dalam pemilihan produk yang sejenis yang ditawarkan dan konsumen pun membandingkan harga jual setiap produk tersebut. Jadi perusahaan harus melihat dan menggunakan strategi yang tepat dalam bersaing baik untuk merebut pasar yang baru maupun memperluas pasar (ekspansi), juga menarik ataupun mempertahankan pelanggan yang sudah ada, sehingga perusahaan dapat tetap survive. Hal ini mendorong perusahaan untuk terus bersikap dinamis dan kreatif untuk dapat menghasilkan produk dan pelayanan yang berkualitas sehingga dapat memuaskan konsumennya.

Karena perusahaan memproduksi produk yang merupakan bahan utama untuk membuat celana jeans yaitu berupa kain, maka untuk dapat bersaing dengan perusahaan lain baik lokal maupun luar negeri. Perusahaan ini diharuskan untuk mengetahui keinginan konsumen, keadaan pasar yang dinamis, persaingan yang semakin ketat. Maka perusahaan harus selalu inovatif menciptakan variasi produk.

Untuk mengantisipasi keadaan tersebut dianjurkan perusahaan sebaiknya menciptakan produk baru atau memperbaiki produk yang sudah ada dengan cara pengembangan produk, sehingga produk kain jeans yang dihasilkan selalu bervariasi dan mengikuti trend yang ada sekarang. Produk kain yang dihasilkan juga mempunyai nilai lebih baik dari segi kualitas, warna, dan variasi. Apabila perusahaan tidak mengembangkan produknya, maka bisa terjadi berpindahnya pelanggan ke perusahaan lain dan volume penjualan dapat menurun.

Persaingan yang tinggi, selera yang berbeda-beda, serta keinginan konsumen untuk memperoleh produk yang berkualitas menyebabkan perusahaan perlu menonjolkan keunggulan kompetitif produknya dibandingkan produk pesaing yang sejenis. Dengan pengembangan produk, dapat diperoleh produk baru dengan kombinasi warna, corak baru, dan kualitas kain yang dapat ditingkatkan. Melalui pengembangan produk maka diharapkan perusahaan dapat mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mencari pelanggan baru sehingga volume penjualan meningkat dan tentu juga keuntungan yang didapat semakin besar.

Berdasarkan hal-hal diatas, penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai pentingnya pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan.

Maka saya sebagai penulis tertarik mengambil judul “ Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT. Bina Usaha Cipta Prima “

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah

Pengembangan produk dilakukan perusahaan untuk mempertahankan bahkan meningkatkan volume penjualan, yang akhirnya ditujukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup produk dan perusahaan. Kemudian pengembangan produk menjadi hal utama yang harus diperhatikan untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan sejenis. Dalam perusahaan tekstil kain jeans ini, pengembangan produk sangat diperlukan untuk menciptakan kain jeans yang bermacam-macam jenis, warna, dan kualitas.

Berdasarkan hal diatas maka penulis bermaksud untuk meneliti masalah yang dianggap penting, antara lain adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor apa yang mendorong PT. Bina Usaha Cipta Prima untuk melakukan pengembangan produk ?
2. Bagaimana tahap-tahap proses pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Bina Usaha Cipta Prima dalam usahanya menghadapi persaingan ?
3. Hubungan pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada PT. Bina Usaha Cipta Prima ?

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dari penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengumpulkan data dan informasi sebagai bahan untuk penyusunan skripsi, guna memenuhi syarat untuk menempuh ujian sarjana di Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Kristan Maranatha. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendorong PT. Bina Usaha Cipta Prima melakukan pengembangan produk..
2. Untuk mengetahui tahap-tahap proses pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Bina Usaha Cipta Prima.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada PT. Bina Usaha Cipta Prima.

1.4 Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi :

1. Perusahaan

Dapat menjadi bahan masukan bagi PT. Bina Usaha Cipta Prima dalam menilai usaha yang telah dilakukan selama ini dalam hubungannya dengan pengembangan produk dan juga sebagai salah satu bahan pemikiran dalam meningkatkan volume penjualan produknya. Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pembandingan dan juga untuk menambah pengetahuan dan informasi khususnya yang berhubungan dengan pengembangan produk dan volume penjualan.

2. Akademis

Diharapkan saya dapat mengerti apa yang terjadi di lapangan dan bagaimana pula apa yang dikatakan secara teori. Sehingga saya mampu menyusun skripsi yang berkualitas dengan pokok permasalahan secara jelas yang akan diteliti.