

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini setiap orang mengenal barang-barang dan jasa yang beranekaragam macamnya untuk memenuhi kebutuhannya. Barang-barang tersebut tentu saja dibuat untuk memenuhi kebutuhan manusia (Reksohadiprodjo, 2000:1). Karena kebutuhan yang beragam tersebut membuat banyak sekali kebutuhan akan produk tertentu.

Produk merupakan barang yang berwujud yang dapat kita beli dan dapat kita bawa dari tempat penjualannya (Buffa, 1983:7). Produk dapat berupa makanan, produk jenis makanan merupakan salah satu produk yang diutamakan dalam kehidupan setiap manusia, produk jenis ini tetap dibutuhkan karena memang kodrat manusia untuk membutuhkan asupan nutrisi, terutama dari makanan. Produk makanan berpeluang tinggi untuk menarik konsumen. Dikarenakan produk makanan ringan ini memiliki keunggulan tersendiri dibandingkan dengan produk lain. Makanan ringan atau lebih mudah dikenal dengan sebutan Snack/ jajanan biasanya berbentuk barang yang ringan dan dapat dikemas dengan berbagai bentuk wadah yang menarik.

Kebutuhan akan produk tergantung kepada pembuatan produk-produk primer dan permintaan pasar (Buffa, 1992:3). Banyak diantara kita mungkin tidak menyadari bahwa setiap produk makanan ringan yang kita beli atau konsumsi sebenarnya menjalani proses penciptaan yang rumit hingga menjadi suatu produk yang sesuai dengan kebutuhan dan

keinginan kita. Membutuhkan biaya hingga menjadi produk yang dibutuhkan konsumen, memerlukan komunikasi dari produsen-nya hingga kita mengetahui bahkan mengkonsumsinya, dan mungkin juga menjalani proses yang begitu panjang sehingga dapat berada ditangan konsumen.

Produk bukanlah sekedar barang atau jasa yang dirancang, dibuat dan ditawarkan untuk dijual kepada konsumen akhir, namun produk mencakup riset dan pengembangan, dan produk yang mencakup semua layanan yang menyertai produk seperti instalasi dan pemeliharaan. Produk juga tidak hanya mengenai keunggulan sifat yang dimiliki barang yang bersangkutan. Produk dapat berarti kualitas produk atau jasa, fungsi-fungsi, sifat atau karakteristik dan keunggulan, karena desain dan kemasan, jaminan dan pelayanan purna jual (*After-sales service*) yang melekat padanya (Darmawan, 2009:53).

Selain melewati proses yang rumit produk makanan ringan juga harus memiliki keunggulan yang tidak dimiliki oleh produk lain. Untuk itu, diperlukan adanya. Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk tetapi produk bisa lebih dari itu. Secara luas Produk (*Product*) merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi, informasi dan ide (Kotler, 2009:4).

Setiap perusahaan mengharapkan produknya dapat memuaskan keinginan konsumen. Produk tidak akan berjalan lancar apabila keinginan konsumen tidak dapat dipengaruhi, dalam arti konsumen mempunyai keinginan dan kebutuhan yang tidak tentu atau selalu berubah. Semakin banyak produk terjual akan

memberikan kontribusi pada peningkatan penerimaan perusahaan, dan pada akhirnya dapat berpengaruh langsung pada pencapaian target keuntungan yang semakin meningkat pula (Sunyoto, 2012:1). Maka dari itu, perusahaan harus berusaha mengambil hati para konsumen untuk memperlancar jalannya produksi. Hal ini tentu tidak dapat terlepas dari orientasi produk baik berupa mutu, packing dan lain-lain.

Sebagian besar produk akan sampai pada tahap kejenuhan dan akhirnya menurun dalam permintaan hingga produk tidak lagi diinginkan konsumen, meskipun tidak dapat disangkal bahwa hal ini tidak berlaku untuk semua produk. Namun karena kebanyakan produk akan sampai pada tahap akhir kehidupannya, organisasi bisnis harus bekerja optimal untuk mengembangkan produk agar dapat menggantikan posisi produk lama (Yamit, 2005:35).

