

**ANALISIS KEBIJAKSANAN PRODUK PADA PERUSAHAAN INDUSTRI KECIL
PEMBUATAN KERUPUK UDANG CAP EMPAT SAUDARA KOTABARU**

Hamsiyati, Teguh Wicaksono, Syahrani

**Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin,
NPM 16.31.0997**

**Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin,
NIDN 1116028801**

**Manajemen, 61201, Ekonomi Universitas Islam Kalimantan (UNISKA) MAB Banjarmasin,
NIDN 11125097401**

E-mail : hamsiyati33@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji : (1) Sejauh mana pengembangan produk yang selama ini sudah dilaksanakan oleh Perusahaan Industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru, (2) Bagaimana riset pemasaran yang dilakukan oleh Perusahaan Industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru, (3) Kebijakan apa yang selama ini dilakukan oleh Perusahaan Industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru dalam melaksanakan system pemasaran.

Penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode penelitian lapangan (*field research method*), yaitu mengadakan penelitian langsung di lapangan guna memperoleh data yang lengkap dan data dianalisis secara deskriptif kualitatif, yaitu menguraikan data berdasarkan kualitasnya dengan berpedoman pada konsep teoritis serta praktis yang lazim.

Hasil penelitan menunjukkan bahwa Perusahaan Industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru merupakan perusahaan perorangan yang menghasilkan kerupuk udang sebagai makanan sampingan ringan dalam melaksanakan produksinya, meningkatkan penjualan, pihak pimpinan perusahaan belum merencanakan kegiatan diversifikasi produk yang merupakan variabel dari kebijaksanaan yang sangat diperlukan oleh perusahaan dalam melaksanakan penjualan, hendaknya pihak pimpinan perusahaan diharapkan menambah kegiatan produk baru melalui kegiatan diversifikasi produk dan bukan hanya tergantung kepada pelaksanaan atau yang dijalankan perusahaan.

Kata Kunci : Kebijakan produk, Kerupuk Udang

ABSTRACT

This study aims to test: (1) The extent of product development that has been carried out by the Kotabaru Cap Brothers Cracker Industry Company, (2) How is the marketing research carried out by the Kotabaru Cap Brothers Cracker Industry Company, (3) Policy what has been done by the Kotabaru Cap Empat Brothers Shrimp Crackers Industrial Company in carrying out the marketing system.

This research was conducted using field research methods (field research methods), namely conducting direct research in the field in order to obtain complete data and data analyzed descriptively qualitatively, namely describing the data based on its quality by referring to the usual theoretical and practical concepts.

Research results show that the Cap 4 Brothers Kotabaru Shrimp Crackers Industrial Company is an individual company that produces shrimp crackers as a light snack in carrying out its production, increasing sales, the company's leadership has not planned a product diversification activity which is a variable of the policy that is needed by the company in carrying out sales, the leadership of the company is expected to add new product activities through product diversification activities and not only depend on the implementation or run by the company.

PENDAHULUAN

Prospek sektor industri di Kalimantan Selatan dewasa ini cukup cerah, di mana telah banyak tumbuh dan berkembang perusahaan-perusahaan industri berskala besar yang mempunyai wilayah pemasaran yang luas dan memiliki struktur permodalan yang cukup. Seperti yang banyak didirikannya pabrik Gula yang ada di Plaihari, pabrik Semen Tarjun di Kotabaru, Plywood di Banjarmasin dan minuman bermineral “ Prof ” di Mandiangin.

Sejalan dengan itu sektor industri kecil juga mengalami pertumbuhan dan perkembangan yang cukup pesat dengan jumlah unit usaha yang cukup memadai diantaranya perusahaan-perusahaan industri biscuit, roti, kecap, tempe secara berkesinambungan dibina oleh pemerintahan melalui bimbingan dan penyuluhan serta diarahkan pada usaha peningkatkan produksi, perluasan pemasaran, dan penataan manajemen yang baik.

