

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Setiap perusahaan bersaing secara ketat pada era globalisasi saat ini untuk mencapai tujuannya. Peranan pemasaran sangat penting dalam membaca setiap peluang yang ada dalam memenuhi keinginan pelanggan serta memasarkan produknya. Sebuah perusahaan seringkali memulai usahanya berdasarkan suatu gagasan produk yang berbeda dan unik. Begitu juga dengan pesaing yang ikut masuk kedalam pasar, meniru produk yang sama, maka perusahaan harus siap dengan produk baru lainnya agar dapat bersaing dan tetap unggul dalam persaingan produk. Demikian juga bila daur hidup produk telah selesai maka perusahaan harus segera memperkenalkan produk baru. Keunggulan bersaing dan keuntungan usaha tergantung pada kualitas atau mutu sebuah produk, baik berupa produk barang maupun produk berupa pelayanan jasa.

Adapun data pesaing dari Boemi Kirana yang dijelaskan secara singkat dalam tabel adalah sebagai berikut :

Table 1.1 Data Pesaing

NAMA PERUMAHAN PESAING	PRODUK	
	TIPE	HARGA
HARMONY PARK	40/90	Rp.490.000.000,-
JINGGA RECIDENT	48/90	Rp.480.000.000,-
DE GREEN GRANDE	40/84	Rp.450.400.000,-
MUSTIKA HEGAR	45/185	Rp.889.100.00,-
GRAND SHARON	48/82	Rp.522.610.000,-

Sumber : Data hasil pengolahan

Agar perusahaan dapat bertahan dan mampu menang dalam persaingan bisnis maka perusahaan harus mampu memenuhi dan memproduksi siapa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Dalam setiap perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk, tetapi banyak aktivitas lain yang saling berkaitan satu

dengan yang lainnya, salah satunya adalah pengembangan produk. Pengembangan produk dilakukan oleh setiap perusahaan karena untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Pengembangan produk merupakan salah satu faktor penting yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu produk dipasaran. Pengembangan produk yang berhasil mengharuskan perusahaan untuk menetapkan suatu organisasi yang efektif untuk mengelola proses pengembangan produk.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pemasarannya itu dalam hal ini pengembangan produk adalah Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung. Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang *property* penjualan rumah .Dalam memasarkan produk *property* penjualan rumah agar mampu bersaing dengan perusahaan lain, Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung melakukan pengembangan produk.

Proyek Perumahan Boemi Kirana ini mulai dijalankan pada Bulan Januari 2011 dengan perencanaan awal dibuat untuk 54 kavling terdiri dari :

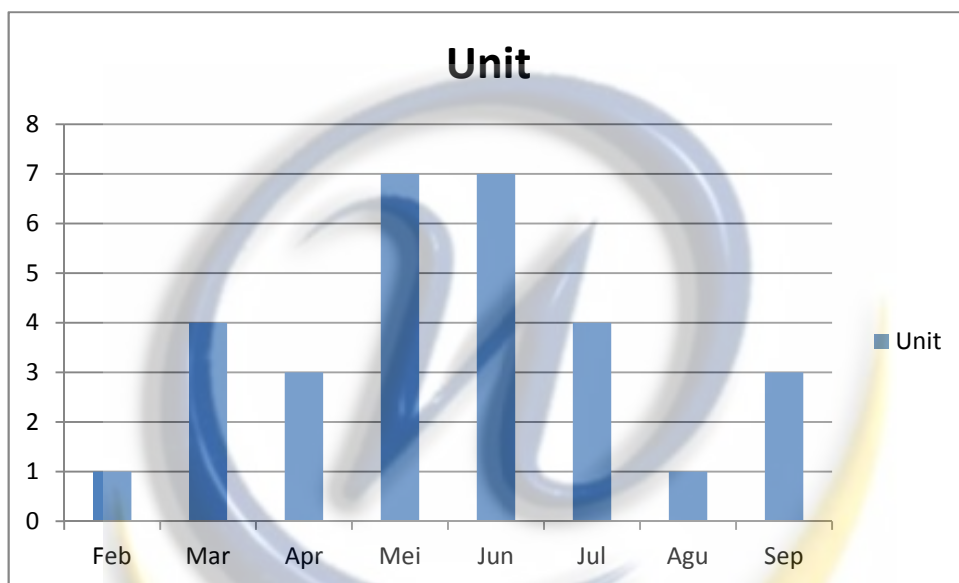
1. Type 110/108 sebanyak 22 unit
2. Type 90/104 sebanyak 21 unit
3. Type 45/90 sebanyak 11 unit.

Akan tetapi dengan pertimbangan segmen pasar dan pesaing di daerah Bandung Timur khususnya daerah Ciwastra maka dirubahlah perencanaan tersebut dengan jumlah kavling sebanyak 74 kavling dengan 4 kavling diperuntuk untuk keluarga ahli waris, sehingga jumlah kavling yang dikomersilkan /dijual adalah sebanyak 70 kavling yang terdiri dari :

Didalam menjalankan tugasnya Direktur dibantu oleh beberapa Staf.

1. Type 110/90 sebanyak 17 kavling
2. Type 90/80 sebanyak 22 kavling
3. Type 57/86 sebanyak 11 kavling
4. Type 47/80 sebanyak 13 kavling
5. Type 44/70 sebanyak 7 kavling

Adapun pengembangan produk yang telah dilakukan Boemi Kirana dapat tercermin dalam grafik penjualan dari bulan februari 2013 sampai dengan september 2013 diatas dapat disimpulkan bahwa pada periode tersebut terjadi penjualan yang fluktuatif. Pada periode februari sampai dengan juni terdapat kenaikan penjualan yang cukup signifikan sedangkan pada periode juni sampai dengan agustus penjualan mengalami penurunan yang signifikan.