Adakalanya perusahaan harus melaksanakan suatu kegiatan khusus yang berbeda dari kegiatan yang selama ini dilaksanakannya secara teratur. Kegiatan khusus ini dapat berupa kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa yang mempunyai ciri dan sifat yang berbeda (Pardede, 2005:18). Dengan tujuan agar produk tersebut dapat mengurai kejenuhan yang dialami konsumen.

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diperhatikan oleh setiap pelaku bisnis karena keberadaan produklah yang menentukan luasnya pangsa pasar yang akan dicapai. Karena produk merupakan elemen kunci dalam penawaran pasar. Dan pemimpin pasar biasanya menawarkan produk dan jasa

bermutu tinggi yang memberikann nilai pelanggan yang paling unggul (Kotler, 2009:3).

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam berbisnis adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan (Tjiptono, 1997:19). Mempertahankan pelanggan itu sendiri dapat dilakukan dengan memperhatikan orientasi produknya. Karena, Semakin baik orientasi produk maka akan berdampak pula pada keberlangsungan pemasaran produk tersebut.

Mempertahankan pelanggan juga dapat dilakukan dengan cara mengamati pembeli (Kusuma, 2004:16). Pengamatan tersebut bertujuan untuk memperoleh informasi dari pembeli untuk tujuan agar produk yang diproduksi dapat diterima dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen itu sendiri.

Salah satu Usaha rumah tangga (*Home Industry*) yang bergerak dibidang camilan (makanan ringan) adalah UD. Uber Jaya. UD. Uber Jaya memproduksi aneka camilan berupa keripik pangsit dan beberapa pengembangan produk lain seperti : Keripik Pangsit, Keripik Stik Manis, Pilus Asin, Pilus Manis.

Makanan ringan yang diproduksi UD. Uber Jaya terbatas pada pemasaran di beberapa kota dipulau madura. Hal ini disebabkan oleh keberadaan produk salah satunya kurang maksimal di *Packing*/pengemasan. Kemasan didesain dengan sederhana kemudian dikerjakan dengan menggunakan alat sablon manual dengan hanya menggunakan satu warna untuk meminimalkan biaya. Selain

kemasan/*packing*, UD. Uber Jaya tidak melakukan pencatatan baik dari jumlah yang akan diproduksi, maupun produktivitas produksi perharinya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan, maka perumusan masalah dan batasan penulisan karya ilmiah (tugas akhir) ini adalah Bagaimanakah peningkatan kualitas produk pada UD. Uber Jaya Kecamatan Batang-batang, Kabupaten Sumenep?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas maka tujuan yang diharapkan dalam penulisan karya ilmiah (tugas akhir) ini adalah :

1. Mengetahui peningkatan kualitas produk pada UD. Uber Jaya Kecamatan Batang-batang, Kabupaten Sumenep.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan pada penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi penulis, sebagai media berlatih untuk mengembangkan kemampuan/ wawasan dan disiplin ilmu.
2. Bagi Home Industri, diharapkan dapat memberikan kontribusi berupa masukan yang berguna bagi pihak perusahaan serta menambah jaringan kerjasama pihak industri.

3. Bagi Perguruan Tinggi, membina dan meningkatkan kerja sama antara Perguruan Tinggi dengan dunia Home Industri ataupun Perusahaan serta suatu bentuk komitmen universitas dalam menghasilkan lulusan yang berkualitas dan handal di bidangnya.

1.5 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada 21 Maret S.d 03 Juni 2016. Pelaksanaan penelitian bertempat di UD. Uber Jaya daerah Batang-batang Sumenep yang berlokasi di Jalan Pantai Lombang, Desa Batang-batang Daya, Kecamatan Batang-batang Kabupaten Sumenep. Secara garis besar Studi Lapang (Stula) ini dibagi menjadi beberapa tahap kegiatan, yaitu :

1. Persiapan

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan persiapan yang akan dilakukan untuk pelaksanaan Studi Lapang, seperti pencarian lokasi Stula, Pembuatan surat izin Stula, dan lain-lain untuk dapat memudahkan kegiatan Studi Lapang.

2. Kegiatan Studi Lapang

Merupakan kegiatan yang berkaitan dengan proses Studi Lapang atau pengamatan terhadap aktivitas yang ada di UD. Uber Jaya, proses produksi dan pemasaran.