

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat besar dampaknya terhadap setiap kegiatan yang dilakukan oleh dunia industri. Di era globalisasi yang semakin kompetitif sekarang ini, setiap perilaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan akan memberikan perhatian penuh terhadap kualitas produk dan pengembangan produk. Dalam dunia industri, kualitas produk dan pengembangan produk yang dihasilkan merupakan faktor terpenting yang membawa keberhasilan bisnis dan peningkatan posisi bersaing. Perhatian penuh terhadap kualitas akan memberikan dampak langsung kepada perusahaan yang berupa untuk memenangkan persaingan dengan perusahaan lain.

Perusahaan-perusahaan bersaing mengembangkan produk yang dapat memenuhi kebutuhan sesuai dengan selera para konsumen, dimana sekarang ini konsumen menuntut ditingkatkannya mutu yang tinggi dari suatu produk. Hal ini menyebabkan adanya persaingan di dunia industri yang semakin kompetitif yang mengharuskan perusahaan untuk bisa mempertahankan usahanya baik dengan kebijakan-kebijakan yang tepat dan sesuai dengan tujuan perusahaan sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lain atau dengan kreativitas yang mampu membuat perusahaan menjadi lebih baik di mata konsumen di bandingkan perusahaan lain. Oleh sebab itu perusahaan harus menyusun strategi agar mampu menunjukkan keunggulan bersaing.

turunnya kualitas bahan baku, proses produksi, dan sebagainya sehingga konsumen mengalami kejenuhan atau turunnya nilai produk di pasaran. Faktor eksternal terjadi karena di luar jangkauan seperti adanya perubahan selera konsumen, kebijaksanaan pemerintah, munculnya barang pengganti dan masuknya pesaing baru.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Posisi konsumen atau pelanggan menjadi semakin penting dan menentukan bagi kelangsungan hidup suatu perusahaan, sehingga produsen harus bekerja lebih efektif, produktif dan efisien. Keadaan ini menuntut perusahaan untuk sigap mengetahui terhadap selera konsumen dan perubahan pasar yang sangat cepat dan dinamis sejalan dengan adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih.

Pengembangan produk dan kualitas produk yang dilakukan di perusahaan meliputi pengembangan industri tersebut untuk lebih maju tidak hanya memproduksi atau membuat satu produk saja akan tetapi juga akan merilis memproduksi produk-produk lainnya. Serta menjaga kualitas produk agar sesuai dengan standar produksi yang telah ditetapkan.

Salah satu cara untuk menciptakan keunggulan bersaing adalah dengan pengembangan produk yaitu melakukan perbaikan, penyempurnaan atau menghasilkan produk baru yang berbeda dengan produk yang telah ada. Pengembangan produk pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan secara sadar dan berencana untuk memperbaiki produk yang sedang berjalan atau menambali jenis yang ada, juga harus mampu mengelolanya dalam menghadapi perubahan

selera, teknologi dan persaingan yang semakin meningkat sehingga dapat mempertemukan keinginan pasar melalui produk karena konsumen cenderung mencari produk yang baru di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, hal ini disebabkan oleh banyak faktor antara lain yaitu perubahan selera, rasa bosan terhadap produk lama, prestise, dan menginginkan produk yang mempunyai kelebihan dan keunggulan.

Menurut Kotler (2018: 374) pengembangan produk adalah sebagai berikut: Tiap perusahaan harus mengembangkan produk baru. Pengembangan produk baru membentuk masa depan perusahaan. Produk pengganti harus diciptakan untuk mempertahankan atau membangun penjualan. Perusahaan dapat menambah produk baru melalui akuisisi dan/atau pengembangan produk baru.

Pengembangan produk perlu dilakukan oleh setiap perusahaan kerana untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri dan dengan pengembangan produk dapat meningkatkan hasil penjualan apabila produk yang dikembangkan itu dapat diterima atau sesuai dengan selera konsumen dan meningkatkan daya saing dengan produk perusahaan lain.

