

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perusahaan harus mampu mengembangkan produk guna menjaga kelangsungan usahanya dalam menunjang pembangunan di masa depan pada kondisi persaingan yang semakin ketat dan dinamis. Perusahaan harus melakukan berbagai usaha dengan cara melakukan strategi yang digunakan untuk menghadapi kondisi yang berubah-ubah dalam industri mereka. Perusahaan harus mampu mengembangkan suatu perencanaan guna mengantisipasi setiap perubahan teknologi dan selera konsumen yang berubah-ubah. Dengan adanya perubahan teknologi maka perusahaan harus menyusun strategi pemasaran dalam menentukan sasaran, peluang pasar serta sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Perusahaan menyadari bahwa diversifikasi produk baru dan penyempurnaan kelangsungan hidup perusahaan sangatlah penting. Dalam kondisi persaingan dewasa ini, perusahaan yang tidak melakukan kebijaksanaan menambah produk guna melayani pasar yang baru akan menghadapi resiko yang semakin besar untuk kehilangan pasarnya, dimana beberapa langganan sudah mulai meninggalkan produk perusahaan akan beralih ke produk lain (produk

saingan termasuk produk pengganti) serta industri pemakai selalu menginginkan produk baru dan pengembangan produk dapat dilakukan dengan cara diversifikasi produk.

Produsen sering menghadapi resiko karena perubahan modal dan perubahan dalam selera konsumen, ia tidak dapat menjual produk tertentu sehingga dengan adanya diversifikasi produk makin berkurang resiko yang dihadapi. Akhirnya dapat dikemukakan produk baru guna memajukan pertumbuhan yang merupakan sasaran sendiri dan menambah penggunaan kapasitas produk beserta sumber daya finansial dan tenaga kerjanya. Disamping itu seorang produsen cenderung untuk menambah produk baru. Dengan adanya penambahan produk baru maka pemasaran dapat diperluas dengan memanfaatkan kesempatan penambahan produksi, penambahan penjualan serta kestabilan pemasaran akan selalu terjamin. Sebenarnya yang disebut produk itu bukan produk lain tetapi produk sebelumnya dengan produk yang sama tapi merk, ukuran dan jenisnya berbeda.

Dengan keadaan itulah maka, harus diamati secara terus menerus keinginan dan kebutuhan konsumen yang sering berubah-ubah setelah itu usaha selanjutnya adalah mengadakan penelitian guna memenuhi kebutuhan baru, baik dalam ukuran atau bentuk, sejenisnya, harganya juga mempertahankan kualitas produk agar konsumen tidak beralih ke produk lain. Disini terkandung arti

pentingnya suatu penelitian dalam diversifikasi produk terhadap suatu produksi, keberhasilan dalam suatu perusahaan dinilai dari kemampuan untuk menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Berdasarkan dari uraian diatas tersebut, maka penulis tertarik untuk meneliti "Pengaruh diversifikasi produk terhadap penjualan pada PT. Pelita Cengkareng Paper & Co Tangerang.

1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

1.2.1 Perumusan masalah

Sebelum merumuskan masalah, perlu diketahui terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan masalah itu sendiri. Masalah adalah setiap kesulitan yang menggunakan manusia untuk menyelesaikannya (Surachman, 1980: 134)

Adapun perumusan masalah dari penelitian ini adalah :

1. Apakah diversifikasi produk akan berpengaruh positif terhadap volume penjualan ?
2. Bagaimana jenis diversifikasi produk yang dilakukan oleh perusahaan ?

1.2.2 Pembatasan masalah

Mengingat banyaknya permasalahan yang akan diteliti dan tidak semua permasalahan dapat dibahas dalam penelitian ini, maka peneliti perlu untuk melakukan

pembatasan masalah dengan maksud agar pembahasan dapat lebih terarah dan tidak terjadi pembahasan yang melebar.

Adapun pembatasan masalahnya pengaruh Diversifikasi produk berkaitan dengan penjualan yang ada di daerah Pulau Jawa.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh diversifikasi produk terhadap volume penjualan.
2. Untuk mengetahui jenis diversifikasi produk terhadap penjualan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Dari hasil penelitian ini peneliti harapkan dapat berguna berbagai pihak:

1. Bagi peneliti
 - a. Dengan penelitian ini dapat diambil perbandingan antara teori yang peneliti peroleh selama kuliah dengan kenyataan yang ada dalam praktek khususnya dalam bidang pemasaran.
 - b. Untuk menambah pengetahuan dan pengalaman peneliti akan masalah-masalah yang terjadi pada perusahaan, khususnya dibidang pemasaran
2. Bagi perusahaan
 - a. Penelitian ini diharapkan akan membantu perusa-