

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada saat ini perekonomian Indonesia telah mengalami banyak perubahan yang drastis. Dimana pada tahun – tahun lalu perekonomian masih cukup stabil dan pertumbuhan sektor industri dan perdagangan masih cukup pesat. Tetapi pada saat ini kondisi perekonomian kita mengalami penurunan atau krisis ekonomi dibandingkan dengan beberapa tahun yang lalu. Hal ini dimulai dengan krisis moneter yang berlanjut dengan krisis ekonomi yang berkepanjangan yang dampaknya dirasakan langsung oleh rakyat dan banyak sektor industri dan perdagangan mengalami kebangkrutan massal. Bagi perusahaan yang masih bisa tetap bertahan, tentu dituntut untuk melakukan perubahan agar tetap dapat beroperasi.

Dalam memenuhi kebutuhan hidupnya manusia tidak pernah berhenti untuk berusaha. Kebutuhan manusia itu sendiri adalah suatu keadaan perasaan kekurangan akan kepuasan dasar tertentu. Manusia membutuhkan kebutuhan yang bersifat mendasar sampai dengan kebutuhan akan realisasi diri. Kebutuhan dasar itu sendiri adalah kebutuhan pokok yang harus dipenuhi manusia untuk menjamin kelangsungan hidupnya , dimana salah satu kebutuhan pokoknya adalah kebutuhan akan pangan (makanan dan minuman), yang merupakan unsur penting dari kehidupan sehari-hari manusia.

Sehubungan dengan kebutuhan akan minuman yang sangat mendasar itu, maka industri minuman terutama **susu** dan **fruit juice** sangat digemari oleh konsumen guna meningkatkan gizi pada masa pertumbuhan anak dan juga orang dewasa yang memerlukan gizi untuk dikonsumsi pada tubuhnya. Pengembangan produk adalah strategi

yang tepat agar dapat terus bertahan di bidangnya, serta dapat mempertahankan kesetiaan konsumen. Tak lepas dari itu semua perusahaan juga harus mampu mencari strategi baru sehingga dapat mencari dan menarik konsumen yang baru dengan tetap mempertahankan konsumen yang ada.

Dengan adanya susu dan juice buah yang telah dikemas secara higienis memudahkan konsumen dalam mengonsumsi minuman tersebut tanpa harus repot untuk menyediakan air hangat. Ini adalah keunggulan perusahaan dalam menarik konsumen untuk mengonsumsi susu dan juice buah

Strategi pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan, salah satunya adalah dengan pengembangan produk yang disesuaikan dengan keinginan dan kebutuhan konsumen-konsumennya. Pengembangan produk adalah langkah yang tepat bagi perusahaan dimana situasi persaingan yang sangat cepat berubah dan diharapkan perusahaan dapat menghasilkan produk yang diinginkan oleh konsumen sehingga kepuasan konsumen terpenuhi dan perusahaan dapat meningkatkan laba dan juga dapat menciptakan kesetiaan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

Banyak faktor yang mempengaruhi berhasil atau tidaknya dalam melakukan kegiatan pengembangan produk, oleh karena itu perusahaan harus teliti dalam menerima dan menetapkan ide – ide pada produk baru, konsep, peralatan yang dibutuhkan dalam pengembangan produk tersebut serta biaya yang harus dipertimbangkan tiap pengembangan produknya dan juga menekan sekecil mungkin terhadap resiko yang akan terjadi. Cepatnya perubahan kebutuhan dan selera konsumen sekarang ini, sehingga perusahaan harus gesit dalam menghadapi perubahan – perubahan itu.

Melihat kondisi di atas, perusahaan harus menetapkan suatu strategi pengembangan produk yang tepat dan efektif. Agar perusahaan dapat mengoptimalkan labanya sesuai dengan yang ditargetkan pada pangsa pasar yang ditetapkan. Perusahaan juga harus memperhatikan ancaman-ancaman dari pesaingnya serta peluang yang ada pada lingkungannya.

Masalah yang dihadapi oleh perusahaan ini adalah perusahaan ingin tetap bertahan pada pangsa pasar yang sudah ada serta memperluas pangsa pasarnya dan memenangkan persaingan agar perusahaan dapat memperoleh laba yang optimal karena *persaingan harga, volume, kualitas dan kemasan* menjadi perhatian konsumen untuk menarik minat beli produk ultra, dan juga menciptakan konsumen yang setia terhadap produk-produk yang diciptakan perusahaan. Maka pengembangan produk harus dilakukan untuk menarik minat beli konsumen apabila sudah mengalami penurunan.

Hal tersebut di atas mendorong dan meyakinkan penulis untuk membahas pengembangan produk yang dilakukan oleh PT.Ultrajaya Milk Industry Tbk, maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk Di Bandung.”**

1.2 Identifikasi Masalah dan Rumusan Masalah

Dari uraian di atas, dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan produk merupakan masalah yang perlu mendapat perhatian khusus dalam perusahaan, hal ini ditujukan agar perusahaan dapat menentukan dan menciptakan produk yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen guna menarik minat beli konsumen.

Adapun pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Bagaimana proses pengembangan produk Susu UHT dan Buavita yang dilakukan PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
2. Bagaimana tanggapan pelanggan terhadap pengembangan produk Susu UHT dan Buavita yang dilakukan oleh PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
3. Sejauh mana pengaruh pengembangan produk Susu UHT dan Buavita terhadap minat beli konsumen pada PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

1.3 Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan penelitian yang dilakukan penulis adalah untuk mengumpulkan data tentang analisis pengembangan produk terhadap minat beli konsumen pada PT.Ultrajaya Milk Industry Tbk. Hasil penelitian ini akan dituangkan dalam suatu skripsi , sebagai salah satu persyaratan untuk menempuh ujian sarjana lengkap di Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kristen Maranatha.

Sedangkan tujuan dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui proses pengembangan produk Susu UHT dan Buavita yang dilakukan PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.
2. Untuk mengetahui tanggapan pelanggan mengenai pengembangan produk Susu UHT dan Buavita yang dilakukan PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company Tbk.

3. Untuk mengetahui hubungan pengembangan produk yang dilaksanakan perusahaan terhadap minat beli konsumen pada PT.Ultrajaya Milk Industry & Trading Company..

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini , diharapkan akan diperoleh data-data dan informasi yang akurat mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kegunaan pengembangan produk , baik faktor yang menghambat maupun faktor yang mendorong perusahaan dalam melakukan pengembangan produk terhadap minat beli konsumen yang diteliti.

Adapun kegunaan dari penelitian adalah sebagai berikut :

1. Bagi perusahaan

Untuk memberikan sumbangan ide-ide dan masukan , serta bahan pemikiran bagi perusahaan dan lembaga lain yang terkait dalam menangani masalah pengembangan produk.

2. Bagi penulis

Menambah pengetahuan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya tentang pengembangan produk serta merupakan bahan perbandingan antara teori yang di dapat dengan praktek sesungguhnya pada perusahaan.

3. Bagi Pihak-pihak lain

Untuk menambah wawasan agar bisa mengetahui tentang pentingnya pengembangan produk agar perusahaan dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen