

## ABSTRAK

Dewasa ini keinginan dan kebutuhan manusia semakin meningkat dan beraneka ragam seiring dengan perkembangan jaman. Dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan yang semakin meningkat ini, perusahaan-perusahaan pun saling bersaing dengan ketat, terutama yang menghasilkan produk sejenis, untuk mencapai pangsa pasar yang diinginkan. Salah satu usaha yang dapat dilakukan perusahaan untuk kelangsungan hidupnya adalah dengan melakukan pengembangan produk. Pengembangan produk merupakan salah satu usaha untuk memperbaiki produk yang sudah ada di pasar atau membuat produk baru, untuk memperluas daerah pemasaran perusahaan.

Objek dalam penelitian ini adalah PT. Mulia Lestari yang berlokasi di Jalan Kp. Cibaligo 70 (Km 1,7) Leuwigajah Cimindi – Cimahi 40533. PT. Mulia Lestari merupakan perusahaan manufaktur yang bergerak di bidang garment dan tekstil. Pada PT. Mulia Lestari pengembangan produk perlu dilakukan dalam proses produksinya agar produk yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk sejenis di pasaran, sehingga dapat mempertahankan dan meningkatkan hasil penjualan.

Penelitian ini membahas beberapa masalah, seperti tahap-tahap proses pengembangan produk, seberapa besar biaya pengembangan produk yang dikeluarkan perusahaan, dan untuk mengetahui sejauh mana hubungan biaya pengembangan produk terhadap hasil penjualan.

Tahap-tahap pengembangan produk mencakup penciptaan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar dan komersialisasi. Tahap-tahap tersebut telah dilakukan oleh perusahaan dengan baik dan benar.

Biaya pengembangan produk yang dikeluarkan perusahaan selama tahun 2004 adalah sebesar Rp 46.460.000, yang mana biaya pengembangan produk ini selalu mengalami peningkatan pada setiap bulannya. Ini berarti bahwa PT. Mulia Lestari memperhatikan pentingnya dilakukan pengembangan produk terhadap produk yang dihasilkannya.

Hubungan Biaya Pengembangan Produk Terhadap Hasil Penjualan dicari dengan menggunakan perhitungan statistik korelasi Pearson dan analisis Determinasi. Berdasarkan hasil perhitungan korelasi Pearson dan analisis Determinasi guna mengetahui hubungan dan besarnya pengaruh antara biaya pengembangan produk terhadap hasil penjualan maka didapat hasil yaitu  $r$  sebesar 0,87 yang artinya adalah bahwa hubungan antara biaya pengembangan produk dan hasil penjualan mempunyai hubungan yang kuat, searah dan positif. Hasil determinasi sebesar 75,52 % artinya adalah bahwa hubungan antara biaya pengembangan produk yang dikeluarkan untuk pengembangan produk berpengaruh kuat dan sisanya 24,48 % merupakan pengaruh faktor-faktor lain.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
BAB 1. PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	3
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Kegunaan Penelitian.....	4
1.5. Kerangka Pemikiran.....	5
BAB 2. TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Pengertian Konsep Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	9
2.2. Pengertian Pangsa Pasar.....	14
2.3. Pengertian Produk.....	14
2.3.1. Klasifikasi Produk.....	15
2.3.2. Pengertian Daur Hidup Produk.....	18
2.4. Pengertian Pengembangan Produk dan Produk Baru.....	19
2.5. Tujuan Pengembangan Produk.....	22
2.6. Faktor-faktor Yang Mendorong Pengembangan Produk.....	23
2.7. Faktor-faktor Yang Menghambat Pengembangan Produk.....	23
2.8. Strategi Pengembangan Produk.....	25
2.9. Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	26
2.10. Biaya .....	30
2.11. Biaya Pemasaran.....	31
2.12. Biaya Pengembangan Produk.....	31

2.13. Hubungan Biaya Pengembangan Produk Terhadap Hasil Penjualan.....	33
<b>BAB 3. OBJEK DAN METODE PENELITIAN.....</b>	<b>35</b>
3.1. Objek Penelitian.....	35
3.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	35
3.1.2. Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	36
3.1.3. Kegiatan Usaha.....	45
3.2. Metode Penelitian.....	46
3.2.1. Operasionalisasi Variabel.....	47
3.2.2. Jenis dan Sumber Data.....	48
3.2.3. Teknik Pengumpulan Data.....	48
3.2.4. Metode Analisis Data.....	49
<b>BAB 4. HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
4.1. Tujuan perusahaan melakukan pengembangan produk.....	52
4.2. Tahap-tahap Pengembangan Produk Yang Dilakukan Perusahaan.....	54
4.3. Biaya Pengembangan Produk.....	58
4.4. Hubungan Biaya Pengembangan Produk Terhadap Hasil Penjualan.....	59
4.4.1 Analisis Korelasi.....	62
4.4.2 Koefisien Determinasi.....	63
4.4.3 Pengujian Hipotesis.....	64
<b>BAB 5. KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>67</b>
5.1. Kesimpulan.....	67
5.2. Saran.....	68
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>RIWAYAT HIDUP PENULIS</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel.....	47
Tabel 4.1 Data Biaya Pengembangan Produk PT. Mulia Lestari Periode Januari-Desember 2004.....	58
Tabel 4.2 Data Biaya Pengembangan Produk dan Hasil Penjualan PT. Mulia Lestari Periode Januari-Desember 2004.....	60
Tabel 4.3 Hubungan Biaya Pengembangan Produk dan Hasil Penjualan PT. Mulia Lestari Periode Januari-Desember.....	61

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Struktur Organisasi PT. Mulia Lestari.....	36
Gambar 4.1 Kurva Distribusi Normal.....	65