

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Pola konsumsi masyarakat terhadap permintaan barang dan jasa mengalami perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu baik dari segi aspek keragaman, kualitas maupun jumlah. Permintaan yang bervariasi ini memiliki korelasi dengan perkembangan teknologi yang demikian pesat dalam beberapa tahun terakhir. Kondisi ini secara langsung maupun tidak langsung berdampak terhadap perkembangan dan persaingan dunia usaha. Untuk itu para pengelola perusahaan dituntut agar lebih peka terhadap keinginan konsumen dan mampu memberikan nilai tambah terhadap produk yang ditawarkan. Sulit untuk mengabaikan bahwa keberhasilan suatu usaha sangat ditentukan oleh seberapa besar kemampuan perusahaan dalam bersaing merebut pasar, dengan kata lain perusahaan yang tanggap dan mampu mengerti selera pasar akan lebih mudah memenangkan persaingan.

Salah satu aspek keberhasilan suatu perusahaan dalam memenangkan persaingan adalah perusahaan yang memiliki rancangan atau rencana kegiatan pemasaran yang tepat untuk setiap produk atau jasa yang dihasilkannya, hal ini dapat terlaksana jika bagian produksi memberikan dukungan maksimal terhadap hasil produk dan jasa yang memenuhi kebutuhan dan selera konsumen.

Perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan selera konsumen melakukan beberapa aktivitas pemasaran yang meliputi pengembangan produk, riset,

komunikasi, distribusi, penetapan harga dan pelayanan yang terkombinasi secara maksimal akan menjadi tulang punggung utama perusahaan dalam upaya menjaga kelangsungan hidup, mempertahankan pertumbuhan penjualan yang konsisten, mengembangkan perusahaan dan mensejahterakan karyawan.

Pengembangan produk sebagai salah satu aktivitas kunci dalam upaya perusahaan memenangkan persaingan akan semakin penting peranannya jika mampu mengadopsi teknologi terkini untuk menghasilkan produk yang lebih unggul dari pesaing. Oleh karena itu ketidakmampuan perusahaan dalam merespon situasi dengan cepat akan berdampak langsung terhadap penurunan penjualan, sehingga pengembangan produk merupakan tindakan yang wajib dilakukan bukan sebagai alternatif tindakan.

Selain pengembangan produk, kualitas dan inovasi produk adalah titik penting lainnya dari kegiatan pemasaran sehingga jika terabaikan maka tujuan perusahaan dalam bentuk hasil penjualan yang tinggi disertai laba maksimal akan sulit dicapai. Indikasi penting bahwa suatu perusahaan dianggap berhasil adalah apabila perusahaan dapat melakukan pertumbuhan penjualan secara terus menerus. Kemudian dalam kaitannya dengan upaya perusahaan untuk meningkatkan penjualan, salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu pengembangan produk yang memanfaatkan kemajuan teknologi untuk memenuhi selera dan kebutuhan konsumen yang berimplikasi terhadap tercapainya inovasi dan produk yang berkualitas.

Secara umum di Kota Tasikmalaya, saat ini bisnis di bidang *fashion* memang sedang marak, dan itu membuat para pengusaha berlomba-lomba dan

bersaing untuk mencari peruntungannya dengan mendirikan toko maupun CV dalam bidang *fashion* yang di dalamnya memuat produk yang sedang digandrungi oleh masyarakat luas khususnya para kawula muda di Tasikmalaya. Kondisi persaingan diantara perusahaan sejenis juga membuat perusahaan berlomba untuk mempertahankan konsumen dan berusaha meraih konsumen lebih banyak lagi. Selain itu, semakin banyaknya permintaan dari konsumen akan produk yang *fresh* membuat perusahaan, terutama di bidang *fashion* perlu melakukan terobosan dan membuat inovasi supaya para konsumen tidak jenuh akan desain-desain terdahulu.

Kualitas produk yang sudah ada juga perlu dijaga dan ditingkatkan karena itu sangat mencerminkan bonafiditas perusahaan *fashion*. Kualitas produk merupakan salah satu masalah yang sering ditemui dalam perusahaan *fashion*. Tingkat kualitas di bidang *fashion* merupakan indikator seberapa pintar perusahaan dalam menciptakan inovasi yang baru. Usaha untuk tetap menjaga kualitas harus selalu menjadi nomor satu agar citra perusahaan tetap terjaga baik dimata konsumen.