Selain pengembangan produk, faktor lain yang memengaruhi keunggulan bersaing adalah kualitas produk. Perusahaan berupaya agar produknya tidak kalah dalam persaingan dan mampu menunjukkan keunggulannya dengan selalu berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam usahanya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Perusahaan perlu melakukan berbagai strategi dan perencanaan yang matang dalam setiap produksinya. Salah satu perencanaan mengenai produk yang berkaitan dengan kualitas. Kualitas

produk (*product quality*) merupakan isu yang dominan pada banyak perusahaan, bersamaan dengan semakin berkembangnya produk yang dibuat oleh berbagai perusahaan yang membuat produk yang sejenis menjadi semakin pesat sehingga para produsen harus tetap berusaha untuk membuat produk yang bermutu dan sesuai dengan keinginan serta kebutuhan konsumen mulai dari pemasok sampai konsumen dan dari rancangan produk sampai pemeliharaan peralatan. Kualitas atau Mutu adalah tingkat baik atau buruknya suatu produk yang dihasilkan apakah sesuai dengan spesifikasi yang telah ditentukan ataupun kesesuaiannya terhadap kebutuhan (Rusu, 2019: 45). Dalam sebuah perusahaan Manufaktur yang menghasilkan berbagai produk setiap harinya, Kualitas merupakan faktor yang terpenting dalam menjamin kelangsungan pesanan produk dan juga tingkat profitabilitas perusahaannya.

Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap kompetitornya dalam menguasai pasar karena tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas kualitas. Dalam hal ini perusahaan dituntut untuk menghasilkan produk dengan kualitas tinggi, harga rendah, proses dan pengiriman dapat tepat waktu. Proses produksi yang memperhatikan kualitas akan menghasilkan produk yang bebas dari kerusakan. Hal ini dapat menghindarkan adanya pemborosan dan inefisiensi sehingga biaya produksi per unit dapat ditekan dan harga produk dapat menjadi lebih kompetitif.

Tahu Bulat NVL merupakan perusahaan yang bergerak dalam produksi pengolahan Tahu khususnya Tahu Bulat. Dalam kegiatan produksinya semua tahapan proses produksi tidak ada yang di sub kontrakan. Pihak Perusahaan

melakukan sejumlah pengembangan produk guna memenuhi permintaan pasar dan melakukan inovasi agar dapat unggul dalam persaingan. Pengembangan produk ini dilakukan dengan membuat berbagai produk cemilan olahan dari produk tahu, yang tadinya berfokus pada produk tahu dan tahu bulat, dan saat ini dilakukan pengembangan produk dengan memproduksi produk baru seperti kripik tahu bulat dan *nata de soya*. Hal ini semata – mata dilakukan untuk pengembangan produk dan memenuhi permintaan dan selera dari konsumen sehingga mampu menunjukkan keunggulan bersaing.

Selain itu, perusahaan juga sangat memperhatikan standar kualitas produk yang mereka produksi dengan melakukan melalui pemilihan bahan baku yang berkualitas baik dan proses *Quality Control* yang ditetapkan perusahaan, dimana standar QC ini harus dipenuhi guna menghasilkan produk yang terbaik serta mampu memenuhi kebutuhan dan selera konsumen agar dapat bersaing dipasaran.

Pengembangan produk ini harus dilakukan terencana supaya dalam proses produksinya berjalan dengan efektif dan efisien sehingga produk yang dihasilkan Pabrik Tahu Bulat NVL dapat unggul dalam persaingan. Tingginya permintaan terhadap produk yang ditawarkan, mengharuskan perusahaan untuk menjaga stabilitas produksinya. Namun perkembangan industri pembuatan tahu yang terus berkembang, memunculkan tingginya tingkat persaingan. Banyaknya pabrik tahu baru dan persaingan dengan pabrik tahu bulat yang sudah besar dan punya nama seperti Tahu bulat ASIAN, Macakal dan lain – lain, membuat penjualan Tahu Bulat NVL mengalami penurunan. Menurut keterangan bapak Hendriyana selaku pemilik (Tahu Bulat NVL, 2021), beberapa bulan terakhir produksi tahu bulat mengalami

penurunan karena order mulai berkurang. Sehari paling hanya 1,5 ton kedelai atau sekitar 100.000 potong tahu bulat.

