

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dalam dunia bisnis yang semakin ketat, persaingan membutuhkan strategi pemasaran yang efektif dan efisien. Kondisi persaingan sangat berbahaya bagi perusahaan apabila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa usaha tertentu untuk pengembangannya. Oleh karena itu, setiap perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan perlu usaha penyempurnaan dan perubahan produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik sehingga dapat memberikan kegunaan, kepuasan dan keterlibatan yang lebih tinggi.²

Pada dasarnya tujuan seorang pelaku usaha menciptakan suatu produk selain untuk memenuhi kebutuhan konsumen juga supaya perusahaan tetap berkembang. Tujuan tersebut dapat tercapai dengan cara mempertahankan dan meningkatkan profit atau tingkat keuntungan perusahaan. Usaha tersebut hanya dapat dilakukan jika perusahaan dapat terus mempertahankan dan meningkatkan penjualan dengan cara menguasai pasar dan membina pelanggan dengan baik. Tujuan ini bisa tercapai dengan baik apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang baik untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada di dalam

² Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, Strategi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 199

pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar mampu dipertahankan dan ditingkatkan.³

Semakin banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk yang sama, para pelaku usaha harus melakukan ide-ide baru agar produknya memiliki keunikan dan daya tarik sendiri sehingga produknya tidak akan kalah di pasar. Para pengusaha harus siap mengambil prakarsa di luar kebiasaan yang ada. Hal ini dilakukan supaya tetap diterima pelanggan dan memiliki nilai tambah tersendiri.⁴

Untuk menghadapi persaingan perusahaan harus memiliki strategi tersendiri, menciptakan inovasi-inovasi produk supaya produknya tetap berkembang dan diterima di pasar. Seorang pelaku usaha juga harus mengetahui minat pelanggan. Perusahaan tetap menciptakan produk-produk yang berkualitas supaya pelanggan tidak bosan. Selain itu produk-produk berkualitas juga dapat meningkatkan penjualan dan keuntungan bagi perusahaan. Salah satu strategi yang dapat ditempuh perusahaan yaitu dengan melakukan pengembangan produk baru. Perusahaan yang terus melakukan pengembangan terhadap produknya dan memuaskan pelanggan bisa dipastikan perusahaan akan tetap berkembang, perkembangan produk dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan dengan mendapatkan keuntungan yang maksimal.

³ Sofyan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, Strategi*, (Jakarta, PT Raja Grafindo Persada, 2011), hlm. 167

⁴ Indriyono Gitosudomo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta, 2014), hlm. 97

Pengembangan produk adalah serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar lalu diakhiri dengan tahap produksi, penjualan dan pengiriman produk kepada konsumen. Produk yang dihasilkan dapat berupa produk jadi, produk setengah jadi atau bahan baku produk.⁵ Pengembangan produk suatu perusahaan dapat dilakukan dengan cara memperbaiki produk lama ke produk baru mulai dari branding, packaging dan penambahan varian produk yang diminati oleh masyarakat sekarang. Pengembangan produk sangatlah erat kaitannya dengan keberhasilan perusahaan dalam meningkatkan penjualan. Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang suatu perusahaan mendapatkan pelanggan baru semakin besar, apabila pelanggan bertambah maka penjualan akan semakin meningkat.

Di era seperti ini usaha atau bisnis sangatlah bermacam-macam terutama bisnis makanan ringan yang sangat digemari oleh masyarakat. Seperti usaha jamur. Jamur mantan adalah produk olahan jamur tiram krispi yang diproduksi pasangan suami istri Bapak Dedi Mahendra dan Ibu Ike Galuh Candra. Produk jamur mantan berproduksi di pasaran tahun 2017, beralamat di Kelurahan Sumbergedong, Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. Jamur mantan merupakan salah satu usaha yang sudah memperoleh izin usaha mikro kecil (IUMK) pada tahun 2018. Usaha yang awalnya hanya bermodal nekat berhasil mencapai omset 5 jutaan setiap

⁵ Agustinus Purna Irawan, *Perancangan dan Pengembangan Produk Manufaktur*, (Yogyakarta: Andi, 2017), hlm. 3

bulannya dan bisa memproduksi 2000 pcs bisa lebih sesuai dengan permintaan konsumen setiap bulan. Adapun struktur organisasi jamur mantan.

Tabel 1.1

Struktur Organisasi Usaha Jamur Mantan

Nama	Jabatan
Ike Galuh Candra K. Dedi Mahendra Sukma	Pemilik
M. Guntur	Marketing
Nifa Dwi	Keuangan
Nur Hainun	Pemasaran
Fitri Nurhayati Menik Mu'alifah	Divisi Produksi
Nur Huda	Distribusi

Dalam pemilihan nama produk yang unik menjadi daya tarik konsumen terutama kalangan anak muda atau milenial. Adapaun dengan varian jamur mantan menggunakan nama-nama yang unik seperti TTM (Tetap Terasa Murni), Baper (Berbeque Super), PHP (Pedes Huhah Pol), Balikan (Balado Bikin Ketagihan) dan Pisah (Pizza rasa mewah). Penjualan jamur mantan tidak hanya di Jawa Timur tetapi sudah ke luar Jawa seperti Sumatera, Kalimantan dan Bali. Pemasarannya melalui sosial media dan bekerja sama dengan para TKI yang asli Trenggalek. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Peranan**

Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan Kabupaten Trenggalek”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka masalah pokok yang akan digunakan dalam penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?
2. Bagaimana strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?
3. Bagaimana faktor pendorong pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?
4. Bagaimana faktor penghambat pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dari rumusan masalah di atas, maka penelitian bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?

