

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Memasuki era modern seperti saat ini, teknologi dan ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan permasalahan dalam dunia industri telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Hal ini dibuktikan dengan semakin banyaknya produk-produk yang beredar di pasar. Seiring dengan kemajuan teknologi tersebut telah tercipta alat-alat dan metode-metode baru yang dapat meningkatkan efektifitas dan efisiensi. Dengan demikian perusahaan dapat memperluas jaringan serta memperbaiki barang dan jasa baik mengenai kualitas maupun kuantitasnya. Selain itu perusahaan juga dapat menghasilkan produk dalam jumlah besar dengan biaya yang relatif murah.

Kemajuan iptek tersebut juga sangat berpengaruh, termasuk terhadap perusahaan yang bergerak dalam industri manufaktur. Perusahaan manufaktur merupakan perusahaan yang mengolah bahan mentah (bahan baku) menjadi barang jadi atau menjadi sebuah produk. "Produk adalah keluaran (*output*) yang diperoleh dari sebuah proses produksi (transformasi) dan merupakan pertambahan nilai dari bahan baku (*material input*) dan merupakan komoditi yang dijual perusahaan kepada konsumen."¹

¹ Imam Djati Widodo, *Perencanaan dan Pengembangan Produk* (Yogyakarta, 2005), hal.1.

Produk menjadi titik awal yang krusial dari suatu industri manufaktur. Konsekuensinya adalah keberhasilan industri tersebut dalam persaingan akan ditentukan oleh keberhasilan dalam merancang dan mengembangkan produk yang sesuai dengan keinginan serta kebutuhan pelanggan.

Konsekuensi lain yang juga dapat menentukan keberhasilan industri manufaktur adalah kecepatan industri tersebut dalam beradaptasi/merespon perubahan keinginan pelanggannya. Kecepatan perubahan rancangan produk akan dipengaruhi oleh kecepatan perkembangan teknologi, kerumitan dalam memproses produk, mempersingkat siklus perancangan produk dan faktor-faktor organisasi perusahaan.

Kesuksesan ekonomi suatu perusahaan manufaktur tergantung kepada kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan, kemudian secara cepat menciptakan produk yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut dengan biaya yang rendah. Hal ini bukan merupakan tanggung jawab bagian pemasaran, bagian manufaktur, atau bagian desain saja, melainkan merupakan tanggung jawab yang melibatkan banyak fungsi yang ada di perusahaan. Pengembangan produk (*product development*) merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk.

Rencana/program pengembangan produk menjadi suatu bagian dari proses inovasi yang ada dalam dunia bisnis. Melalui pengembangan produk diharapkan akan menghasilkan produk baru yang mampu memberikan keunggulan tertentu di dalam mengatasi persaingan dengan produk kompetitor.

Pengembangan produk pada hakikatnya merupakan langkah-langkah strategis yang akan mempengaruhi segala langkah manajemen yang diambil dan merupakan proses yang sangat kompleks, mulai dari rancangan melalui ide sampai dengan produk jadi terwujud. Di sini akan dipertaruhkan sejumlah besar investasi dengan resiko finansial yang harus diantisipasi dengan pertimbangan maupun perhitungan yang seksama.

Perencanaan dan pengembangan produk bagi perusahaan manufaktur memegang peranan yang penting sebagai hal yang wajib dilakukan sebagai bentuk inovasi produk, untuk menghadapi perkembangan serta persaingan dengan para kompetitor lain. Hal ini pula yang dilakukan serta dihadapi oleh PT Rahayu Santosa Bogor. PT Rahayu Santosa merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak dalam usaha karoseri.

Karoseri adalah membuat rancang bangun baik dari kayu maupun dari besi/plat ataupun gabungan dari bahan yang lain untuk diterapkan disebuah kendaraan bermotor sehingga berubah fungsinya (bisa jadi angkutan

penumpang/angkutan barang padat/angkutan barang cair/angkutan barang curah dan lain sebagainya).²

PT Rahayu Santosa menitikberatkan pada penyediaan peralatan operasional terbaik kepada para pelanggannya. Sesuai dengan visi dan misi perusahaan untuk menjadi badan produsen bus terbaik di Indonesia dengan standar kualitas Internasional serta melakukan bisnis dengan fokus memaksimalkan pada kepentingan pelanggan, PT Rahayu Santosa mengutamakan keselamatan, model terkini, dan kenyamanan bagi seluruh pelanggan setianya.

Sebagai perusahaan karoseri besar di Indonesia, PT Rahayu Santosa dihadapkan pada persaingan dengan berbagai perusahaan karoseri lain seperti Adiputro, New Armada, dan Trijaya Union. Hampir setiap perusahaan karoseri mengalami situasi yang tidak mudah di mana pelanggan utamanya adalah perusahaan angkutan transportasi yang bukan merupakan pengguna langsung produk bus (*unuser*). Oleh sebab itu yang dapat mengetahui serta merasakan secara langsung kualitas dari produk bus yang dihasilkan adalah penumpang angkutan transportasi sebagai *mainuser*.

