

# BAB I

## PENDAHULUAN

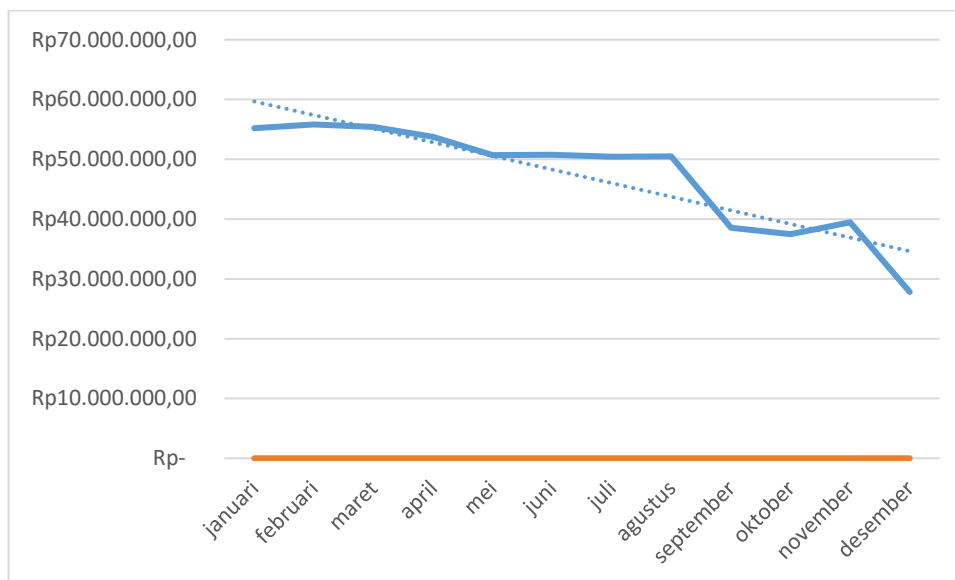
### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Di Indonesia jenis usaha/bisnis yang menjamur adalah bisnis dalam bidang minuman yang semakin berkembang dan berprospek baik sedangkan menurut BPS dari terbitan harian kompas bulan september 2022, total pendapatan dari makanan dan minuman di indonesia pada tahun 2019 sebesar RP 633 triliun dan 20 persen dari pendapatan tersebut adalah produk minuman. Bahkan di Tasikmalaya minuman kekinian hampir di dominasi oleh pemain besar seperti : Tekun, Haus, D'zkir, EsTeh Indonesia, Teh Upet, Menantea DLL.

Tentunya beberapa perusahaan tersebut sudah mengenal karakteristik konsumen yang ada di Tasikmalaya dengan secara terperinci, ada 3 generik *competitive strategy* yang diyakini dapat digunakan oleh sebuah institusi untuk mencapai keunggulan bersaing/*competitive advantage*. ketiga strategi tersebut adalah *differentiation*, *low cost leadership* dan *focus*. Melihat penjelasan dari porter mau tidak mau perusahaan harus mampu memiliki ketiga strategi tersebut agar mampu bersaing dengan kompetitor (Porter, 1980).

Perusahaan Beebee Thaitea Tasikmalaya salah satu perusahaan minuman kekinian yang ada di Tasikmalaya sudah berdiri kurang lebih dari 3 tahun yang lalu dan sudah memiliki 9 outlet di Tasikmalaya, dimana di saat gempuran perusahaan besar minuman kekinian masuk di Tasikmalaya perusahaan Beebee Tasikmalaya tetap eksis dan mampu bertahan sampai saat ini, namun dalam satu tahun terakhir terjadinya penurunan penjualan di semua outlet Beebee Tasikmalaya dan

menyebabkan juga penurunan omzet serta pendapatan bagi perusahaan. Maka dari itu perusahaan beebce saat ini sedikit mengalami kendala dalam perusahaan dan berusaha untuk meningkatkan baik itu dari segi kualitas produk maupun kinerja.



**Gambar 1.1 Data Penjualan Bee Bee Thai Tea Tahun 2022**

Desain produk adalah karakteristik produk yang mengakibatkan produk mudah menarik, kuat, mudah dibawa, disimpan dan sebagainya (Siadari, 2018). Dari pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pengertian dari desain produk adalah proses yang dilakukan oleh perusahaan dalam menciptakan produk baru dan memiliki berbagai karakteristik yang mendukung produk seperti, menarik, kuat dan memiliki ciri khas tertentu sehingga membuat konsumen merasa tertarik terhadap produk tersebut. Karena desain produk salah satu strategi bersaing oleh sebab itu, desain produk yang akan diproduksi harus sudah mengantisipasi hal-hal kedepan dan disesuaikan dengan keinginan konsumen.