Salah satu strategi perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen diantaranya melalui pengembangan produk. Pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan tidaklah mudah, karena dengan melakukan pengembangan produk akan memunculkan berbagai macam gagasan baik yang datang dari dalam perusahaan maupun yang datang dari luar perusahaan. Berbagai macam gagasan yang datang dari dalam dan luar perusahaan tersebut tidak langsung digunakan perusahaan untuk membuat produk baru, namun gagasan tersebut harus disesuaikan dengan keinginan segmentasi pasar serta kemampuan

produksi perusahaan. Produk yang dibuat oleh suatu perusahaan harus sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen, serta dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan. Untuk itu perusahaan perlu menyeleksi dan menyesuaikan gagasan dengan produk yang akan dibuat untuk menghindari dan meminimalisir kegagalan yang dapat merugikan perusahaan.

Dari hasil survey awal yang dilakukan peneliti, diketahui bahwa CV. Tjassport Tasikmalaya mengembangkan produk dengan desain yang original hasil karya dari karyawan perusahaan yang khusus membuat desain-desain celana sport di perusahaan tersebut, desain yang awalnya hanya warna benang yang digunakan di produk tersebut berwarna putih sesuai dengan warna kain tersebut, kemudian di kembangkan dengan menambah warna lain yang sesuai dengan keinginan konsumen atau dengan ide dari karyawan yang menciptakan desain produk. Desain yang dihasilkan juga berpengaruh terhadap produk yang dihasilkan. Hasil dari pengembangan produk yang dilaksanakan haruslah produk celana sport yang memang diterima dipasaran. Guna memenuhi keinginan pelanggan dan pasar perusahaan CV Tjassport Tasikmalaya ini membuat desain setiap hari untuk dijadikan sampel, jika desain tersebut bagus maka desain tersebut akan langsung diproduksi.

Kualitas produk pada CV. Tjassport Tasikmalaya saat ini menurut penuturan karyawan bagian produk telah dipandang cukup baik. Karena para karyawan bagian produksi yang bertugas untuk mengecek produk yang akan di jual ke pasaran cukup teliti ketika melakukan pemeriksaan sehingga dapat meminimalisir produk cacat yang bisa sampai ke konsumen. Tetapi dari segi

pengembangan produk sendiri belum diketahui, apakah produk tersebut sudah cukup baik atau masih belum memuaskan keinginan konsumen sendiri.

Selain itu berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan pada CV. Tjassport Tasikmalaya terdapat beberapa permasalahan antara lain dari segi Pemilihan Desain dan Kualitas Produk yang ditawarkan kurang berkembang. Selama ini produk yang diproduksi hanya terbatas pada beberapa model tertentu saja serta tidak ada keinginan untuk mencoba atau membuat model baru pada produk yang ditawarkan.

Permasalahan tersebut diduga disebabkan oleh kurang dilaksanakannya strategi pengembangan produk dimana hal ini terjadi kurang maksimalnya perusahaan dalam memilih tahapan pengembangan penciptaan ide (*idea generation*) misalnya : desain, gambar, dan warna kain celana sport yang ditawarkan kurang menarik belum ada perubahan masih dengan bentuk dan model yang sama sedangkan perusahaan lain sudah banyak menciptakan model dan motif yang baru sehingga mampu membuat para konsumen tertarik untuk membeli. Selain itu pengembangan produk yang dilakukan diperusahaan hanya dari kualitas kain dan corak dan juga dari benang yang digunakan, serta pemilihan warna kain yang kurang beragam . Pemahaman karyawan yang kurang baik dalam mengikuti perkembangan zaman, hal ini memberikan dampak pada produk perusahaan menjadi kurang mengikuti gaya modern saat ini.

Desain produk tidak terlepas dari penyediaan bahan baku. Bahan baku yang digunakan adalah bahan baku yang tidak dijual dipasaran, perusahaan memesan bahan baku yang khusus sehingga harganya pun menjadi lebih mahal.

