

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi ini setiap perusahaan berlomba-lomba untuk menghasilkan/menciptakan barang dengan sebaik-baiknya agar dapat diterima oleh konsumen. Menciptakan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen adalah langkah awal dalam persaingan. Maka dari itu setiap perusahaan melakukan pengembangan produk.

Setiap perusahaan harus melaksanakan pengembangan produk untuk membentuk masa depan perusahaan. Dimana pelanggan selalu menginginkan produk baru dengan perubahan-perubahan seperti ciri khusus produk, meningkatkan mutu produk, menambah tipe produk, dan mengubah ukuran produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan jika tidak ingin perusahaan yang dikelolanya mengalami kemunduran.

Salah tujuan pengembangan produk adalah untuk meningkatkan hasil penjualan yang akan berpengaruh terhadap laba perusahaan, Suatu perusahaan pasti memiliki tujuan lainnya adalah mempertahankan posisi sekarang perusahaan sebagai inovator dan menjaga pangsa pasar.

Perusahaan pembuat barang atau jasa, selalu berusaha supaya produk yang telah dibuatnya dapat terjual dan dapat memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen. Para pengusaha akan berusaha sekuat tenaga untuk melakukan cara yang terbaik serta menarik agar konsumen bersedia memutuskan untuk melakukan pembelian terhadap produknya. Saat ini situasi

dan kondisi persaingan semakin ketat diantara para pelaku bisnis hal ini mendorong para pengusaha untuk selalu membuat strategi yang paling baru agar produk yang mereka jual dapat bersaing dipasar.

Salah satu strategi yang muncul dalam benak para pengusaha adalah melakukan pengembangan produk, tujuannya yaitu agar konsumen lebih tertarik untuk melakukan pembelian terhadap produk yang dibuat oleh perusahaannya. Produk yang berbeda serta memiliki karakteristik tersendiri dibandingkan dengan produk yang dibuat oleh perusahaan lain diharapkan dapat mendorong pembeli untuk melakukan pembelian. Sehingga volume penjualan perusahaan akan meningkat.

Pengembangan produk merupakan kegiatan yang ditujukan untuk membuat barang yang lebih baik daripada barang yang dibuat sebelumnya dan diharapkan akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian. Pengembangan produk harus lebih baik dalam artian pengembangan yang dilakukan akan mendorong tingkat perkembangan volume penjualan perusahaan. Pengembangan produk yang tidak sesuai dengan selera dan keinginan konsumen akan menjadi bomerang bagi perusahaan karena konsumen tidak akan membelinya.

Pengembangan produk yang baik bukan pengembangan yang hanya satu sisi atau pengembangan yang berat sebelah misalnya sering dijumpai perusahaan atau individu yang melakukan pengembangan produknya hanya mengikuti kehendak dari dalam perusahaan saja namun tidak memperhatikan keinginan dari konsumen. Pengembangan produk harus memperhatikan dua

sisi dalam artian produk yang akan disampaikan kepada konsumen adalah benar-benar produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dan bukan hanya keinginan dari produsen saja.

Dilihat dari segi biaya pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian sampai sejauh mana biaya pengembangan produk pada home industri kelom geulis Sheny terhadap peningkatan volume penjualan. Uraian diatas mendorong peneliti untuk melakukan penelitian yang akan dituangkan dalam bentuk karya ilmiah yang berjudul: **“PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN PADA HOME INDUSTRI KELOM GEULIS SHENY KOTA TASIKMALAYA”**.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas penulis dapat merumuskan masalah yang terjadi, dan masalah yang diidentifikasi penulis yaitu:

1. Bagaimana biaya pengembangan produk yang terdapat pada home industri kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya?
2. Bagaimana peningkatan volume penjualan yang terdapat pada home industri kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya?
3. Berapa besar pengaruh biaya pengembangan produk terhadap volume penjualan pada home industri kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya?

4. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi kelom geulis Shenry Kota Tasikmalaya dalam meminimalisir biaya pengembangan produk dan cara mengatasinya?

C. Definisi Operasional

Definisi operasional yang penulis maksud ialah penjelasan variabel-variabel yang terdapat pada judul penelitian. Hal ini penulis lakukan untuk menghindari salah satu pengertian dalam menafsirkan variabel-variabel tersebut.

1. Biaya Pengembangan Produk

Menurut Sukirno, Sadono (2002:85)” Biaya pengembangan produk adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk tahap perencanaan yang kreatif dalam merancang segala sesuatu yang akan dibuat agar dapat ditawarkan kepada pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau kemauan konsumen”.

2. Volume Penjualan

Menurut Tjiptono Fandy (2002:254), “Volume penjualan adalah jumlah barang atau jasa yang terjual berdasarkan data kuantitatif pada periode tertentu”

Berdasarkan definisi operasional di atas penelitian ini membahas tentang pengaruh biaya pengembangan produk yang ditujukan untuk meningkatkan volume penjualan, dimana biaya pengembangan produk dapat menjadi alat bantu untuk meningkatkan volume penjualan.

D. Tujuan Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah untuk mengumpulkan data dan informasi mengenai biaya pengembangan produk dan volume penjualan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Biaya pengembangan produk yang terdapat pada home industri kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya.
2. Peningkatan volume penjualan yang terdapat pada home industri kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya.
3. Besarnya pengaruh biaya pengembangan produk terhadap volume penjualan pada home industri kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya.
4. Hambatan-hambatan yang dihadapi kelom geulis Sheny Kota Tasikmalaya dalam meminimalisir biaya pengembangan produk dan cara mengatasinya.

E. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian yang penulis lakukan diharapkan dapat memberikan kegunaan atau manfaat antara lain :

1. Bagi Penulis

Dapat menerapkan secara nyata ilmu yang telah diterima selama menjalani perkuliahan tentang biaya pengembangan produk dan dapat menambah pengetahuan secara nyata bagaimana cara pembiayaan pengembangan produk yang baik dan benar di lapangan.

2. Bagi Jurusan Pendidikan Ekonomi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu proses pembelajaran dan pengaplikasian ilmu pengetahuan dan dijadikan bacaan untuk mempelajari dan mengembangkan pengetahuan tentang biaya pengembangan produk dengan volume penjualan.

3. Bagi Home Industri Kelom Geulis Sheny Kota Tasikmalaya

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam hal pembiayaan pengembangan produk yang dapat berpengaruh terhadap volume penjualan, dan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pembiayaan .

4. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini dijadikan sebuah acuan jika ada peneliti lain yang akan mengangkat masalah yang sama, maka dari itu bisa dijadikan bahan perbandingan atau referensi.