

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi dan dengan semakin berkembangnya teknologi, persaingan dalam dunia usaha menjadi semakin sengit dan ketat. Dengan memanfaatkan kemajuan teknologi dan melalui banyaknya *market place* yang tersedia, konsumen hanya berada di rumah dan memanfaatkan gadget yang dimiliki dapat memilih berbagai produk yang diinginkan. Ketatnya persaingan dalam dunia usaha tersebut menyebabkan perusahaan harus dapat menarik perhatian dari konsumen untuk memilih produk yang dihasilkannya, perusahaan harus berusaha untuk merebut *market share* agar produk yang dihasilkan tetap mendapat tempat dalam pasar. Perusahaan harus selalu berusaha untuk dapat mengembangkan produknya dan memberikan nilai yang lebih dari produk yang diproduksi dibandingkan dengan produk sejenis yang dihasilkan oleh produk lain.

Disamping itu, hampir setiap produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan memiliki siklus hidupnya sendiri. Produk baru mungkin pada awalnya menarik perhatian konsumen namun seiring dengan berjalannya waktu, produk yang mereka hasilkan akan mengalami penurunan atau bahkan hilang dari pasaran. Namun ada pula produk yang waktu diluncurkan tidak dikenal oleh pasar namun seiring dengan berjalannya waktu produk tersebut akan semakin dikenal, namun pada akhirnya produk tersebut juga akan mengalami penurunan penjualan dan kemungkinan akan ditinggalkan oleh konsumen. Pada umumnya produk akan mengalami siklus kehidupan yang terdiri dari empat tahap, yang dimulai dengan tahap pengenalan, tahap pertumbuhan, tahap kejenuhan dan tahap penurunan. Mengingat dengan adanya berbagai tahapan dalam siklus hidup produk, maka Perusahaan harus memikirkan berbagai strategi bila produk yang dihasilkan mulai memasuki tahap kejenuhan. Pada tahap ini Perusahaan harus benar-benar melakukan berbagai Upaya agar produk yang dihasilkannya tidak masuk ke tahap penurunan yang pada akhirnya produknya akan hilang di pasaran.

Diversifikasi produk menjadi salah satu alternatif yang dapat dilakukan oleh Perusahaan untuk menghadapi permasalahan yang muncul tersebut. Dengan melakukan

diversifikasi produk Perusahaan dapat membuat produk yang lain dari pesaing dimana produk yang dihasilkan memiliki keunggulan kompetitif yang memberikan nilai tambah dari produk yang dihasilkan dibanding dengan pesaing lainnya. Disamping itu jika produk yang dihasilkan memasuki tahap kejenuhan Perusahaan dapat melakukan diversifikasi produknya, sehingga produk tersebut tidak memasuki tahap penurunan namun dengan adanya diversifikasi yang dilakukan produknya akan kembali ke tahap kedua yaitu pertumbuhan. Demikian seterusnya berbagai inovasi perlu terus dilakukan oleh perusahaan agar produknya selalu memasuki tahap pengenalan atau tahap pertumbuhan.

PT. Adarasa Putra Jaya merupakan Perusahaan yang memproduksi gula kelapa dan minuman herbal yang berlokasi di Jawa Tengah. Menurut pengamatan yang penulis lakukan produsen gula kelapa sudah cukup banyak yang tersebar di Jawa Tengah, daerah Pekalongan, Banyumas dan daerah sekitarnya. Disamping itu juga terdapat produksi gula palm (gula aren) yang menyerupai produk gula kelapa yang di banyak dihasilkan di Jawa Barat, daerah Banten, Cianjur. Persaingan dari gula kelapa ini sangat ketat, dimana persaingan kebanyakan dari kelompok tani sehingga mereka memiliki keunggulan bahwa produk yang dihasilkan dekat dengan sumber bahan baku dan produk dihasilkan dari kumpulan berbagai petani yang memiliki pohon kelapa. Kelompok tani ini dikelola oleh seorang pengurus yang mengkoordinir petani tersebut, sehingga dari segi harga mereka akan memiliki keunggulan. Kelompok tani ini sering mendapat bantuan dari pemerintah sehingga perijinan yang diperlukan untuk memasuki pasar internasional mendapat kemudahan dari segi pendaftaran dan biaya yang diperlukan untuk pengurusannya.

Demikian pula produk minuman herbal yang diproduksi oleh PT. Adarasa Putra Jaya telah banyak pula perusahaan yang memproduksi minuman yang sejenis. Hal ini menjadi tantangan bagi PT. Adarasa Putra Jaya untuk memproduksi produknya berbeda dengan produk dari pesaing lainnya dan Perusahaan perlu melakukan diversifikasi, baik dari segi rasa, bentuk, model dan perusahaan harus selalu berinovasi agar produk yang dihasilkannya tetap eksis dipasar dan tidak mencapai tahap penurunan yang pada akhirnya akan ditinggalkan oleh konsumennya.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya dapat dirumuskan masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana diversifikasi produk yang dilakukan oleh PT. Adarasa Putra Jaya?
2. Kendala apa yang dilakukan oleh perusahaan dalam melakukan diversifikasi produk?
3. Bagaimana perusahaan menangani kendala diversifikasi?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui diversifikasi produk yang dilakukan oleh PT. Adarasa Putra Jaya.
2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh Perusahaan dalam melakukan diversifikasi produk.
3. Untuk mengetahui perusahaan dalam menangani kendala diversifikasi.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Penelitian bermanfaat bagi Perusahaan untuk mengetahui apakah strategi diversifikasi produk yang dilakukan telah mencapai sasaran yang diinginkan.
2. Penelitian ini membantu perusahaan mengetahui apakah strategi diversifikasi produk yang dilakukan dapat meningkatkan omset penjualan.
3. Penelitian ini dapat memberikan masukan bagi perusahaan mengenai strategi diversifikasi produk yang efektif untuk dilakukan.
4. Penelitian ini bermanfaat bagi masyarakat untuk menambah wawasan mengenai diversifikasi produk.