

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan yang terjadi saat ini dalam bidang usaha di Indonesia sangat pesat terutama dalam bidang industri, dengan persaingan yang semakin pesat ini akan memunculkan beberapa pesaing baik dari dalam negeri maupun luar negeri. Semakin ketatnya persaingan yang terjadi tentu akan memberikan semangat kompetensi di satu pihak, namun dipihak lain dapat menjadi ancaman bagi kelangsungan dan perkembangan usaha. Ancaman ini tidak datang dari faktor pesaing saja, tetapi banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi lingkungan bisnis. Hal ini menuntut para wirausahawan untuk peka terhadap persaingan dalam penjualan produk-produknya.

Tujuan umum setiap perusahaan adalah memperoleh laba yang maksimal, hal itu dicapai perusahaan apabila kegiatan penjualan dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana-rencana yang telah ditetapkan perusahaan. Keberhasilan pemasaran akan ditentukan oleh dua faktor yang mendorongnya, yaitu faktor-faktor yang dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti produk, promosi, harga dan distribusi yang sering disebut dengan *marketing mix*, dan faktor-faktor lain yang tidak dapat dikendalikan oleh perusahaan seperti peraturan pemerintah, teknologi, pesaing dan situasi ekonomi.

Keberhasilan seorang wirausahawan pada umumnya dinilai berhasil dilihat dari kemampuannya dalam memperoleh keuntungan. Dengan keuntungan yang diperoleh, wirausahawan tersebut akan dapat mengembangkan berbagai kegiatan,

meningkatkan jumlah aktiva dan modal serta dapat mengembangkan dan memperluas bidang usahanya.

Untuk mencapai tujuan tersebut, wirausahawan mengandalkan kegiatannya dalam bentuk penjualan, semakin besar volume penjualan semakin besar pula laba yang akan diperoleh perusahaan. Wirausahawan pada umumnya mempunyai tiga tujuan dalam penjualan produksinya yaitu mencapai volume penjualan, mendapatkan laba tertentu, dan menunjukan pertumbuhan perusahaanya.

Salah satu tujuan dari penjualan adalah mencapai volume penjualan. Volume penjualan dapat dijabarkan sebagai umpan balik dari kegiatan pemasaran yang dilaksanakan oleh perusahaan. Faktor-faktor yang mempengaruhi penjualan yaitu kualitas barang, selera konsumen, *service* konsumen dan persaingan harga jual.

Kota Tasikmalaya adalah kota yang terkenal dengan berbagai macam hasil kerajinan tangannya. Banyak warga yang menggeluti bisnis kerajinan seperti anyaman kerajinan tangan dari bahan mendong. Mendong adalah salah satu tumbuhan sejenis padi yang bisa dijadikan sebagai bahan anyaman kerajinan tangan. Hasil dari kerajinan mendong tersebut sudah dikenal oleh mayoritas pecinta kerajinan tangan lokal seluruh Indonesia maupun luar negeri. Salah satu alasan banyak pengusaha yang menggeluti bisnis ini adalah omset penjualan yang prospektif. Beberapa contoh perusahaan besar dibidang kerajinan mendong di Kota Tasikmalaya yang sukses dan mampu bertahan dari sebelum sampai sesudah krisis ekonomi melanda antara lain :

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan Industri Kerajinan Mendong Terbesar di Kota
Tasikmalaya

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	CV Mendong K Craft	Jl.RTA Prawira Adiningrat, Desa. Kamulyaan Manonjaya, Tasikmalaya
2	CV Andong Jaya Perkasa Handicraft	Jl.Babakan Nangerang No 3 Purbaratu Tasikmalaya
3	CV Mendong Jaya	Jl.Purbaratu no 3 Tasikmalaya
4	CV. Jamal Handicraft dan Pesona Mendong Pelangi "AL-SINKTA".	Jl.Purbaratu No 45 Awiluar singkup Tasikmalaya

Sumber: Dinas Perdagangan dan Industri Tasikmalaya tahun 2010

Dari ke empat perusahaan tersebut, CV Mendong K Craft merupakan satu-satunya yang memproduksi produknya dari bahan mentah berupa tanaman mendong sampai jadi sebuah produk, sedangkan ketiga perusahaan lain hanya menjual materialnya saja yaitu tumbuhan mendong yang tidak diolah sampai menjadi sebuah produk. Produk-produk yang dihasilkan CV Mendong K Craft diantaranya *Cosmetic packaging, Storage boxes, Stationeries, Bags, Baskets dan Mirror prame*. Beberapa perusahaan luar negeri yang menggunakan produk-produk CV Mendong K Craft diantaranya:

1. The Body Shop International, UK
2. Sainbury's. UK
3. Nomura Japan
4. Shensukai, Japan
5. Diliard, USA
6. Galeon, Mlayasia

Selain tumbuhan mendong, perusahaan ini menggunakan material atau bahan-bahan lain seperti pandan, eceng gondok, agel, bambu dan lidi untuk produknya. Produk-produk yang dihasilkan CV Mendong banyak disukai oleh para konsumen baik lokal maupun mancanegara. Dari hasil penjualan produk-produknya perusahaan ini dapat memperoleh keuntungan yang besar.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaannya, diperoleh informasi bahwa volume penjualan menurun tiga tahun terakhir ini terlihat pada tabel 1.2

Tabel 1.2
Omset Penjualan CV. MENDONG K CRAFT Tahun 2005-2010

TAHUN	TOTAL PENJUALAN (Rp)
2005	510.453.182
2006	544.880.646
2007	203.967.143
2008	1.781.323.224
2009	1.288.743.428
2010	534.988.900

Sumber : Data perusahaan cv.mendong k craft tahun 2010

Berdasarkan volume penjualan tiga tahun terakhir dari tahun 2008-2010 terlihat bahwa total penjualan CV. Mendong K Craft mengalami penurunan. Salah satu yang mempengaruhi penjualan suatu produk adalah strategi pengembangan produk yang dilakukan perusahaan.

