

ABSTRAK

Dalam kehidupan masa kini, kebutuhan manusia cenderung meningkat sesuai dengan perkembangan jaman. Suatu perusahaan harus mampu mengembangkan produk baru dan mengelolanya dalam menghadapi selera konsumen, perkembangan teknologi dan persaingan yang terus berubah dengan cara melakukan kegiatan pengembangan produk secara terus menerus.

B'gana Restaurant merupakan perusahaan yang bergerak di bidang makanan tradisional Indonesia dan Eropa. Kebanyakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan, harus cepat tanggap dalam menghadapi perubahan selera konsumen dan juga ketatnya persaingan di bidang makanan. Untuk itu B'gana selalu melakukan pengembangan produk, dengan mengeluarkan produk baru, mengembangkan produk yang sudah ada atau mengubah kemasan yang ada.

Mengingat pentingnya kegiatan pengembangan produk, maka penulis melakukan penelitian yang diberi judul : "Peranan Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Hasil Penjualan di B'GANA Restaurant di Bandung". Pada penulisan skripsi ini yang menjadi objek penelitian adalah B'gana Restaurant yang bergerak di bidang penjualan makanan Indonesia dan Eropa. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor apa saja yang mendorong perusahaan melakukan kegiatan pengembangan produk, mengetahui proses kegiatan pengembangan produk yang dilakukan perusahaan serta mengukur besarnya peranan pengembangan produk terhadap hasil penjualan perusahaan.

Dalam melaksanakan penelitian ini, penulis menggunakan metoda deskriptif analisis yaitu dengan cara mengumpulkan data, menganalisis serta menyajikan data tersebut sehingga dapat digambarkan keadaan dalam perusahaan sesuai data yang diperoleh. Data yang digunakan adalah biaya pengembangan produk dan data penjualan per bulan dari periode tahun 2003 - 2005. Metode pengumpulan data dengan menggunakan penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian secara langsung ke perusahaan dan penelitian kepustakaan (*library research*) yaitu dengan menelaah dan membaca serta melakukan perbandingan atas beberapa sumber kepustakaan.

Perusahaan dalam melakukan kegiatan pengembangan produknya perlu melalui tahap-tahap pengembangan produk yaitu : pemunculan ide dari *owner* atau masukan dari konsumen, di mana aide-ide tersebut akan disaring oleh pihak perusahaan. Setelah penyaringan ide dilakukan maka perusahaan akan melakukan pengembangan dan pengujian konsep agar perusahaan menemukan ide terbaik untuk dikembangkan. Hal ini dimaksudkan agar perusahaan tidak menemukan kegagalan dikemudian hari apabila produk telah di produksi dalam jumlah yang besar. Setelah diputuskan produk yang akan di buat, maka *owner* beserta *team* akan melakukan pengembangan strategi pemasaran. Dalam tahap ini, *owner* dan *team* akan memutuskan bagaimana kualitas produk yang akan dibuat, penetapan harga, tempat penjualan produk dan promosi yang akan dilakukan. Sebelum penetapan harga di buat, maka perusahaan harus malakukan analisis bisnis, dimana perusahaan akan memperkirakan besarnya biaya-biaya yang akan dikeluarkan untuk melakukan pengembangan produk dan menghitung besarnya laba yang akan diperoleh. Kemudian, barulah perusahaan melakukan pengembangan produk. Setelah pengembangan produk dilakukan, maka perusahaan melakukan pengujian pasar untuk menguji seberapa besar produknya dapat diterima oleh masyarakat, dan untuk *product knowledge* maka perusahaan melakukan komersialisasi .

Berdasarkan analisis regresi diperoleh nilai $Y = 782901,998 + 2,998X$. Dari hasil koefisien korelasi Pearson diperoleh nilai sebesar 0,765 yang artinya pengembangan produk dengan hasil penjualan terdapat hubungan yang positif atau kuat sekali dan memiliki hubungan yang searah. Dari pengujian hipotesis, diperoleh t hitung (6,935) > t tabel (2,7284) maka H_0 ditolak, yang artinya pengembangan produk berpengaruh terhadap peningkatan hasil penjualan. Besarnya koefisien determinasi adalah 0,585225 atau 58,5%.

Berdasarkan hasil di atas, diketahui terdapat hubungan yang kuat sekali antara hasil penjualan dan biaya pengembangan produk di B'gana Restaurant, maka perusahaan disarankan agar Perusahaan tetap melakukan kegiatan pengembangan produk yang dapat meningkatkan hasil penjualan. Dengan meningkatnya hasil penjualan maka meningkat pula laba yang diperoleh perusahaan guna mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

DAFTAR ISI

Abstrak	iii
Kata Pengantar	v
Daftar Isi	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	4
1.6 Metoda Penelitian	6
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	12
1.8 Sistematika Bahasan	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Produk	14
2.2 Pengembangan Produk dan Produk Baru	19
2.3 Hubungan Pengembangan Produk dengan Peningkatan Penjualan	27
BAB III OBYEK PENELITIAN	29
3.1 Sejarah Singkat Perusahaan	29
3.2 Struktur Organisasi Perusahaan	30
3.3 Produk yang Dihasilkan oleh B'gana Restaurant	34
3.4 Proses Produksi	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	36
4.1 Tujuan B'gana Melakukan Pengembangan Produk	36

4.2 Proses Pengembangan Produk Yang Dilakukan Oleh B'gana	38
4.3 Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Hasil Penjualan pada B'gana	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	48
5.1 Kesimpulan	48
5.2 Saran	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	1.1	Kerangka Pemikiran
Gambar	2.1	Tahap-tahap Pengembangan Produk Baru
Gambar	3.1	Susunan Organisasi B'gana Restaurant
Gambar	3.2	Proses Produksi B'gana Restaurant

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Data Hasil Penjualan Produk Perusahaan

Tabel 4.2 Output SPSS Analisis Regresi

Tabel 4.3 Output SPSS ANOVA

Tabel 4.4 Output SPSS Korelasi Pearson

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Riwayat Hidup

Lembar Penelitian untuk Penyusunan Skripsi

Berita Acara Bimbingan

Surat Pernyataan

Tabel Distribusi T

Tabel Distribusi F