Selain itu, terdapat juga masalah terkait pengembangan produk. Dimana varian produk yang dikembangkan kurang inovatif karena tidak benar – benar suatu yang baru dipasaran, tidak ada pengembangan produk dari produk tahu karena masih sama dengan produk perusahaan lain, dari kemasan masih terlihat kuno atau ketinggalan jaman. Varian produk yang dikembangkan pun tidak terlalu ramai di pasaran.

Selain itu, diketahui bahwa konsumen banyak yang komplain terkait kualitas produk Tahu Bulat NVL, dimana konsumen merasa kualitas produk yang dihasilkan memiliki ukuran tahu yang kecil, tingkat kekenyalan tahu, dan warna tahu tidak putih bersih. Hal ini ditenggarai oleh masalah dari bahan baku, seperti sulitnya mendapatkan bahan baku kedelai, kalau pun ada harga nya terus mengalami kenaikan. Hal ini memengaruhi penilaian konsumen terhadap kualitas produk Pabrik Tahu NVL Ciamis. Bila masalah tersebut tidak segera diberikan perhatian dan tidak diperbaiki, bukan tidak mungkin perusahaan akan terus kalah dalam persaingan dengan perusahaan tahu bulat lain.

Berdasarkan masalah tersebut, maka penulis tertarik untuk mengetahui seberapa besar pengembangan produk dan kualitas produk dapat memengaruhi keunggulan bersaing sehingga perlu kiranya dilakukan penelitian yang berhubungan dengan hal tersebut di atas, yang akan dituangkan dalam bentuk usulan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Pengembangan Produk dan Kualitas**

## **Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.”**

### **1.2 Identifikasi Masalah**

Identifikasi masalah yang diungkapkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengembangan Produk pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.
2. Bagaimana Kualitas Produk pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.
3. Bagaimana Keunggulan Bersaing pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.
4. Bagaimana Pengaruh Pengembangan Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai dari pelaksanaan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis tentang:

1. Pengembangan Produk pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.
2. Kualitas Produk pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.
3. Keunggulan Bersaing pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.
4. Pengaruh Pengembangan Produk dan Kualitas Produk terhadap Keunggulan Bersaing pada Produk Pabrik Tahu NVL Ciamis.

### **1.4 Kegunaan Hasil Penelitian**

Penelitian ini diharapkan akan berguna, baik secara akademis maupun praktis. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

### **1.4.1 Pengembangan Ilmu Pengetahuan**

Dapat memberikan pemahaman dan menambah wawasan serta pengetahuan, khususnya dalam bidang pengembangan produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing. Kemudian dapat dijadikan pula sebagai suatu perbandingan antara aspek teoritis dengan kenyataan di lapangan.

### **1.4.2 Terapan Ilmu Pengetahuan**

#### **a. Bagi Peneliti**

Penelitian ini dapat menambah pengetahuan terutama mengenai pengaruh pengembangan produk dan kualitas produk terhadap keunggulan bersaing, dengan penerapan ilmu dan teori-teori yang diperoleh selama masa perkuliahan dan melakukan perbandingan dengan kenyataan yang terjadi di dunia usaha.

#### **b. Bagi Perusahaan**

Hasil penelitian ini akan dapat digunakan oleh pihak perusahaan sebagai bahan masukan dan pertimbangan yang berarti dalam kegiatan operasional kedepannya.

#### **c. Bagi Peneliti Lain**

Hasil peneliti ini dapat dijadikan referensi sebagai bahan acuan dan pelengkap bagi peneliti lain dalam bidang manajemen operasional khususnya dalam hal pengembangan produk dan kualitas produk serta pengaruhnya terhadap keunggulan bersaing.

## **1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1.5.1 Lokasi Penelitian**

Penelitian di lakukan di Pabrik Tahu NVL Ciamis yang beralamat di Jalan Raya Cihaurbeuti Desa Sukahaji Kampung Cianda Kecamatan Cihaurbeuti, Kabupaten Ciamis Jawa Barat 46262.

### **1.5.2 Waktu Penelitian**

Penelitian dilakukan selama 5 (lima) bulan, dimulai pada bulan September 2021 sampai dengan bulan Januari 2022. Adapun waktu penelitiannya secara lengkap pada Lampiran 1 (terlampir).