Berdasarkan apa yang dutarakan pemilik perusahaan bahwa penurunan volume penjualan disebabkan oleh menurunnya tingkat penjualan karena banyaknya keluhan dari para distributor tentang produk baru yang dikembangkan. Distributor merasa produk CV Mendong K Craft kualitas produknya semakin berkurang, daya tahan produk tidak dapat bertahan lama, harga produk tidak sesuai dengan manfaat yang dirasakan, dan desain produknya kurang menarik.

(Sumber : wawancara dengan pemilik perusahaan dan 10 distributor)

Para distributor menginginkan produk-produk yang lebih variatif tapi tidak menurunkan atau merubah kualitasnya. Dalam memutuskan pembelian biasanya distributor memperhatikan bagaimana Pengembangan produk yang telah dilakukan CV Mendong K Craft, apakah sesuai dengan keinginan dan harapan atau tidak. hal ini dapat terlihat melalui tingkat penjualannya yang mulai menurun tiga tahun terakhir ini. Jelas dapat dikatakan bahwa ada permasalahan dalam hasil produksi di CV Mendong K Craft. Adanya penelitian ini diharapkan dapat mengetahui tingkat volume penjualan dan sekaligus mengetahui pelaksanaan pengembangan produknya yang dilakukan oleh CV Mendong K Craft.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:266) mendefinisikan produk sebagai berikut “Produk adalah semua hal yang dapat ditawarkan pada suatu pasar untuk menarik perhatian, digunakan atau dikonsumsi yang akhirnya akan memenuhi keinginan dan kebutuhan.

Kotler dan Amstrong (2004:398) berpendapat bahwa “Pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk modifikasi atau produk baru ke segmen pasar yang ada sekarang. Jadi pengembangan produk itu merupakan strategi untuk pertumbuhan perusahaan untuk menyesuaikan dengan keadaan di pasar saat ini.

Perusahaan yang menawarkan produk yang lebih baik dari pesaing maka akan dapat meningkatkan penjualan. Apabila penjualan berhasil maka secara otomatis akan meningkatkan volume penjualan, sebaliknya bila perusahaan tidak dapat menawarkan produk yang lebih baik dari pesaing maka penjualannya akan menurun.

Berdasarkan uraian di atas maka penulis akan melakukan penelitian tentang pengembangan produk yang dilakukan oleh CV Mendong K Craft sebagai salah satu cara untuk dapat meningkatkan volume penjualan. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul :

“Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan (Survey Pada Distributor Industri Kerajinan Mendong di CV Mendong K Craft Tasikmalaya)”.

1.2 Identifikasi dan Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, volume penjualan menurun disebabkan oleh penurunan kualitas produk dan model produk yang kurang menarik. Distributor menganggap bahwa perusahaan hanya melakukan modifikasi kecil pada produknya tanpa melakukan pengembangan produk yang lebih variatif dan menarik. Selain itu harga produk yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas dan manfaat yang dirasakan distributor.

Pertimbangan harga, kualitas produk, dan manfaat produk akan sangat diperhatikan oleh distributor. Selain itu perusahaan juga harus melihat pangsa pasar saat ini apakah sesuai dengan keinginan dan kebutuhan distributor serta dapat menciptakan kepuasan distributor yang selalu berubah-ubah mengikuti perkembangan zaman.

Dalam membuat strategi pemasaran khususnya dalam bisnis berwirausaha, produsen membuat suatu perencanaan yang benar-benar tepat dengan memperhatikan seluruh aspek yang dapat mempengaruhi dalam penerapan strategi tersebut. Diharapkan fungsi dari pemasaran benar-benar dapat dirasakan untuk

lebih meningkatkan kinerja perusahaan. Distributor diharapkan dapat terpengaruh untuk membeli produk yang ditawarkan baik untuk jangka pendek juga untuk jangka panjang. Apabila penjualan berhasil maka secara otomatis akan meningkatkan volume penjualan .

Berdasarkan uraian diatas maka dibuat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana tanggapan responden mengenai pengembangan produk yang dilakukan CV Mendong K Craft?
2. Bagaimana volume penjualan di perusahaan CV Mendong K Craft?
3. Seberapa besar pengaruh pengembangan produk yang dilakukan CV Mendong K Craft terhadap volume penjualan?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tanggapan responden mengenai pengembangan produk yang dilakukan CV Mendong K Craft?
2. Untuk mengetahui volume penjualan yang dihasilkan oleh CV Mendong K Craft.
3. Untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk yang dilakukan terhadap volume penjualan yang dihasilkan oleh CV Mendong K Craft.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat seiring dengan tujuan penelitian. Kegunaan penelitian ini di bagi kedalam dua bagian yang berbeda yaitu:

1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan dapat memperluas kajian ilmu terutama tentang konsep kewirausahaan pada khususnya dan untuk kajian manajemen pemasaran pada umumnya.

2. Kegunaan Praktis

- a. Bagi perusahaan industri mendong, dapat dijadikan sebagai referensi untuk mengembangkan usahanya dalam mencapai keberhasilan usahanya dan meningkatkan volume penjualannya melalui pengembangan produk yang dilakukannya.
- b. Bagi penulis hasil penelitian ini diharapkan dapat melengkapi pengetahuan secara teoritis dan secara praktis.

