

ABSTRAKSI

Nama / Nrp : Ivan Ariakandi / 0052132

Judul : Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT. Binausaha Cipta Prima

Dosen pembimbing : Prof. Dr. Sucherly, SE., MS.

Dengan semakin meningkatnya jumlah pesaing dan selera konsumen yang selalu berubah-ubah. Konsumen menginginkan produk yang berkualitas. Di situasi persaingan ini konsumen cenderung selektif dan peka dalam pemilihan produk yang sejenis yang ditawarkan. Maka perusahaan harus selalu melakukan pengembangan atas produk yang dihasilkannya untuk dapat meningkatkan volume penjualan dan menghadapi persaingan yang semakin tajam.

PT. Binausaha Cipta Prima merupakan perusahaan yang memproduksi kain jeans. Perusahaan ini selalu melakukan pengembangan produk agar kain yang diproduksi dapat diterima oleh pasar dan sesuai trend yang ada sekarang. Selain melakukan pengembangan produk dengan memodifikasi kain yang sudah ada, juga menciptakan kain jeans jenis baru yang memiliki kualitas, warna, corak yang berbeda.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan, penulis melakukan penelitian dengan menggunakan Korelasi Spearman (r_s) dan uji signifikan t . Dan berdasarkan hasil yang didapat, diketahui ada hubungan yang kuat antara pengembangan produk dengan volume penjualan. Selain itu berdasarkan hasil perhitungan dari t hitung dan t tabel dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara pengembangan produk dan volume penjualan.

Oleh karena itu perusahaan perlu mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan dengan selalu melakukan pengembangan produk agar dapat terus maju dan berkembang di masa yang akan datang serta mampu menjadi pelopor pasar.

DAFTAR ISI

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran dan Bauran Pemasaran.....	6
2.2 Pengertian Produk.....	8
2.3 Klasifikasi Produk.....	12
2.4 Daur Hidup Produk (Product Life Cycle).....	16
2.5 Pengembangan Produk dan Produk Baru.....	20
2.6 Faktor-faktor yang Mendorong Dilakukan Pengembangan Produk.....	24
2.7 Faktor-faktor yang Menghambat Dilakukan Pengembangan Produk.....	25
2.8 Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	26

2.9 Hubungan Pengembangan Produk dengan Tingkat Penjualan.....	29
2.10 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	30

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode yang Digunakan.....	34
3.2 Operasional Variabel.....	34
3.3 Sumber dan Cara Pengumpulan Data.....	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Rancangan Analisis dan Uji Hipotesis.....	40

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Sejarah Perusahaan.....	44
4.2 Struktur Organisasi PT. Binausaha Cipta Prima.....	45
4.3 Proses Produksi.....	53
4.4 Faktor-faktor yang Mendorong Dilakukan Pengembangan Produk.....	56
4.5 Proses Pengembangan Kain Jeans di PT. Binausaha Cipta Prima.....	57
4.6 Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada PT. Binausaha Cipta Prima.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Tabel Operasional Variabel.....	35
Tabel 4.1	Tanggapan Responden Mengenai Keberhasilan Dalam Memenuhi Kebutuhan atau Keinginan Konsumen.....	60
Tabel 4.2	Tanggapan Responden Mengenai Pengembangan Produk Kain Jeans oleh Pihak Perusahaan PT. Binausaha Cipta Prima.....	61
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Mengenai Efektifitas Pemasaran yang Dilakukan PT. Binausaha Cipta Prima.....	62
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Mengenai Kegiatan Promosi yang Dilakukan PT. Binausaha Cipta Prima.....	63
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Mengenai Warna Kain Jeans yang Dihasilkan PT. Binausaha Cipta Prima.....	64
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Kain Jeans yang Dihasilkan PT. Binausaha Cipta Prima.....	65
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Mengenai Corak Kain Jeans yang Dihasilkan PT. Binausaha Cipta Prima.....	66
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Mengenai Produk Kain Jeans Up To Date dan Bervariasi Sesuai Mode.....	67
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Teknologi Dalam Menghasilkan Kain Jeans pada PT. Binausaha Cipta Prima.....	68
Tabel 4.10	Tanggapan Responden Mengenai Pengemasan Kain Jeans oleh PT. Binausaha Cipta Prima.....	69

Tabel 4.11 Tanggapan Responden Mengenai Kelengkapan Produk Kain Jeans yang Ditawarkan oleh PT. Binausaha Cipta Prima.....	70
Tabel 4.12 Tanggapan Responden Mengenai Harga Kain Jeans yang Ditetapkan oleh PT. Binausaha Cipta Prima.....	71
Tabel 4.13 Banyaknya Kain Jeans yang Dibeli oleh Pelanggan Selama Jangka Waktu Enam Bulan (satu piece = 100 yard).....	72
Tabel 4.14 Target Penjualan dan Realisasi Penjualan PT. Binausaha Cipta Prima.....	73
Tabel 4.15 Biaya Pengembangan Produk dan Realisasi Penjualan PT. Binausaha Cipta Prima.....	73
Tabel 4.16 Total Hasil Penjualan Tahun 2001.....	74
Tabel 4.17 Total Hasil Penjualan Tahun 2002.....	74
Tabel 4.18 Total Hasil Penjualan Tahun 2003.....	75
Tabel 4.19 Total Hasil Penjualan Tahun 2004.....	75
Tabel 4.20 Koefisien Korelasi Rank. Spearman.....	76
Tabel 4.21 Angka Kembar Variabel X.....	77
Tabel 4.22 Angka Kembar Variabel Y.....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Lima Tingkat Produk.....	10
Gambar 2.2 Sales and Profits Life Cycle.....	17
Gambar 4.1 Peta Lokasi.....	44
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	47
Gambar 4.3 Proses Produksi.....	56