

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Permasalahan

Suatu bangsa yang semakin berkembang pasti ditandai dengan kemajuan-kemajuan di berbagai bidang. Salah satu bidang yang saat ini mengalami kemajuan yang sangat pesat adalah bidang industri. Dengan semakin banyak didirikannya perusahaan-perusahaan di bidang industri menyebabkan persaingan yang tajam. Persaingan dalam pasar pun semakin kuat, sehingga situasi pasar berubah dari *seller's market* yaitu kekuatan pasar dikuasai penjual menjadi *buyer's market* yaitu kekuatan pasar dikuasai pembeli. Karena itu dewasa ini perusahaan yang ingin maju dan berkembang lebih berorientasi pada pasar.

Dengan adanya berbagai macam produk yang ditawarkan menyebabkan konsumen dihadapkan pada berbagai alternatif sebelum melakukan pembelian. Mengingat tingkat pengetahuan konsumen yang semakin meningkat dan banyaknya pilihan produk, mereka akan membandingkan terlebih dahulu. Kemudian memilih produk yang mereka anggap paling baik dan paling cocok dengan selera mereka dan dengan harga yang dapat mereka jangkau, sehingga dapat memuaskan kebutuhan mereka.

Oleh karena itu suatu perusahaan yang ingin mempertahankan kelangsungan hidupnya harus aktif dalam mengadakan pemantauan terhadap

situasi pasar, mengadakan penyesuaian-penyesuaian yang diperlukan untuk mengetahui kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Untuk menghadapi hal ini, maka perusahaan dengan segala kemampuan yang dimilikinya harus berusaha menentukan cara agar produknya dapat diterima dan disukai oleh konsumen, sehingga akhirnya perusahaan itu mempunyai kedudukan yang kuat di pasaran. Persaingan yang ketat tersebut mendorong perusahaan untuk memikirkan suatu strategi yang tepat yang didasarkan pada kebutuhan konsumen dan posisi persaingan dengan tujuan agar perusahaan dapat bertahan dalam menghadapi para pesaing. Komponen yang terpenting adalah kebijaksanaan perusahaan yang berfungsi sebagai alat untuk mencapai tujuan dalam kondisi pasar yang bersaing saat ini.

Ada banyak cara di dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan selera konsumen yang selalu berubah-ubah dan untuk menghadapi persaingan yang semakin tajam dewasa ini. Tetapi mengingat bahwa setiap produk mempunyai daur hidup produk, maka pasti suatu saat akhirnya akan mengalami kejenuhan dan penurunan penjualan, sehingga dirasakan perlu diadakan suatu pengembangan produk agar dapat menjamin bahwa perusahaan dapat mempertahankan kelangsungan hidupnya dan masih tetap dapat bersaing.

Pengembangan produk juga menyangkut masalah perbaikan kualitas, rasa, dan bentuk serta pembungkus yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Suatu perusahaan yang telah mempunyai kedudukan

yang baik di pasar tetap perlu melaksanakan pengembangan produk karena apabila perusahaan hanya memikirkan untuk memproduksi barang saja tanpa memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen, maka perusahaan akan mendapatkan kesulitan untuk memasarkan produknya.

Demikian halnya yang dilakukan oleh perusahaan dalam usahanya untuk memenuhi target penjualan dimana perusahaan dihadapkan pada kenyataan bahwa kebutuhan dan selera konsumen pada umumnya berbeda dan selalu mengalami perubahan. Hal ini akan mempengaruhi naik turunnya volume penjualan terutama pada tahun 1997 dan 1998. Target utama volume penjualan pada semester I 1997 sebesar 13160 realisasinya mengalami kenaikan menjadi 13700 sedangkan target utama semester II 1997 14530 mengalami penurunan dimana realisasinya menjadi 14475. Target utama volume penjualan pada semester I dan semester II 1998 sebesar 15660 dan 16650 tidak tercapai realisasinya karena mengalami penurunan menjadi 15305 pada semester I dan 15950 pada semester II.

Menyadari arti pentingnya peningkatan volume penjualan dalam hubungannya dengan usaha untuk memenuhi target penjualan, maka sudah seharusnya perusahaan menciptakan suatu daya tarik tersendiri pada produk yang dihasilkan. Salah satu usaha yang ditempuh oleh perusahaan dalam usaha mencapai tujuan tersebut adalah membuat program perencanaan dan pengembangan produk yang apabila diarahkan dan dikendalikan dengan baik dapat meningkatkan volume penjualan.

1.2 Perumusan Masalah

Apakah pengembangan produk-produk perusahaan roti Jaya Makmur Mandiri Perkasa sudah sesuai dengan keinginan dan selera konsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah pengembangan produk-produk perusahaan roti Jaya Makmur Mandiri Perkasa sudah sesuai dengan keinginan dan selera konsumen.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini dapat memberikan gambaran baru bagi perusahaan, sehingga dapat dipergunakan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada masa sekarang maupun masa yang akan datang.
2. Hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan informasi bagi pihak lain yang akan mengadakan penelitian lebih lanjut khususnya yang berhubungan dengan masalah yang penulis adakan penelitian.

1.5 Sistematika Skripsi

Dalam penulisan skripsi ini digunakan sistematika sebagai berikut:

BAB 1 : Pendahuluan

Dalam bagian ini diuraikan mengenai latar belakang permasalahan, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan

sistematika skripsi.

BAB 2 : Tinjauan Kepustakaan

Bagian ini menguraikan tentang landasan teori yang mencakup pengertian dan arti pentingnya pemasaran, konsep pemasaran serta orientasi konsumen dan pesaing, bauran pemasaran, pengertian produk dan penggolongannya, pengembangan produk, tahap-tahap pengembangan produk, produk inti-produk berwujud-produk tambahan, pengawasan kualitas produk, peranan pemasaran dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia, menyesuaikan dengan selera konsumen, menyesuaikan dengan keinginan konsumen, dan hubungan pengembangan produk dengan selera dan keinginan konsumen serta volume penjualan. Selain itu dibahas pula hipotesis dan model analisis.

BAB 3 : Metode Penelitian

Dalam bagian ini akan diuraikan tentang desain penelitian, definisi operasional, jenis dan sumber data, pengukuran data, alat dan metode pengumpulan data, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, teknik pengambilan data, teknik analisa data, dan prosedur pengujian hipotesis.

BAB 4 : Analisa dan Pembahasan

Pada bagian ini akan diuraikan mengenai gambaran umum perusahaan, deskripsi data, analisa data, dan pembahasan.