BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini globalisasi telah menjangkau berbagai aspek kehidupan. Sebagai akibatnya persaingan pun semakin tajam. Namun perusahaan-perusahaan masa kini tidak hanya bergerak di pasar yang telah diketahui dan pasti saingannya saja atau pilihan pelanggan yang stabil, melainkan persaingan yang ketat dengan perusahaan saingan yang terus berubah serta kemajuan teknologi, peraturan baru, kebijaksanaan perdagangan yang terkelola dan turunnya kesetiaan pelanggan.

Dunia bisnis sebagai salah satu bagiannya juga mengalami hal yang sama. Perusahaan-perusahaan yang dahulu bersaing hanya pada tingkat lokal, regional atau nasional, kini harus pula bersaing dengan perusahaan-perusahaan dari seluruh penjuru dunia yang terus mengalami perubahan. Hanya perusahaan-perusahaan yang mampu menghasilkan barang atau jasa berkualitas kelas dunia bergerak dan searah dengan keinginan serta harapan konsumen yang dapat bersaing dalam pasar global. Masyarakat sekarang ini menemukan banyak sekali jenis produk dalam setiap kategori, sehingga konsumen sulit untuk memilihnya. Namun dikarenakan kebutuhan yang sangat beragam dari setiap konsumen, terutama dalam hal kombinasi harga barang dan jasa dapat mengakibatkan timbulnya harapan dari konsumen akan mutu dan pelayanan yang tinggi serta terus meningkat.

Di dalam kehidupan kita sehari-hari, kita sering mendengar orang membicarakan tentang kualitas suatu produk. Misalnya mengenai kualitas produk

luar negeri yang dianggap oleh masyarakat lebih baik dari pada kualitas produk dalam negeri sendiri. Namun anggapan tersebut tidak selalu benar, dikarenakan konsumen itu sendiri membeli suatu produk berdasarkan pandangan nilai mereka terhadap produk tersebut, dan tetap disesuaikan dengan kebutuhan dan keadaan dari konsumen itu sendiri. Apalagi ditengah pilihan produk yang begitu banyak dan beragam, konsumen cenderung memilih tawaran yang paling sesuai dengan kebutuhan serta harapan masing-masing, misalnya produknya berkualitas tinggi namun harganya terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

Agar suatu perusahaan dapat memiliki keunggulan dalam skala global, maka perusahaan harus mampu melakukan setiap pekerjaan secara lebih baik, mampu menghasilkan barang atau jasa yang lebih berkualitas tinggi dengan harga yang wajar dan bersaing sesuai dengan harapan konsumen. Apalagi dengan adanya perbedaan antara setiap orang, perusahaan perlu sekali menarik minat konsumen agar banyak konsumen yang membeli produk buatan dalam negeri sendiri dan produk yang dibuat oleh perusahaan tersebut.

Sesuai dengan pembahasan tersebut diatas, maka penulis akan membahas tentang "PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP VOLUME PENJUALAN HANDYCRAPT PADA KOPERASI PONDOK PESANTREN DAARUT TAUHIID"

1.2 Maksud dan Tujuan

Maksud dari praktek kerja lapangan ini adalah untuk menganalisa data atau keterangan yang diperlukan dalam pembuatan tugas akhir dan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan kuliah Diploma III di Lembaga Pendidikan Komputer Indonesia Jerman (IGI-LPKIG) jurusan Manajemen

Pemasaran.

Maksud lainnya yaitu untuk lebih memahami dan mendalami sejauh mana penerapan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah IGI-LPKIG.

Terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai. Adapun tujuannya, yaitu antara lain :

a) Ingin mengetahui sampai sejauh mana pengaruh kualitas produk yang merupakan bagian dari suatu proses manajemen dapat meningkatkan penjualan.
b) Untuk mempelajari bagaimana pengaruh kualitas produk yang ada dalam rangka peningkatan volume penjualan.
c) Meneliti masalah-masalah yang timbul dalam peningkatan kualitas dan peningkatan penjualan.
d) Untuk mengetahui sampai sejauh mana kualitas yang telah diberikan divisi handycrapt kopontren Daarut Tauhiid dalam mencapai kepuasan pelanggan.
e) Analisa yang dilakukan dapat memberikan masukan terhadap perbaikan-perbaikan bagi kopontren Daarut Tauhiid khususnya divisi handycrapt dalam melakukan peningkatan penjualan.