PT Rahayu Santosa telah berdiri sejak tahun 1961. Pada awalnya PT Rahayu Santosa merupakan perusahaan angkutan transportasi yang belum mampu menghasilkan bus secara mandiri. Namun seiring

² <http://www.karoserikreasibaru.com/2011/06/apa-itu-karoseri/> (diunduh pada tanggal 19 Juli 2012 pukul 10.13 WIB).

berjalannya waktu, PT Rahayu Santosa beralih dan fokus menjadi sebuah perusahaan karoseri terkemuka hingga saat ini. Salah satu kunci suksesnya adalah secara berkala melakukan inovasi terhadap produk yang dihasilkan. Inovasi yang dilakukan adalah dengan melakukan perencanaan dan pengembangan produk. Pengembangan produk dilakukan dengan menyempurnakan atau memperbaiki produk yang telah ada serta mengembangkan produk baru (*new product development*).

Pengembangan produk karoseri yang dilakukan PT Rahayu Santosa dilatarbelakangi oleh keinginan untuk mencapai tingkat keuntungan tertentu, memberikan kepuasan atas permintaan pelanggan terhadap kualitas maupun kuantitas produk, memenangkan persaingan dengan kompetitor, serta kesadaran terhadap masa hidup produk yang singkat.

Produk baru yang dihasilkan oleh PT Rahayu Santosa merupakan suatu bentuk investasi. PT Rahayu Santosa mengharapkan agar investasi tersebut pada akhirnya dapat menghasilkan profit yang tinggi. Permasalahannya adalah pada saat produk telah berada pada titik pertumbuhan di pasar, kompetitor mengeluarkan produk dengan variasi bentuk lain yang menarik bagi pelanggan. Keberadaan kompetitor akan mempengaruhi posisi produk PT Rahayu Santosa di pasar.

Untuk itulah PT Rahayu Santosa melakukan proses pengembangan terhadap produk baru. Produk yang telah terlebih dahulu berada di pasar, tetap berjalan sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Seiring dengan itu produk baru hasil pengembangan juga berjalan sehingga tidak tertinggal dengan perkembangan produk kompetitor dan iptek.

Dalam melakukan pengembangan produknya, PT Rahayu Santosa mengalami beberapa hambatan, salah satunya adalah ketersediaan bahan baku atau material yang akan digunakan dalam proses produksi. PT Rahayu Santosa menggunakan bahan baku atau material dengan kualitas terbaik yang berasal dari luar negeri. Hal ini berarti membutuhkan waktu dalam proses pengiriman. Proses impor barang akan terkait dengan kebijakan pemerintah terhadap bea masuk barang dari luar negeri. Selain itu, masalah lain yang timbul adalah keterbatasan tenaga ahli dalam menggunakan teknologi yang ada serta dalam melakukan *maintenance* terhadap produk yang dihasilkan.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi proses pengembangan produk pada PT Rahayu Santosa baik secara internal maupun eksternal. Namun produk karoseri PT Rahayu Santosa senantiasa berkembang untuk memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Desain produk bus PT Rahayu Santosa berkiblat ke Jerman sebagai negara industri termaju di dunia. PT Rahayu Santosa mengembangkan

model atau desain tersebut sesuai dengan kebutuhan serta keinginan konsumen di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis mengambil judul **“Analisis Strategi Pengembangan Produk Karoseri Pada PT Rahayu Santosa Bogor”**.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka perumusan masalah penulisan Karya Ilmiah ini dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Apa faktor yang mempengaruhi pengembangan produk karoseri PT Rahayu Santosa Bogor ?
2. Bagaimana strategi pengembangan produk karoseri yang dilakukan oleh PT Rahayu Santosa Bogor ?

C. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penulisan

Tujuan dari penulisan Karya Ilmiah ini adalah sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi pengembangan produk karoseri PT Rahayu Santosa Bogor.
- b. Untuk mengetahui strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh PT Rahayu Santosa Bogor.

2. Manfaat Penulisan

Diharapkan dengan adanya Karya Ilmiah ini dapat memberikan manfaat kepada penulis, perusahaan, serta universitas.

a. Bagi Penulis

- 1) Karya Ilmiah ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman dalam mempraktikkan teori-teori yang diperoleh di bangku kuliah dalam keadaan nyata.
- 2) Memperoleh wawasan serta pemahaman mengenai manajemen pemasaran perusahaan khususnya dalam hal pengembangan produk.

b. Bagi Perusahaan

- 1) Sebagai bahan masukan untuk menambah informasi yang bermanfaat.
- 2) Menjadi pertimbangan pihak perusahaan dalam memahami, membantu, dan menyelesaikan masalah-masalah yang terjadi di dalam perusahaan.

c. Bagi Universitas

- 1) Karya Ilmiah ini dapat mendukung pelaksanaan program pengembangan keilmuan bagi Universitas, khususnya Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Pemasaran.
- 2) Dapat digunakan sebagai referensi dalam penulisan Karya Ilmiah berikutnya, terlebih mengenai *product development*.