GambarGrafik 1.1

Menuru *staf legal* yang melayani yaitu Ibu Rainisa, tujuan dibangunnya perumahan Boemi Kirana ini untuk melaksanakan pengembangan produk yaitu untuk menyesuaikan produk yang dihasilkan dengan selera dan keinginan konsumen yang senantiasa selalu ingin membeli sesuatu yang baru atau hunian yang beda dari yang lain.

Oleh karena itu, untuk mempertahankan posisi pasar yang ada Perumahan Boemi Kirana berusaha untuk melaksanakan pengembangan produk yang ada berupa perbaikan pelayanan atau pengembangan produk yang ada dan lebih ditingkatkan dari segi kualitas bahan-bahan atau material apa saja yang dipakai dalam pembangunan.

Namun permasalahannya pengembangan produk yang dilakukan Perumahan Boemi Kirana tidak sebanding dengan apa yang diharapkan, karena tujuan utama Boemi Kirana mengembangkan produk adalah untuk memenuhi selera pasar atau konsumen yang berubah-ubah demi mencapai laba naik atau sesuai dengan target yang diinginkan. Namun pada kenyataannya Boemi Kirana tidak bisa menaikan laba secepat itu karena permasalahan dalam pengembangan produk dari Boemi Kirana itu sendiri adalah menyangkut dalam hal fisik bangunan yang belum sepenuhnya jadi yang bisa langsung dilihat atau dipilih oleh konsumen, ditambah dengan Boemi Kirana adalah perusahaan baru yang bergerak dibidang *property (brand image)* yang membuat konsumen merasa ragu untuk bekerja sama, pesaing-pesaing disekitarnya pun tidak kalah gencar dalam mempromosikan produknya dengan cara yang beragam yang membuat konsumen berpikir untuk memakai jasa atau bekerja sama dengan pihak Perumahan Boemi kirana.

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka penulis tertarik untuk menyusun tugas akhir dengan judul **“TINJAUAN PELAKSANAAN PENGEMBANGAN PRODUK PADA PERUMAHAN BOEMI KIRANA MARGAHAYU RAYA BANDUNG”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian maka penulis mengidentifikasi pokok pembahasan pada masalah :

1. Bagaimana pelaksanaan pengembangan produk yang dilakukan oleh Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung ?
2. Hambatan-hambatan apa saja yang dihadapi Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung dalam pelaksanaan pengembangan produk tersebut ?
3. Solusi apa yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan pengembangan produk pada Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan ini adalah untuk memperoleh data dari bahan yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir yang merupakan salah satu syarat dalam menempuh penyelesaian Program Studi Diploma III (D3) jurusan Manajemen Bisnis di Universitas Widyatama. Sedangkan tujuan dari penelitian yang dilakukan antara lain:

1. Untuk mengetahui pelaksanaan pengembangan produk yang dilakukan Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung.
2. Untuk mengetahui hambatan-hambatan yang di hadapi oleh Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung dalam pelaksanaan pengembangan produk tersebut.
3. Untuk mengetahui solusi yang dilakukan dalam mengatasi hambatan-hambatan pada saat pelaksanaan pengembangan produk pada Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung.

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian yang diharapkan, hasil penelitian diharapkan dapat berguna :

1. Bagi penulis, untuk menambah pengetahuan dalam pelaksanaan yang berkaitan dengan disiplin ilmu yang telah didapat ,khususnya dibidang pengembangan produk.
2. Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberi masukan-masukan sebagai bahan pertimbangan pimpinan perusahaan dalam pengambilan keputusan mengenai pengembangan produk baru dimasa mendatang.
3. Bagi pihak lain, sebagai tambahan pengetahuan dalam bidang pemasaran khususnya mengenai pengembangan produk.

1.5 Metodologi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif. Menurut **Zulganef (2008:11)** dimaksud penelitian deskriptif.

“Adalah penelitian yang bertujuan menggambarkan kondisi atau fenomena tertentu, tidak memilah-milah atau mencari faktor-faktor atau variable tertentu”.

Adapun metode yang digunakan untuk memperoleh data tersebut :

1. *Field Research* (penelitian lapangan)

Penulis melakukan pengamatan langsung pada tempat yang menjadi lokasi penelitian. Menurut **Sumadi Suryabrata (2011:80)** Tujuan penelitian kasus dan penelitian lapangan : “Adalah untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial : individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat”.

Pengumpulan data akan dilakukan dengan cara :

a. *Observation* (pengenalan)

Menurut **NanLin** yang dikutip **W.Gulo (2010:116)** yaitu : “Metode pengumpulan data dimana penelitian mencatat informasi sebagaimana yang mereka saksikan selama penelitian”.

b. *Interview* (Wawancara)

Menurut **W.Gulo (2010:119)** yaitu : “Bentuk komunikasi langsung antara peneliti dan responden. Komunikasi berlangsung dalam bentuk tanya-jawab dalam hubungan tatap muka, sehingga gerak dan mimik responden merupakan pola media yang melengkapi kata-kata secara verbal”.

2. Studi Pustaka

Untuk mendapatkan data-data yang dilakukan penulis juga mempelajari buku-buku referensi dan sebagai teori yang dijadikan dasar dalam melakukan penelitian.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Untuk memperoleh data yang di perlukan dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, penulis mengadakan observasi pada Perumahan Boemi Kirana Margahayu Raya Bandung yang beralamat di Jln. Perumahan Boemi Kirana no.3A Bandung (komplek margahayu raya jalan Saturnus selatan VII No.23) per tanggal 16 Oktober 2013 sampi dengan selesai.