Desain produk perlu memperhatikan beberapa faktor yaitu (Hasna Rosyida & Yamit, 2022) :

1. Globalisasi selera konsumen
2. Segmentasi pasar
3. Kondisi lokal
4. Teknologi

Desain produk berfungsi sebagai titik pertemuan logis untuk kualitas dan produktivitas. Apapun yang dilakukan desain produk untuk hasil yang terbaik adalah desain produk tetap berfokus pada kualitas, karena kualitas dapat digunakan untuk menekan harga dan menaikkan bagian pasar pada waktu yang sama.

Sementara tujuan desain produk adalah yang pertama untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dan mempunyai nilai jual yang tinggi, dan yang kedua untuk mengahasilkan produk yang tren pada masa nya (Wicaksono, 2015). Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan, kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.

Oleh karena itu, semakin bagus Kualitas Produk akan semakin menambah kepercayaan dari konsumen, dan itu merupakan salah satu faktor kepuasan tersendiri bagi perusahaan apabila produk yang dihasilkan mendapatkan apresiasi yang bagus dari para konsumen. Tapi selalu saja ada kondisi dimana kualitas yang dihasilkan tidak se ideal yang diharapkan.

Dapat diketahui bahwa konsumen menghadapi lebih banyak alternatif produk dengan harga dan pemasok yang berbeda. Hal ini menjadi sebuah persoalan

yang harus diperhatikan perusahaan, terutama dalam hal penentuan pilihan produk yang akan dibeli konsumen. Pada akhirnya setiap perusahaan menyadari bahwa persoalan tersebut mengindikasikan adanya pertimbangan konsumen mengenai produk dari segi besarnya nilai lebih yang diberikan perusahaan kepada pelanggan (Kuspriyono, 2016).

Dan perusahaan Beebee dalam 1 tahun ini terdapat masalah dalam hal penjualan karna adanya penurunan dan ketidak stabilan pendapatan dalam 1 tahun terakhir ini, desain produk dan Kualitas Produk dimana hal tersebut pun bisa berpengaruh terhadap menurun nya pendapatan perusahaan dalam satu tahun terakhir dan berdampak juga pada persaingan minuman kekinian di Tasikmalaya yang dimana hal tersebut perlu jadi fokus manajemen agar dapat membantu perusahaan lebih berkembang. Berdasarkan masalah pokok yang telah dikemukakan maka akan dilakukan penelitian dengan judul “ Pengaruh Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keunggulan Bersaing “

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang dibahas sebelumnya, adapun identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana desain produk Beebee Thaitea
2. Bagaimana Kualitas Produk Beebee Thaitea
3. Bagaimana keunggulan bersaing Beebee Thaitea
4. Bagaimana desain produk dan Kualitas Produk terhadap keunggulan bersaing

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian yang dilakukan penulis yaitu untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Proses desain produk di Beebee Thaitea
2. Kualitas Produk yang dihasilkan
3. Keunggulan Bersaing perusahaan
4. Pengaruh desain produk dan Kualitas Produk terhadap keunggulan bersaing

### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut :

#### **1.4.1 Aspek Keilmuan**

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan ilmiah dan bahan kajian bagi semua pihak sebagai pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam pelaksanaan desain produk dan desain proses.

#### **1.4.2 Aspek Guna Laksana**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sarana untuk penerapan dan aplikasi ilmu pengetahuan baik bagi penulis, perusahaan ataupun bagi pihak lainnya.

##### **1.4.2.1 Bagi Perusahaan**

Mengharapkan agar hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam kegiatan operasional ke depannya.

#### **1.4.2.2 Bagi Pihak Lain**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan contoh bagi perusahaan lain, terutama yang bergerak di bisnis minuman untuk dapat mempelajari Desain Produk dan Kualitas Produk terhadap keunggulan bersaing

### **1.5 Lokasi Dan Jadwal Penelitian**

#### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Lokasi penelitian dilakukan di jalan cilembang letkol re djaelani, cilembang kec cihideung kota tasikmalaya

#### **1.5.2 Jadwal Penelitian**

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 6 bulan yaitu mulai bulan Januari sampai dengan Agustus 2023 (terlampir)