

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran sangat memegang peranan penting di dalam sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan setiap perusahaan pasti menginginkan barang atau jasa yang dihasilkannya laku di pasaran secara maksimal untuk memperoleh keuntungan yang optimal pula, baik perusahaan tersebut bergerak di bidang manufaktur maupun bergerak di bidang jasa.

Perkembangan dunia usaha saat ini di Indonesia semakin pesat. Hal ini dikarenakan pengaruh perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan. Adanya sarana ekonomi yang tersedia dan juga didukung dengan ilmu pengetahuan yang sangat memadai, maka hal tersebut dapat meningkatkan kemampuan setiap perusahaan yang ada di Indonesia, baik dalam hal pengembangan produk, maupun dalam hal memasarkan barangnya.

Di Indonesia ada banyak perusahaan-perusahaan yang memproduksi *meubel* sebagai produk utamanya. Perusahaan tersebut siap untuk bersaing dengan perusahaan lain, karena jika diperhatikan baik dari segi mode dan produknya dapat dikatakan relatif seimbang antara perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lainnya. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan *meubel* tersebut saling

berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen sebanyak-banyaknya, agar penjualan hasil produksinya tinggi, sehingga dapat meningkatkan nilai penjualannya.

Di Jawa Timur juga terdapat banyak perusahaan *meubel*, perusahaan tersebut saling bersaing agar produk yang dihasilkannya laku di pasaran, hal ini dilakukan tidak lain untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan. Ada beberapa cara yang dilakukan dalam memasarkan barangnya (tentunya masing-masing perusahaan sudah mempunyai prinsip-prinsip atau konsep-konsep dalam hal ini) sehingga konsumen bersedia terus membeli produk yang dihasilkannya.

Perusahaan *meubel* PT. “Wonojati Wijoyo” Kediri memproduksi *meubel* sebagai produk utamanya. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan *meubel* yang siap bersaing dengan perusahaan-perusahaan *meubel* yang lain. Dalam bersaing dengan perusahaan-perusahaan *meubel* yang lain PT. “Wonojati Wijoyo” selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan seluruh permintaan pasar dan berusaha untuk mengetahui apa yang dibutuhkan konsumen. Hal ini dilakukan dengan cara mengikuti perkembangan pasar dan mengadakan riset pasar untuk memperoleh informasi.

Dalam pengoperasiannya PT. “Wonojati Wijoyo” Kediri menghasilkan produk dengan cara kontinue dan terprogram serta berusaha meningkatkan kualitas dan pelayanan agar kepuasan konsumen dapat tercapai.

Ada beberapa cara yang dilakukan oleh PT. "Wonojati Wijoyo" Kediri dalam menghadapi persaingan yang sangat ketat. Dimana salah satunya adalah dengan penyempurnaan kegiatan pemasaran, yaitu menentukan dan melaksanakan strategi pengembangan produk guna meningkatkan nilai penjualan. Pengembangan produk ini dilakukan bukan hanya karena persaingan yang semakin ketat tetapi juga karena selera konsumen yang selalu berubah. Sehingga di tuntut agar dapat menciptakan atau menambah ragam produk yang dihasilkan.

Pelaksanaan pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. "Wonojati Wijoyo" Kediri dianggap kurang efektif. Hal ini disebabkan pelaksanaan pengembangan produk di perusahaan ini tidak setiap saat dilakukan atau jarak waktu pelaksanaannya terlalu lama, selain itu biaya yang dikeluarkan juga terlalu sedikit dan pelaksanaannya tidak didukung oleh mesin-mesin pendukung untuk memproduksi produk yang akan dikembangkan. Adanya permasalahan dalam pelaksanaan pengembangan produk di perusahaan tentu dapat merugikan perusahaan untuk tujuan jangka panjang. Tujuan jangka panjang tersebut tidak lain adalah laba yang sebesar-besarnya dari hasil penjualan yang sebanyak-banyaknya. Berdasarkan hal tersebut, maka penulis tertarik untuk mengambil judul : "PELAKSANAAN PENGEMBANGAN PRODUK GUNA MENINGKATKAN NILAI PENJUALAN PADA PERUSAHAAN *MEUBEL* PT. WONOJATI WIJOYO KEDIRI".

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka permasalahan dapat dirumuskan :

1. Bagaimana pelaksanaan pengembangan produk pada perusahaan *meubel* PT. “Wonojati Wijoyo” Kediri.
2. Bagaimana hubungan pengembangan produk terhadap nilai penjualan pada perusahaan *meubel* PT. “Wonojati Wijoyo” Kediri.

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan diadakan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pelaksanaan pengembangan produk pada perusahaan *meubel* PT. “Wonojati Wijoyo” Kediri.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana hubungan pengembangan produk terhadap nilai penjualan pada perusahaan *meubel* PT. “Wonojati Wijoyo” Kediri.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi penulis

Sebagai sarana untuk melatih berfikir secara kritis dalam menghadapi dan menyelesaikan masalah yang terjadi dalam perusahaan yang tentunya merupakan aplikasi dari teori-teori yang pernah diperoleh dari perkuliahan.

2. Bagi pihak perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam mengambil keputusan untuk menyelesaikan masalah yang terjadi di bidang pemasaran, khususnya pengembangan produk dan juga digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam menentukan kebijakan di bidang pemasaran yang akan datang.

3. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini berguna untuk menambah informasi guna menambah pengetahuan dan sebagai bahan penelitian lebih lanjut.