Menyoroti perkembangan industri kecil atau yang lebih dikenal dengan sebutan *Home Industri* yaitu perusahaan yang memproses bahan baku dan beberapa bahan penolong lainnya menjadi barang yang mempunyai manfaat yang lebih tinggi bagi manusia.

Perusahaan Industri pembuatan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru merupakan salah satu usaha industri kecil. Dalam perkembangannya perusahaan tersebut mengalami berbagai hambatan yang sangat mempengaruhi kelangsungan hidup perusahaan oleh karena itu perlu mendapat perhatian dalam pengembangan produk kacang asin yang telah dilakukan secara turun temurun.

Namun saat ini dimana telah masuknya jenis berbagai kerupuk udang dari luar daerah Banjarmasin dan juga daerah lainnya semakin meningkatnya pertumbuhan dan perkembangan perusahaan-perusahaan pembuatan kerupuk udang lokal sejenis. Hal ini menjadikan iklim persaingan yang semakin ketat dan kompleks, seperti yang dialami oleh perusahaan.

Mengingat semakin banyaknya perusahaan-perusahaan yang menghasilkan produk-produk sejenis dipasaran, maka sudah barang tentu apabila ada perusahaan lain yang menghasilkan produk sejenis dengan kualitas yang lebih baik dan dengan harga yang relatif lebih sama, hal ini merupakan tantangan bagi perusahaan ini dalam merebut pasaran.

Dalam keadaan yang demikian ini maka perusahaan dituntut untuk dapat mengimbangi produk dari para pesaingnya, yaitu dengan cara menampilkan produk dari model yang baru pula. Keberhasilan suatu perusahaan tidak selamanya akan berlangsung dengan mulus, tetapi perusahaan juga harus memperhatikan siklus kehidupan barang yang bersangkutan, di mana suatu barang tidak akan selalu berada pada saat puncak, tetapi waktu-waktu barang tersebut akan mengalami kemunduran.

METODE

Untuk memperoleh data dan keterangan yang di butuhkan, maka penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

1. Tempat Penelitian
Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Industri Pembuatan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru yang berlokasi di Jalan Batu Selira Perumnas Hilir RT. 08 No. 40 Kotabaru Pulau Laut
2. Waktu Penelitian
Waktu penelitian dilakukan selama 4 (empat) bulan yang terdiri dari beberapa fase, yaitu : fase persiapan, fase pengumpulan data, fase pengolahan data dan fase penulisan laporan hasil penelitian.
3. Teknik Pengumpulan Data
 - (1) Metode kepustakaan.
Yaitu penelitian yang dilakukan dengan jalan membaca buku-buku yang ada hubungannya dengan permasalahan yang akan diangkat.
 - (2) Metode observasi.
Yaitu teknik pengumpulan data dengan cara mengamati langsung objek penelitian, sehingga dapat diketahui dan dipahami suasana perusahaan yang sesungguhnya.
4. Metode interview.
Yaitu metode atau tehnik pengumpulan data dengan jalan mengadakan wawancara secara langsung dan sistematis sesuai dengan kebutuhan bahan penulisan.
5. Analisis Data
Analisis data yang dipergunakan dalam penulisan skripsi ini adalah dengan mempergunakan metode :
 - (1) Metode kualitatif.
Yaitu metode yang dipergunakan dalam bentuk kalimat-kalimat atau kata-kata terhadap angka-angka yang terdapat pada tabel.
 - (2) Metode kuantitatif.
Yaitu metode yang berpangkal pada data-data dalam bentuk angka-angka untuk mengetahui hubungan antara variabel yang satu dengan variabel yang lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum membahas lebih jauh tentang permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru, maka terlebih dahulu akan penulis kemukakan beberapa alternatif pemecahan masalah yang dapat membantu pimpinan dalam mengatasi permasalahan tersebut. Semua ini mengingat akibat yang akan ditimbulkan dari perusahaan itu sendiri apabila permasalahan ini tidak segera ditanggulangi.

Adapun alternatif pemecahan yang disarankan kepada pimpinan perusahaan industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan Dapat Menambah Jenis Atau Ragam Produk.
2. Perusahaan Perlu Mempertahankan Produk Yang Sudah Ada.

Agar lebih jelas dan tepat dalam penerapan berbagai alternatif yang penulis sarankan dalam mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru. Maka penulis perlu mengadakan analisis lebih jauh agar antara permasalahan dengan pemecahan masalah yang penulis sarankan dapat benar-benar dijadikan pertimbangan bagi pimpinan perusahaan dalam mengantisipasi permasalahannya menurunkan volume penjualan.

- 1) Perusahaan dapat Menambah Jenis atau Ragam Produk.

Perusahaan industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru selama ini belum pernah melaksanakan pengembangan produknya. Hal ini disebabkan karena berbagai pertimbangan dan anggapan apabila membuat atau menambah jenis atau ragam produk pertimbangan yang ada dibenak dan pikiran seorang pimpinan adalah faktor biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan tentunya agak bertambah, baik itu biaya.

Produksi maupun biaya promosi untuk memperkenalkan produk-produk baru tersebut. Selain itu pula pimpinan beranggapan apabila hal ini dilaksanakan perusahaan takut rugi sebab belum tentu produk-produk baru tersebut dapat berkenaan dengan selera di hati para konsumen.

Keterbatasan dari jenis kerupuk udang yang ada pada saat ini, ditambah dengan permintaan pasar serta keinginan para konsumen yang selalu berubah-ubah juga keadaan persaingan yang menghasilkan jenis atau ragam produk yang semakin maju dan bervariasi, sehingga mengakibatkan perusahaan mendapat kesulitan dalam memasarkan hasil produksinya dan berakibat menurunnya omzet penjualan.

Akibat yang dapat ditimbulkan dengan adanya permasalahan tersebut di atas, akan berdampak kepada perusahaan di mana perusahaan tidak akan mampu untuk memenuhi permintaan pasar dan bersaing dengan perusahaan sejenis. Walaupun dalam hal ini perusahaan industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru telah mempunyai pelanggan, bukan tidak mungkin

para pelanggan tersebut akan beralih mencari produk lainnya yang lebih daripada yang biasanya. Hal ini disebabkan karena produk dari perusahaan ini sudah tidak lagi memenuhi selera atau dengan kata lain konsumen sudah merasa bosan.

Sebelumnya penulis telah menjelaskan bahwa selera konsumen memang selalu berubah-ubah dan merupakan masalah yang sulit untuk ditanggulangi oleh para produsen atau perusahaan yang bersangkutan. Namun dalam kenyataan perusahaan tersebut tidak boleh lari dari fakta yang ada, sebab hal ini sedikit banyaknya akan berpengaruh terhadap kelangsungan hidup perusahaan.

Untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru, sebaiknya perusahaan ini mulai kembali melaksanakan penambahan dan pengembangan jenis produk. Penambahan jenis produk yang dimaksud di sini adalah untuk kerupuk udang yang telah diproduksi dengan rasa manis gurih dikembangkan lagi menjadi kerupuk udang dengan rasa manis pedas dan manis asin.

Selain perusahaan industri pembuatan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru melakukan terobosan yang penulis sarankan, maka diperkirakan perusahaan ini akan dapat memenuhi permintaan atau selera dari pada konsumen atau pelanggan yang selalu berubah-ubah setiap saat, sehingga perusahaan akan dapat atau mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan sejenis serta dapat menutup terhadap produk line yang dianggap lemah penjualannya. Selain dari pada itu dengan penambahan atau pengembangan jenis produk, diharapkan omzet penjualan dapat direalisasikan dengan baik.

Adapun kebaikan dari penambahan jenis produk tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) Kapasitas produksi dapat ditingkatkan, sehingga akan dapat menjaga kelancaran proses produksi.
- (2) Perusahaan akan memiliki jenis produk yang cukup banyak, sehingga memudahkan konsumen untuk memilihnya.
- (3) Dapat meningkatkan omzet penjualan, dengan demikian dapat menambah keuntungan bagi perusahaan.
- (4) Perusahaan akan mampu bersaing dengan produk yang sejenis dipasaran.
- (5) Daerah pemasaran akan dapat diperluas ke daerah-daerah yang lebih potensial.

Adapun kelemahan dari penambahan jenis produk tersebut adalah sebagai berikut :

- (1) Perusahaan belum memiliki tenaga-tenaga yang kreatif dan terampil.
 - (2) Beban baru perusahaan akan bertambah, apabila produk yang ditambah tersebut tidak menampakan prestasi yang baik dalam penjualannya.
 - (3) Diperlukan biaya yang cukup banyak.
- 2) Perusahaan Perlu Mempertahankan Produk yang Sudah Ada dengan Cara Memperbaiki Kualitasnya.

Untuk dapat memperbaiki baik buruknya suatu produk tergantung dari kualitasnya, ada sebagian konsumen yang beranggapan kualitas adalah segalanya untuk dapat memilih suatu produk yang akan dikonsumsi di samping itu pertimbangan lain karena kualitasnya mempunyai kepuasan tersendiri bagi konsumen. Jadi tinggi rendahnya kualitas suatu barang dapat mempengaruhi daya beli seseorang.

Untuk dapat mempertahankan produk yang sudah ada maka hal ini dapat dilakukan dengan cara lebih meningkatkan kualitas dari produk yang sudah ada. Hal ini bukan berarti produk dari perusahaan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru kualitasnya kurang baik, tetapi perlu ditingkatkan lagi seperti pemilihan bahan baku yang akan digunakan untuk pembuatan kacang asin harus benar-benar baik dan berkualitas agar kualitas dari kerupuk udang yang dihasilkan juga akan baik. Biasanya untuk produk bahan makanan yang sering menjadi kendala adalah agar makanan atau kacang telur tersebut dapat tahan lama dan tidak mudah rusak akibat pengaruh cuaca yang tidak menentu. Apabila hal ini tidak segera diatasi maka akan menghilangkan ciri khas rasa dari kerupuk udang tersebut. Untuk mengatasi hal di atas diperlukan pengawasan mutu mulai dari pemilihan bahan baku yang baik, tepat dan berkualitas, selain itu juga diperlukan alat pembungkus dari plastik yang cukup baik dan kuat.

Kualitas dari suatu barang atau produk sangat berpengaruh bagi perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan, sebab nama baik perusahaan akan tergantung baik atau tidaknya kualitas suatu barang atau produk yang dihasilkan.

Kualitas produk yang dihasilkan oleh perusahaan industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru selama ini memang sudah cukup baik akan tetapi perlu lebih ditingkatkan lagi kualitas produknya. Hal ini dilakukan dalam usaha mempertahankan atau meningkatkan kepercayaan para konsumen atau pelanggan terhadap produk ini. Untuk itu perusahaan diharapkan tetap menghasilkan kualitas dari produksi kerupuk udang tersebut, sehingga akan mampu bersaing dipasaran yang pada akhirnya akan dapat meningkatkan omzet penjualan. Adapun kebaikan dan kelemahan dari peningkatan kualitas tersebut adalah sebagai berikut :

Adapun kebaikannya adalah sebagai berikut :

- (1) Kepercayaan para konsumen akan semakin meningkat terhadap perusahaan yang bersangkutan.
- (2) Dapat memberikan kepuasan kepada konsumen terhadap produk yang dibeli.
- (3) Kerusakan produk akan dapat lebih ditekan karena kualitasnya ditingkatkan.
- (4) Mampu bersaing dipasaran terutama pada produk yang sejenis.

Adapun kelemahannya adalah :

- (1) Biaya yang digunakan untuk perbaikan kualitas produk tersebut sangat banyak dan belum tentu produk tersebut diminati oleh para konsumen kembali.
- (2) Diperlukan waktu yang cukup lama untuk memperbaiki kualitas produksi, sebab harus diadakan / dilakukan pengujian produk.

Dari uraian di atas penulis berpendapat dengan pengembangan produk, maka diharapkan omzet penjualan atau meningkatkan hasil penjualan yang juga turut meningkatkan laju pertumbuhan serta pengembangan perusahaan untuk mencapai masa depan lebih cerah dan melangkah lebih maju daripada sebelumnya sehingga apa yang menjadi sasaran atau tujuan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

PENUTUP

Perusahaan Industri Kecil Pembuatan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru merupakan perusahaan-perusahaan perorangan yang bergerak dibidang pengelolaan kerupuk udang. didirikan sejak 25 Juni 1997. Perusahaan ini juga telah mempunyai izin usaha perdagangan (SIUP) No. 104/16-07/1997 dan Nomor Pokok Wajib Pajak No. 2.467.078.6.731. Tanda Daftar Perusahaan Nomor 16101600446. Perusahaan ini berlokasi di Jalan Batu Selira Perumnas Hilir RT. 08 No. 40 Kotabaru. Perusahaan Industri Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru adalah perusahaan industri kecil atau yang disebut dengan Home Industry, dimana industri tersebut bergerak dalam bidang usaha pembuatan makanan ringan, khususnya pembuatan kerupuk udang, dimana terbagi dalam campuran rasa yang berbeda-beda antaranya adalah : rasa gurih, rasa pedas dan rasa renyah.

Dari hasil pengamatan yang penulis lakukan selama penelitian ini diperoleh data hasil produksi dan penjualan selama 4 tahun terakhir ini, khususnya untuk penjualan setiap tahunnya selalu mengalami sisa. Setelah penulis mengadakan penelitian lebih lanjut dari data-data tersebut, maka dapat diketahui bahwa faktor penyebab turunnya volume penjualan dari tahun

ketahun disebabkan oleh faktor kebijaksanaan produk yang salah sehingga berpengaruhnya volume penjualan pada perusahaan tersebut dipasaran. Selain itu juga karena permintaan atau selera dari para konsumen yang selalu berubah-ubah disetiap saat, serta kurang tanggapannya para produsen dalam memantau perkembangan produk-produknya yang dilempar di pasaran akibatnya rata-rata produk yang dilempar ke pasaran sudah kurang diminati oleh para konsumen atau dengan kata lain selera dari para konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh Perusahaan Industri Kecil Pembuatan Kerupuk Udang Cap Empat Saudara Kotabaru selama 4 tahun terakhir sudah berkurang, sehingga omzet penjualan kerupuk udang selama empat tahun terakhir ini terus menurun.

Selama ini perusahaan tidak pernah melakukan terobosan-terobosan baru yang dapat meningkatkan volume penjualan kerupuk udang. Hal ini disebabkan karena berbagai pertimbangan dan anggapan seperti tingginya biaya produksi dan promosi yang harus dikeluarkan untuk melaksanakan pengembangan produk, selian itu pula adanya anggapan apabila hal tersebut dilaksanakan juga perusahaan takut rugi, sebab belum tentu produk tersebut disenangi dan berkenan dengan selera hari para pembeli di pasar.

Dampak yang akan terjadi apabila perusahaan tidak segera menanggulangi permasalahan tersebut, maka tujuan perusahaan baik itu jangka pendek maupun jangka panjangnya tidak akan tercapai dengan sendirinya bahkan kemungkinan besar akan mengakibatkan volume penjualan terus mengalami penurunan maka kemungkinan besar perusahaan dapat gulung tikar.

REFERENSI

Basu Swastha. 2004, *Azas-Azas Marketing*,
Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Basu dan Irawan. 2002, *Manajemen Pemasaran Modern*,
Penerbit Liberty, Yogyakarta.

Josep P, Gultinon, Gordon W, dan Paul. 2002, *Program Manajemen Pemasaran*,
Penerbit Erlangga, Jakarta.

Philip Khotler. 2004, *Marketing*,
Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sigit dan Soerhardi. 2002, *Marketing Praktis*,
Penerbit Arminita, Yogyakarta.

Transito. 2004, *Prinsip Pemasaran*,
Penerbit Erlangga, Jakarta.