

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar belakang

Pertumbuhan sektor industri yang sangat pesat memungkinkan nya perusahaan-perusahaan besar yang memiliki modal kuat dan berskala besar serta menimbulkan ketatnya persaingan antar perusahaan dalam industri. Dalam kenyataannya, persaingan tersebut bisa dalam bentuk persaingan yang sehat atau kurang sehat yang dapat menjatuhkan pihak lain. persaingan yang kurang sehat dapat berupa praktek monopoli atau hambatan masuk ke pasar.

Setiap perusahaan harus siap menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat dengan perusahaan-perusahaan lain dari seluruh dunia untuk menghadapi globalisasi yang sering dikatakan era dunia tanpa batas. Dengan demikian lingkungan yang dihadapi suatu perusahaan juga akan menjadi semakin kompleks. Secara nasional walaupun ekspor merupakan salah satu jenis usaha yang dapat memberikan tambahan atau pemasukan devisa negara, namun kompleksitas persaingan yang dihadapi perusahaan tersebut akan memaksa setiap perusahaan untuk selalu berusaha meningkatkan pelayanannya terhadap konsumen. Dalam persaingan bisnis yang bebas ini, syarat agar suatu perusahaan dapat sukses dalam persaingan tersebut adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Agar tujuan tersebut tercapai, maka setiap perusahaan harus dapat menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya (Kotler, 2005).

Dalam upaya mencapai keunggulan kompetitif berkelanjutan perlu kemauan dan upaya keras perusahaan untuk mengubah dan menerapkan perspektif dalam proses manufaktur baru dari konsep *corporate management* menjadi *individual self management* dan dari *process content of strategy* menjadi *day to day operations*. Keunggulan kompetitif diperoleh jika suatu perusahaan dapat memperoleh dan mengembangkan sumber daya manusia dengan lebih cepat dan menerapkan pengetahuannya dengan lebih efektif daripada pesaingnya. Untuk itu, perusahaan perlu menerapkan strategi yang fleksibel terhadap perkembangan dan perubahan yang terjadi sehingga kapabilitas manufaktur dalam mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang terbatas menjadi syarat mutlak bagi perusahaan untuk tetap bertahan hidup dan mencapai kompetitif. Strategi berbasis sumber daya (*Product Life Cycle*) memberikan solusi bagi perusahaan untuk meraih keunggulan kompetitif secara terus menerus melalui sekumpulan sumber daya unik yang dimiliki perusahaan (Hamel dan Prahalad, 1990).

Menurut Hitt *et al.* (2001), perusahaan yang memiliki serta menggunakan sumber daya dan kapabilitasnya secara efisien memiliki peluang yang lebih besar untuk beroperasi secara ekonomis dan lebih baik dalam memuaskan pelanggan. Dengan demikian, untuk dapat mempertahankan kinerja perusahaan yang unggul dalam suatu industri, maka sebuah perusahaan harus dilindungi oleh faktor-faktor yang mampu membuatnya sulit untuk ditiru

oleh pesaing, atau dalam istilah *Rumelt* (sebagaimana yang dikutip dalam Besanko *et al.*, 2010) disebut sebagai *Isolating Mechanism*.

*Product Life Cycle* muncul untuk mempelajari faktor-faktor tersebut, dan mendasarkan pemikirannya pada pandangan bahwa setiap perusahaan pada dasarnya memiliki perbedaan yang fundamental karena memiliki sekumpulan *resources* yang unik. Asumsi dasar PLC adalah bahwa sumber daya dalam perusahaan tergabung menjadi satu dan kapabilitas yang mendasari produksi tidak sama satu dengan yang lainnya (Collis, 1991).

