

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memasuki era globalisasi, persaingan usaha semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut pengusaha untuk mengembangkan strategi usahanya agar dapat bertahan terus berkembang di tengah gencarnya persaingan usaha. Oleh sebab itu pengusaha perlu mengembangkan suatu strategi yang tepat agar usahanya dapat mempertahankan eksistensinya dan dapat memperbaiki kinerja usahanya. Alasan sosial dan ekonomi keberadaan sebuah perusahaan ialah kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen sambil mencari laba.

Perusahaan memenuhi pertanggungjawaban dasar kepada masyarakat ini melalui produk yang disediakan. Perencanaan dan pengembangan produk baru yang efektif penting bagi perusahaan pada masa dewasa ini. Keputusan eksekutif yang tepat pada suatu bagian tidak dapat mengantisipasi kelemahan pada bagian lain dalam perencanaan produk. Suatu perusahaan tidak akan mencapai keberhasilan dalam jangka panjang apabila semata menjual produk berkualitas rendah.¹

Berbagai disain produk dan jasa baru muncul menjadi kenyataan karena seseorang percaya bahwa ada kebutuhan akan produk atau jasa tersebut. Adalah tanggungjawab para manajer untuk selalu menemukan produk-produk baru yang mungkin ditawarkan oleh perusahaan.² Kemajuan teknologi telah terjadi secara dahsyat, sehingga mengakibatkan segala sesuatu dengan cepat kelihatan ketinggalan jaman karena memang telah usang. Produk-produk lama secara terus menerus dirancang kembali, dan produk-produk baru tiada hentinya dikembangkan. Dalam hal ini, peranan kegiatan penelitian dan pengembangan adalah

¹Titiek Nurbiyati, *Manajemen Pemasaran Kontemporer*, Kayon, Yogyakarta, 2005, hlm. 136

²Hani Handoko, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, BPFE, Yogyakarta, 2000, hlm. 31

sangat vital untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan.³ Untuk menjaga produk mereka agar terus bisa bertahan maka salah satu strategi yang tepat adalah dengan melakukan pengembangan produk, terlebih saat ini produk pesaing memiliki keanekaragaman yang menarik sehingga jika keadaan ini terus dibiarkan akan berpengaruh terhadap penurunan produktivitas usaha.⁴

Adapun kegiatan-kegiatan penelitian dalam pengembangan produk, yaitu memperbaiki produk-produk dan jasa perusahaan yang sudah ada, menemukan penggunaan-penggunaan baru bagi produk atau jasa perusahaan sekarang, mengembangkan berbagai produk dan jasa baru, mengurangi biaya produk dan jasa sekarang melalui perbaikan operasi-operasi dan proses-proses produksi perusahaan, mengembangkan pengujian dan spesifikasi bagi operasi-operasi dan bahan-bahan yang dibeli, menganalisa produk dan jasa para pesaing, dan menemukan penggunaan yang menguntungkan dari produk-produk sampingan atau sisa-sisa bahan (sampah) proses produksi. Dari daftar kegiatan tujuan penelitian di atas untuk pengembangan produk baru merupakan tujuan paling penting, karena produk baru dapat melipat gandakan suatu bisnis organisasi.⁵

Dalam melakukan persaingan, perusahaan harus dapat meningkatkan daya saing agar dapat bertahan atau menjadi pemimpin di pasar. Daya saing didefinisikan sebagai kemampuan perusahaan untuk mempertahankan peningkatan produktivitas. Salah satu ukuran keberhasilan kinerja individu, tim atau organisasi terletak pada produktivitasnya. Apabila produktivitasnya tinggi atau bertambah, dinyatakan berhasil. Apabila lebih rendah dari standar atau menurun, dikatakan tidak atau kurang sukses.⁶

³*Ibid*, hlm. 32

⁴Ulrich, *Perancangan dan Pengembangan Produk*, Salemba Teknika, Jakarta, 2001, hlm.

⁵Hani Handoko, *Op.Cit*, hlm. 32 – 33

⁶Wibowo, *Manajemen Kinerja*, PT Rajagrafindo Persada, Jakarta, 2013, hlm.109

Dengan demikian pada tingkat bisnis, pengambilan keputusan biasanya diambil oleh manajer bisnis dan korporat dengan menerjemahkan arah dan maksud pada tingkat korporat menjadi strategi bersaing pada tingkat bisnis yang telah dipilih. Pada tingkat ini harus ditentukan segmen dari keseluruhan pasar yang akan diperoleh dan dipertahankan sebagai keunggulan kompetitif.⁷

Selanjutnya pada tingkat fungsional yang terdiri dari manajer produk, manajer geografis, manajer fungsional, harus mengembangkan strategi jangka pendek pada bidang produksi, pemasaran, operasi, penelitian dan pengembangan, keuangan dan akuntansi, serta personalia. Pada tingkat korporat dan bisnis memusatkan perhatian pada efektivitas yaitu melakukan hal yang benar. Sedangkan pada tingkat fungsional memusatkan perhatiannya pada efisiensi yaitu melakukan hal dengan benar.⁸

Penelitian Rizep Maulida, yang berisi sebuah perusahaan Koperasi Peternakan Garut Selatan melakukan perancangan dan pengembangan berupa produk permen susu karamel dengan melakukan penambahan variasi rasa, kemasan yang menarik dan label halal pada kemasan agar dapat menghasilkan desain kemasan dan mutu produk permen yang sesuai dengan keinginan pelanggan dengan harapan akan meningkatkan produktivitas usaha. Dengan kesimpulan bahwa terdapat pengaruh terhadap penjualan atribut mengalami perbaikan dan tidak berpengaruh. Dalam pengembangan produk adalah atribut rasa yang beragam, desain kemasan menarik, dan terdapat label halal demi meningkatkan produktivitas usaha permen susu karamel yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen.⁹ Dan Penelitian Weman Suardi berisi didukungnya penerapan strategi pengembangan yang dilakukan PT.