Desain produk yang diciptakan sesuai dengan kondisi dari kemampuan perusahaan dalam menyediakan bahan baku untuk desain sendiri, motif dari gambar celana sport sendiri menjadi terbatas karena bahan tersebut mahal sehingga dibuat berdasarkan bahan yang tersedia. Akibatnya perusahaan mematok harga yang lebih tinggi dibandingkan produk lain yang serupa, namun kualitas produk di CV. Tjassport Tasikmalaya tetap baik. Perusahaan sangat kesulitan dalam mengembangkan produk dan belum mempunyai cara lain yang lebih baik untuk membuat desain produk yang lebih bagus, supaya lebih terjangkau serta dapat mendistribusikan produk ke semua segmen pasar tapi tidak mengurangi kualitas produk. Dengan terjadinya permasalahan tersebut CV. Tjassport Tasikmalaya saat ini hanya memasarkan produk ke segmen pasar kalangan menengah keatas.

Selama ini belum diketahui seberapa besar pengaruh pengembangan dan desain produk terhadap kualitas produk di CV. Tjassport Tasikmalaya. Berdasarkan masalah pokok yang dijelaskan diatas, peneliti tertarik melakukan penelitian lebih lanjut, dan hasil dari penelitian tersebut akan dituangkan dalam skripsi yang diberi judul : **“PENGARUH PENGEMBANGAN DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KUALITAS PRODUK PADA CV. TJASSPORT TASIKMALAYA”**.

1.2. Identifikasi Masalah

Adapun Identifikasi Masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengembangan Produk Pada CV. Tjassport Tasikmalaya

2. Bagaimana Desain produk pada CV. Tjassport Tasikmalaya
3. Bagaimana Kualitas Produk pada CV. Tjassport Tasikmalaya
4. Bagaimana pengaruh pengembangan dan desain produk terhadap kualitas produk Pada CV Tjassport Tasikmalaya

1.3. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan yang telah di ungkapkan dalam Identifikasi masalah maka tujuan yang ingin di capai oleh peneliti adalah untuk mengetahui dan menggambarkan tentang :

1. Pengembangan Produk CV. Tjassport Tasikmalaya.
2. Desain Produk CV. Tjassport Tasikmalaya.
3. Kualitas Produk CV. Tjassport Tasikmalaya.
4. Pengaruh Pengembangan dan Desain Produk Terhadap Kualitas Produk CV Tjassport Tasikmalaya.

1.4. Kegunaan Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang diperoleh diharapkan dapat berguna untuk pengembangan ilmu dan terapan ilmu.

1. Pengembangan Ilmu Pengetahuan

Dapat menjadi tambahan ilmu pengetahuan dan memberikan kombinasi ke khasanah ilmu pengetahuan tentang pengaruh pengembangan dan desain produk terhadap kualitas produk.

2. Terapan Ilmu Pengetahuan

Dapat menambah terapan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai operasi perusahaan dimana dalam penelitian ini penulis akan berusaha semaksimal mungkin melakukan pendekatan terhadap permasalahan yang terjadi berdasarkan metode ilmiah, yang di harapkan dapat menambah ilmu pengetahuan.

a. Bagi Penulis

Dapat memperdalam pengetahuan dari permasalahan yang di teliti sehingga dapat menambah wawasan dan pengetahuan.

b. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian dapat digunakan oleh perusahaan sebagai bahan pertimbangan dan masukan untuk kegiatan operasional selanjutnya.

c. Bagi Orang Lain

Hasil penelitian ini dapat di jadikan contoh untuk perusahaan yang bergerak di bidang Fashion untuk memahami dan mempelajari pengembangan dan desain produk untuk kualitas produk.

1.5. Lokasi Dan Jadwal Penelitian

1.5.1. Lokasi Penelitian

Penelitian di laksanakan di CV Tjassport Tasikmalaya Jl. Babakan Jati Tamansari Gobras Kota Tasikmalaya Jawa Barat 46183.

1.5.2. Jadwal Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama kurang lebih 5 bulan yaitu mulai dari bulan Februari sampai dengan Juni 2019. Untuk lebih jelasnya jadwal penelitian terlampir pada lampiran I.