Industri tekstil dan *garmen* di Indonesia menjadi salah satu tulang punggung industri manufaktur dan merupakan industri prioritas nasional yang masih prospektif untuk dikembangkan. Industri tekstil dan *garmen* memberikan kontribusi cukup besar terhadap pertumbuhan ekonomi, selain menciptakan lapangan kerja cukup besar, industri ini mendorong peningkatan investasi dalam dan luar negeri. Industri tekstil dan *garmen* merupakan industri padat karya, yang sedikitnya menyerap 1,8 juta pekerja. Dari sisi tenaga kerja, pengembangan atau penambahan kapasitas industri dapat dengan mudah terakomodasi oleh melimpahnya tenaga kerja dan upah yang kompetitif, khususnya dibandingkan dengan kondisi di industri negara maju. Industri tekstil adalah industri yang berorientasi ekspor. Industri tekstil dan *garmen* di Indonesia saat ini sedang menghadapi tantangan sekaligus menghadapi tekanan ditengah globalisasi dunia untuk perdagangan bebas. Pemberlakuan perjanjian perdagangan bebas antara Indonesia dengan beberapa negara memberikan tekanan cukup berat bagi industri tekstil nasional khususnya di pasar domestik ([www.beritadaerah.co.id](http://www.beritadaerah.co.id), 2004).

Kondisi perekonomian saat ini telah menciptakan suatu persaingan yang ketat antar perusahaan dalam industri. Persaingan membuat setiap perusahaan semakin meningkatkan kinerja agar tujuannya dapat tetap tercapai. Tujuan utama perusahaan adalah meningkatkan kemakmuran pemilik atau para pemegang saham melalui peningkatan nilai perusahaan (Salvatore, 2005).

Dalam upaya menciptakan iklim usaha yang kondusif bagi keberlangsungan industri TPT, pemerintah telah berkontribusi dengan melakukan berbagai langkah strategis diantaranya, yakni memfasilitasi pemberian insentif fiskal, melaksanakan program restrukturisasi mesin dan peralatan Industri, dan peningkatan kemampuan SDM. Saat ini industri TPT menempati ranking 3 ekspor nasional dan menyerap tenaga kerja hingga 2,79 juta orang dengan hasil produksi yang mampu memenuhi 70% kebutuhan sandang dalam negeri. Sepanjang tahun 2015, sektor TPT telah memberikan kontribusi 1,22% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Nasional dan surplus ekspor sebesar USD4,31 miliar.

Industri kreatif yang merupakan bagian dari ekonomi kreatif, sudah lama menjadi perhatian oleh pemerintah, semenjak terbentuknya Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia tahun 2025, industri kreatif semakin berkembang dari tahun ke tahun. Peran industri kreatif pada tahun 2002-2006 memberikan kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) 5,67 % atau setara dengan 104,7 triliun.

Rinn Bag Rambipuji Jember merupakan industri rumahan yang bergerak di sektor tekstil. pada mulanya hanya bergerak dalam bidang pertenunan dan perdagangan tekstil, baik di pasaran Jember maupun luar Jember. Kemudian mengembangkan usahanya di bidang *printing* (pencetakan), *dyeing* (pencelupan), dan penyempurnaan (*finishing*). Sehingga saat ini industri dari Rinn Bag Rambipuji Jember merupakan industri tekstil yang terpadu (*integrated industry*) yang memproduksi dan menjual berbagai macam jenis tas dengan berbagai warna dan harga. Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan yang memiliki kapasitas besar, tentunya memerlukan karyawan dalam jumlah yang banyak. Berikut ini adalah daftar karyawan Rinn Bag Rambipuji Jember berdasarkan jenis kelamin dan latar belakang pendidikan dalam kurun waktu 5 tahun terakhir dapat dilihat pada tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1.1**  
**Daftar Jumlah Karyawan Rinn Bag Rambipuji Jember Tahun 2014-2018**

No	Tahun	Jumlah Karyawan					
		Pria			Wanita		
		SD	SMP	SMA	SD	SMP	SMA
1	2014	3	2	3	1	2	2
2	2015	2	2	3	3	3	4
3	2016	3	3	2	2	2	2
4	2017	3	3	3	3	4	2
5	2018	3	3	4	4	3	3

**Sumber: Riin Bag Rambipuji Jember 2018**

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat dilihat bahwa karyawan dari Rinn Bag Rambipuji Jember sejak tahun 2014 mengalami sedikit perubahan, pada tahun 2014 dan 2015 karyawan Rinn Bag Rambipuji Jember sebanyak 17 orang yang terdiri dari 7 pria yang 2 orang berpendidikan SD, 2 orang berpendidikan SMP, dan 3 orang berpendidikan SMA dan 10 wanita yang 3 orang berpendidikan SD, 3 orang berpendidikan SMP, dan 4 orang berpendidikan SMA. Pada tahun 2016 hingga 2018 karyawan Rinn Bag Rambipuji Jember bertambah 3 orang yakni sebanyak 20 orang karyawan yang terdiri dari 10 orang pria yang 3 orang berpendidikan SD, 3 orang berpendidikan SMP, dan 4 orang berpendidikan SMA dan 10 orang karyawan wanita yang 4 orang berpendidikan SD, 3 orang berpendidikan SMP, dan 3 orang berpendidikan SMA.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Penjualan Tas Riin Bag Rambipuji Jember Tahun 2014-2018**

NO	TAHUN	PENJUALAN (Unit)
1.	2014	1,712
2.	2015	1,719
3.	2016	1,746
4.	2017	1,752
5.	2018	1,779

Sumber: Riin Bag Jember

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa penjualan tas di Riin Bag cenderung stabil pada angka yang cukup tinggi. Tas di Riin Bag sangat dinikmati konsumen karena harganya yang terjangkau serta bahan yang digunakan menggunakan kualitas yang baik. Tas Riin Bag merupakan produk saingan dari industri tas yang lainnya. Namun dengan promosi dan inovasi yang dilakukan Riin Bag.

Pesaing dari tas Riin Bag ini masih dalam kawasan Jember, jadi Riin Bag ini harus lebih aktif untuk mempromosikannya dan lebih memperbaiki lagi kualitas produk, dan memperbanyak variasi dari tas Riin Bag ini.

Dengan demikian faktor sumber daya manusia yang ada juga harus dikelola dan dipelihara dengan sebaik-baiknya agar dapat bekerja secara optimal dan memiliki kinerja karyawan yang tinggi, sehingga misi dan tujuan perusahaan dapat tercapai. Riin Bag Rambipuji Jember sudah cukup dikenal di Kabupaten Jember sebagai industri rumahan yang memproduksi tas siap pakai. Tak sedikit orang atau konsumen yang memesan produk tas buatan Riin Bag Rambipuji Jember tersebut. Mengingat penelitian ini menggunakan metode pendekatan *Product Life Cycle* (PLC) yang meliputi strategi dan keunggulan bersaing maka penulis memilih Riin Bag Rambipuji Jember sebagai objek penelitiannya karena Riin Bag Rambipuji Jember merupakan industri rumahan dan menarik untuk ditelaah lebih lanjut.

## **1.2 Rumusan Masalah Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah kita ketahui bahwa Riin Bag Rambipuji Jember saat ini bersaing cukup ketat. Maka dapat dirumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1 Pada tahap manakah *Product Life Cycle* pada Riin Bag ?
- 2 Bagaimanakah strategi pemasaran yang digunakan untuk mengembangkan usahanya berdasarkan *Product Life Cycle* pada produk tas Riin Bag ?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Suatu penelitian dibentuk karena adanya tujuan-tujuan tertentu untuk dicapai.

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui *Product Life Cycle* pada Riin Bag.
2. Untuk mengetahui Strategi Pemasaran dalam mengembangkan usahanya berdasarkan *Product Life Cycle* pada produk tas Riin Bag.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

1. Perusahaan  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.
2. Bagi Pihak Lain /Almamater  
Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan dan referensi perpustakaan bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan *Product Life Cycle*.
3. Bagi penyusun  
Penelitian ini diharapkan menambah pemahaman mengenai *Product Life Cycle*.