3. Untuk mengetahui faktor pendorong pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?
4. Untuk mengetahui penghambat pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan?

D. Batasan Masalah

Batasan masalah merupakan suatu pembatasan masalah yang ada untuk mengatasi bahasan penelitian supaya lebih fokus dan terarah. Adapun batasan masalah dari penelitian ini penulis membatasi terhadap masalah-masalah yang berkaitan dengan upaya pengembangan produk, strategi pengembangan produk, faktor pendorong dan penghambat pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan hasil penelitian dapat digunakan untuk sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teori peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan serta dapat dimanfaatkan sebagai berikut:

- a. Dapat digunakan sebagai bahan untuk menambah pengetahuan dan wawasan khususnya mengenai pengembangan produk yang dapat meningkatkan volume penjualan.

- b. Dapat mengubah pola pikir kita untuk lebih kritis dan analisis dalam menghadapi masalah yang terjadi di dunia usaha khususnya mengenai pengembangan produk.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis hasil penelitian diharapkan bisa dimanfaatkan oleh berbagai pihak yaitu:

- a. Pemilik usaha jamur mantan

Menambah bahan informasi yang mungkin dapat digunakan bagi pihak usaha dengan melaksanakan upaya yang tepat untuk mengembangkan produknya menambah informasi tentang faktor pendorong dan faktor penghambat dalam proses pengembangan produk.

- b. Bagi peneliti

Menjadi pengalaman dan bentuk kontribusi pemikiran terhadap pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan.

- c. Penelitian selanjutnya

Sebagai referensi sekaligus pengembangan penelitian yang akan datang di bidang Manajemen Bisnis Syariah khususnya terkait dengan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan.

F. Penegasan Istilah

Untuk menghindari kesalahan dalam memaknai judul penelitian maka perlu adanya penegasan istilah. Adapun istilah-istilah yang perlu dijelaskan penulis sebagai berikut:

1. Penegasan Konseptual

a. Pengembangan produk

Pengembangan produk adalah strategi yang dilakukan untuk pertumbuhan perusahaan dengan cara menawarkan produk baru atau produk lama yang telah dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Konsep produk jua dikembangkan menjadi produk fisik untuk menyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.⁶

b. Produk

Produk adalah subyektif dari seorang produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai suatu usaha untuk mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan juga keinginan konsumen agar sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi daya beli pasar.⁷

c. Volume penjualan

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jilid II, Ed. 12, Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2007)), hlm. 320

⁷ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Ed. II, (Yogyakarta: Andi, 2011), hlm. 95

Volume penjualan adalah jumlah yang dipandang dari hubungan biaya dalam perusahaan yang dapat memperkirakan target penjualan untuk mendapatkan laba yang di tentukan.⁸

2. Penegasan Operasional

Secara operasional peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan usaha jamur mantan kabupaten Trenggalek adalah upaya pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha jamur mantan untuk melakukan suatu inovasi terhadap produk yang dihasilkan dan didapatkan untuk meningkatkan keuntungan. Dengan adanya pengembangan produk dapat diharapkan membantu meningkatkan volume penjualan pada usaha tersebut.

G. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pemahaman peneliti menyajikan sistematika penulisan skripsi secara rinci yaitu VI bab yang di dalamnya terdapat masing-masing sub bab yaitu:

BAB I Pendahuluan

Berisikan yang menjadi latar belakang dalam peneliti, rumusan masalah yang digunakan, tujuan yang hendak dicapai, pembatasan masalah dan manfaat penelitian yang digubakan dalam penelitian, serta sistematika penulisan yang menjelaskan isi laporan secara singkat.

BAB II Kajian Pustaka

⁸ Wiens Anogra, *Kamus Istilah Ekonomi*, (Bandung:M2S, 2006), hlm. 213

Menguraikan kajian teori dan penelitian terdahulu kemudian disimpulkan oleh peneliti.

BAB III Metode Penelitian

Membahas mengenai metodologi yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian. Pembahasan metodologi penelitian akan meliputi pendekatan dan jenis penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan data.

BAB IV Hasil Penelitian

Bab ini terdiri dari paparan data dan temuan penelitian. Menguraikan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan Kabupaten Trenggalek.

BAB V Pembahasan

Berisi tentang cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori penelitian yang ada.

BAB VI Penutup

Menjelaskan kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan yang telah dilakukan sebelumnya dan saran berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan.