

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan di dunia industri yang cukup berkembang pesat dan tuntutan terhadap kualitas produk maupun jasa menjadi hal yang mutlak di persaingan pasar, sehingga pelaku usaha dituntut berpikir kreatif dan inovatif terhadap produk yang akan diproduksi agar dapat menarik minat konsumen. Pelaku usaha juga harus memperhatikan kualitas setiap produknya dan melakukan inovasi-inovasi produk serta pelaku usaha juga diharapkan dapat melakukan promosi untuk usahanya agar dapat berkembang.

Kualitas Produk ditentukan oleh dua faktor utama, yaitu faktor desain dan proses pengerjaan. Desain yang baik jika diproses dengan baik akan menghasilkan keluaran yang baik. Sebaliknya, desain yang jelek, sekalipun ditangani dengan proses yang baik, cenderung akan tetap menghasilkan keluaran kurang baik mutunya. Salah satu hal yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan kualitas produk adalah desain produk. desain produk merupakan totalitas keistimewaan yang mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen (Herlambang et al., 2022)

Di dalam menciptakan sebuah produk diperlukan adanya inovasi, agar dapat membedakan produk tersebut dengan para pesaingnya dan apa yang membuat produk tersebut jauh lebih unggul dibandingkan produk sejenis lainnya. Sebuah perusahaan dituntut untuk lebih inovatif dalam menghasilkan suatu produk agar dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk tersebut. Inovasi merupakan salah satu hal penting yang harus selalu diterapkan oleh sebuah

perusahaan jika tidak ingin kehilangan para konsumennya. Dengan adanya inovasi produk, dapat memberikan lebih banyak pilihan untuk para konsumen dan memberikan pilihan yang sesuai dengan “selera” mereka (Ernawati, 2019).

Dalam menjalankan usaha, selain Inovasi produk dibutuhkan juga promosi. Promosi merupakan suatu bentuk penting dalam melakukan komunikasi pemasaran yang bertujuan mendorong permintaan, yang dimaksud komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan pada produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan (Trisna, 2022).

Industri kecil biasanya mengalami berbagai hambatan dalam menghasilkan volume penjualan yang diproduksi secara maksimal sehingga pendapatan dari industri tersebut juga menjadi rendah. Kegiatan produksi tidak akan terwujud dan terlaksana tanpa adanya alat atau benda yang di gunakan dalam proses produksi.

Shanii Konveksi adalah usaha kecil menengah yang bergerak dibidang jasa dan berlokasi di Jakarta Timur dengan hasil produksinya pakaian wanita, hijab, dan pakaian anak-anak. Berikut data volume penjualan yang diproduksi selama 4 tahun terakhir di Shanii Konveksi.

**Tabel 1. 1 Data Volume Penjualan Shanii Konveksi**

TAHUN	QTY
2019	39.600
2020	29.000
2021	30.560
2022	28.000

Sumber : Shanii Konveksi

Dari tabel diatas dapat diketahui Shanii konveksi volume penjualan yang diproduksi tiap tahun tahunnya ada peningkatan ditahun 2019 dan 2021 lalu mengalami penurunan ditahun 2020 dan 2022, sehingga dapat dikatakan volume penjualan yang diproduksi Shanii Konveksi cenderung tidak stabil. Terdapat faktor yang mempengaruhi volume penjualan seperti kualitas produk, inovasi produk, dan promosi.

Berdasarkan latar belakang diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “**Pengaruh Kualitas, Inovasi Produk, dan Promosi Terhadap Volume Penjualan di Shanii Konveksi**”.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh pada Volume penjualan di Shanii Konveksi?
2. Apakah Inovasi Produk berpengaruh pada Volume penjualan di Shanii Konveksi?
3. Apakah Promosi berpengaruh pada Volume penjualan di Shanii Konveksi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian diatas, maka adapun tujuan yang dicapai pada penelitian yang dilakukan Shanii Konveksi adalah sebagai berikut :

1. untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk berpengaruh positif pada Volume Penjualan;

2. untuk mengetahui apakah variabel Inovasi Produk berpengaruh positif pada Volume Penjualan;
3. untuk mengetahui apakah variabel Promosi berpengaruh pada Volume Penjualan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Teoritis**

Memberikan pemikiran atau pemahaman untuk membantu menambahkan kepustakaan dan dapat menjadi referensi bagi penelitian tentang pengaruh kualitas produk, inovasi produk, dan promosi terhadap volume penjualan di Shanii Konveksi.

##### **2. Manfaat Praktis atau Empiris**

Menambah pengetahuan, pengalaman, dan wawasan kepada penulis serta dapat menerapkan teori-teori yang sudah diperoleh selama masa perkuliahan.

#### **1.5 Sistematika Tugas Akhir**

##### **BAB I PENDAHULUAN**

Penulis mendeskripsikan mengenai latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

##### **BAB II TELAAH PUSTAKA**

Berisi tentang Literatur yang mendasari topik penelitian pada umumnya, dan model konseptual penelitian pada umumnya.

### BAB III METODE PENELITIAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan Desain penelitian, Populasi dan sampel, Jenis dan Sumber data, Definisi Operasional dan Skala pengukuran, Metode analisis data dan Pengujian hipotesis.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Menganalisis profil organisasi / perusahaan, Visi dan Misi Perusahaan, dan Struktur Organisasi Perusahaan serta hasil dari analisis dan hasil penelitian.

### BAB V PENUTUP

Dalam bab ini penulis akan membahas mengenai Kesimpulan, Implikasi Manajerial, dan Keterbatasan penelitian mengenai penulisan skripsi ini.

