

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah Penelitian

Pada era globalisasi sekarang ini, kebutuhan dan keinginan konsumen semakin kompleks. Oleh sebab itu setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya untuk mencapai tujuannya harus mengarahkan kegiatan usahanya untuk menghasilkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga produk tersebut dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen. Selain dari itu perusahaan juga harus memiliki manajemen yang profesional agar kegiatan usahanya dapat terlaksana secara efektif dan efisien. Salah satu unsur dalam manajemen yang merupakan ujung tombak dari semua kegiatan perusahaan adalah melakukan “Pemasaran Produk” yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut. Pemasaran merupakan faktor penentu dari kemajuan dan kelangsungan hidup suatu perusahaan.

Seluruh perusahaan baik besar maupun kecil, sangat menyadari akan pentingnya pelaksanaan pengembangan produk (*Product Development*). Dimana setiap produsen atau perusahaan mengharapkan agar seluruh produk yang dihasilkan dapat terjual dan dibeli oleh konsumen akhir dengan tingkat harga yang memberikan keuntungan bagi perusahaan untuk jangka panjang. melalui produk yang dapat dijualnya, maka perusahaan dapat menjamin kelangsungan hidup usahanya. Dalam rangka inilah setiap perusahaan harus memikirkan tentang pengembangan produk.

Pengembangan produk (*product development*) merupakan suatu usaha yang direncanakan dan dilakukan secara sadar untuk memperbaiki produk yang ada atau menambah banyaknya ragam produk yang dihasilkan dan dipasarkan (Assauri, 1992:200). Tujuan pengembangan produk adalah untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan, yaitu dengan menawarkan produk yang lebih baru dari produk sebelumnya serta mempertahankan daya saing produk (Tjiptono, 1997:119). Jadi pengembangan produk perlu dilakukan perusahaan untuk mempertahankan penjualan bahkan dapat digunakan untuk meningkatkan penjualan.

Product development merupakan salah satu faktor penting dalam bidang pemasaran, Karena dengan pelaksanaan *Product Development* perusahaan akan lebih meningkatkan kualitas produknya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai yaitu memperoleh keuntungan dari penjualan produk yang dihasilkan. Sebagaimana dikemukakan Tjiptono (1997:119) bahwa tujuan pengembangan produk adalah untuk memenuhi kebutuhan baru dan memperkuat reputasi perusahaan dan untuk mempertahankan daya saing terhadap produk yang ada. Demikian pula Sudiro (1995:22) mengemukakan bahwa tujuan pengembangan produk adalah untuk menaikkan citra produk serta memperkecil risiko pemasaran.

Penelitian tentang pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan dilakukan Ardian (2003) pada PT. Bentoel Prima Malang, dengan hasil penelitian pengembangan produk dapat mempengaruhi volume penjualan perusahaan. Penelitian sejenis dilakukan Evandari (2004) dengan melakukan penelitian di PT. Otsuka Indonesia Lawang, hasil

penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk dapat mempengaruhi berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan.

Perusahaan Rokok "VALAS" merupakan salah produsen rokok di Malang yang sedang menghadapi masalah menurunnya volume penjualan, hal ini disebabkan perusahaan belum aktif melaksanakan *Product Development*, saat ini perusahaan hanya memiliki 3 jenis rokok yang diproduksi. Berdasarkan hal tersebut maka perlu diteliti tentang pelaksanaan *Product Development* untuk meningkatkan volume penjualan pada PR "VALAS" Kedungkandang Malang.

B. Perumusan Masalah

Setiap perusahaan dalam menjalankan usahanya pasti mengalami masalah baik masalah kecil maupun masalah yang sangat kompleks sehingga menghambat pencapaian tujuan perusahaan. Untuk itu perusahaan harus segera mengetahui dan langsung mengambil keputusan yang tepat untuk memecahkan permasalahan yang ada dalam perusahaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dikemukakan rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana deskripsi dari *product development* di PR. "Valas" Malang.
2. Bagaimana hubungan antara *product development* dengan volume penjualan.
3. Bagaimana pengaruh *product development* terhadap volume penjualan.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Ingin mengetahui dan menganalisis deskripsi dari pengembangan produk di PR. "Valas" Malang.
2. Ingin mengetahui dan menganalisis hubungan pengembangan produk dengan volume penjualan.
3. Ingin mengetahui dan menganalisis pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Bagi perusahaan

Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam melaksanakan pengembangan produk yang nantinya dapat digunakan sebagai pertimbangan dalam pengambilan keputusan untuk memecah masalah yang akan dihadapi.

2. Bagi Peneliti

Sebagai bahan masukan untuk dapat menerapkan teori-teori tentang pelaksanaan pengembangan produk, dan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana.

3. Bagi peneliti selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi peneliti selanjutnya, yang akan melakukan penelitian tentang *product development*.