⁷Muhammad H. Mubarak, *Manajemen Strategi*, DIPA STAIN Kudus, Kudus, 2009, hlm.16

⁸*Ibid*, hlm, 17

⁹Rizep Maulida, *Pengembangan Produk Permen Susu Karamel untuk Meningkatkan Produktivitas Usaha Berdasarkan Kebutuhan Konsumen*, Jurnal Kalibrasi, Sekolah Tinggi Garut, Vol. 11, 2013.

Indomilk untuk menyempurnakan produk untuk meningkatkan penjualan, perusahaan ini menghasilkan berupa produk susu bubuk Indomilk. Berkesimpulan bahwa posisi perusahaan pada matrik IE berada pada kuadran yang digambarkan sebagai *Hold* dan *Maintai* dengan nilai IFAS pada dimensi horizontal.¹⁰

Adapun praktik dalam produksi yang dilakukan Bapak Asmani selaku pemilik Industri Sepatu kulit Finaldo dengan mengumpulkan ide-ide yang sudah dipilah dan dipilih yang kemudian diterapkan melalui beberapa proses seperti pengujian konsep maupun pengujian pasar sehingga terbentuk suatu konsep pengembangan produk yang akan menghasilkan pencapaian produksi. Namun dalam keadaan persaingan yang semakin tajam saat ini produk sepatu kulit yang diproduksi di desa Suwaduk mengalami penurunan penjualan disebabkan produk yang dihasilkan saat itu hanya satu macam sepatu saja sehingga menjadikan pasar bosan dan pasar tidak dapat berjalan dengan baik karena adanya berbagai faktor yang ada. Dikarenakan masalah bahan baku yang sedikit terkendala dikarenakan pemasok bahan baku dari luar daerah dan juga masalah minat kerja akan karyawan yang harus mempunyai skill ketrampilan dalam pengerjaan produksi sepatu kulit.¹¹

Melihat masalah di atas, penulis mencoba melakukan penelitian menganalisa bagaimana pengembangan produk dapat meningkatkan produktivitas didalam produksi produk. Dengan harapan penelitian ini mampu meningkatkan produktivitas produksi sepatu kulit di Desa Suwaduk. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini mengambil judul **“Analisis Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Produktifitas Pembuatan Sepatu Kulit Finaldo (Studi Kasus Pabrik Sepatu Desa Suwaduk Wedarijaksa Pati)”**.

¹⁰WemanSuardi, *Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan*, Jurnal Ilmiah Ranggagading, Bogor, Vol. 5, 2005.

¹¹Asmani, Selaku Pemilik Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati, *Wawancara Pribadi*, Pada Tanggal 27 Juni 2016.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian adalah pokok permasalahan yang akan dibahas atau dikaji. Dalam penelitian ini memfokuskan pada:

1. Konsep pengembangan produk dalam produksi sepatu kulit Finaldo di Desa Suwaduk.
2. Implementasi strategi produktivitas pada produksi sepatu kulit Finaldo dengan menggunakan strategi pengembangan produk sehingga diketahui keberhasilan atau keefektifan strategi tersebut saat bersaing dengan produsen lain.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana konsep pengembangan produk dalam produksi sepatu kulit Finaldo di Desa Suwaduk-Wedarijaksa-Pati ?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi pengembangan produk dalam meningkatkan produktivitas pembuatan sepatu kulit Finaldo di Desa Suwaduk-Wedarijaksa-Pati ?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui konsep pengembangan produk dalam produksi sepatu kulit Finaldo di Desa Suwaduk-Wedarijaksa-Pati.
2. Untuk mengetahui bagaimana pelaksanaan strategi pengembangan produk dalam meningkatkan produktivitas pembuatan sepatu kulit Finaldo di Desa Suwaduk-Wedarijaksa-Pati.

E. Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan berguna dan akan memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, baik manfaat secara teoritis maupun praktis. Adapun manfaat penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis

- a. Memberikan kontribusi teoritis dalam ilmu manajemen, khususnya disiplin ilmu manajemen strategi, manajemen pemasaran, dan manajemen operasi.
- b. Sebagai bahan referensi bagi agenda penelitian yang akan datang.
- c. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran secara teoritik maupun konseptual dalam rangka pengembangan ilmu pengetahuan di bidang produktivitas produk, yaitu strategi produksi, operasi dan di bidang pemasaran, yaitu hubungan dengan konsumen.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi produsen sepatu kulit dalam rangka meningkatkan produktivitas produk dan diharapkan pula dapat memberikan masukan kepada para produsen tentang penerapan strategi bersaing produk dan operasi dan strategi pemasaran untuk meningkatkan produktivitas.