1.3 Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 (tiga) metode yang sudah lazim digunakan, antara lain :

a. Studi Kepustakaan (Library Research)

Suatu metode yang digunakan untuk mendapatkan teori-teori yang diperlukan berkenaan dengan kualitas, produk dan penjualan. Dapat dilakukan dengan cara antara lain membaca buku-buku, hasil kuliah dan sumber-sumber lain yang ada

hubungannya dengan topik yang dijadikan masalah.

b. Observasi (Field Research)

Meneliti dan melihat langsung ke lapangan, maksudnya untuk memperoleh data-data yang diperlukan dalam pembahasan penulisan, dengan observasi pula penulis berusaha melihat faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas produk dalam peningkatan penjualan.

c. Wawancara

Wawancara adalah pengambilan data atau informasi langsung dari sumbernya, baik dari karyawan Kopontren itu sendiri atau kepada orang-orang yang terlibat secara langsung maupun tidak langsung yang memahami tentang suatu masalah, dalam hal ini masalah yang berkenaan dengan kualitas produk serta penjualan.

Disamping itu penulis juga melihat kondisi dan keadaan yang terjadi saat ini sebagai data kualitatif yang mungkin banyak mempengaruhi isi penulisan tugas akhir ini. Dengan hal-hal yang aktual juga penulis mengharapkan agar isi dari tugas akhir ini dapat bermanfaat terutama bagi penulis sendiri sebagai pengalaman dan acuan di masa mendatang .

1.4 Pembatasan Masalah

Begitu luasnya hal-hal yang berkaitan dengan kualitas, produk dan penjualan. Sedangkan penulis menyadari betul kekurangannya maka pembahasan disini akan lebih ditekankan pada pengaruh kualitas produk itu sendiri terhadap peningkatan volume penjualan. Mengenai Total Quality Management (TQM) dan Total Quality Control (TQC) secara global tidak akan dibahas dalam penulisan ini karena nanti penelitian akan lebih meluas.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan dalam penulisan ini jadi lebih mudah dipahami dan terarah, maka penulis menyusunnya ke dalam lima bab yang saling berkaitan. Adapun sistematika tiap bab tersebut adalah sebagai berikut :

Bab kesatu, berisi pendahuluan yang terdiri atas latar belakang masalah yang dibahas, maksud dan tujuan penulis, metodologi penelitian yang digunakan baik dalam penulisan tugas akhir ini dan pada waktu melaksanakan PKL, pembatasan masalah serta sistematika penulisan.

Bab kedua, tinjauan pustaka yang menguraikan landasan teori serta definisi atau pengertian-pengertian yang diambil dari para tokoh/ahli yang ada relevansinya dengan tugas akhir ini.

Bab ketiga, merupakan data hasil penelitian yang didapat selama melaksanakan PKL di Kopontren Daarut Tauhiid tepatnya di bagian divisi handycrapt. Data atau informasi-informasi tersebut berupa gambaran secara global tentang Kopontren Daarut Tauhiid yang terdiri dari sejarah Kopontren itu sendiri dan bagian atau divisi dari Kopontren tersebut tepatnya divisi handycrapt, struktur organisasi, bidang usaha dan produk barang, wilayah pemasaran, prestasi-prestasi yang telah dicapai , kebijaksanaan harga , serta hasil penjualan dari produk handycrapt tesebut.

Bab keempat adalah analisa hasil praktek kerja lapangan yang merupakan analisa penelitian, sampai sejauh mana pengaruh kualitas produk terhadap volume penjualan serta masalah-masalah apa yang dihadapi dan bagaimana cara pemecahannya.

Terakhir bab lima, merupakan bab penutup yang isinya kesimpulan dan saran bagi perbaikan sistem penjualan dan peningkatan kualitas produk di

Kopontren Daarut Tauhiid khususnya divisi handycrapt serta saran-saran bagi IGI-LPKIG dalam hal perbaikan kualitas sumber daya dan sarana atau prasarana di IGI-LPKIG.