

ABSTRAK

Waktu yang bergerak semakin cepat selalu membuat perubahan dalam kehidupan kita. Perubahan tersebut berpengaruh pada perkembangan perekonomian semakin maju. Persaingan yang sangat ketat terjadi diantara banyak perusahaan. Salah satunya adalah PT.X yang bergerak dibidang garment memproduksi baju. Semakin bertambahnya jumlah perusahaan yang memproduksi baju menyebabkan PT.X harus selalu siap dan waspada untuk menghadapi para pesaing yang bergerak dibidang yang sama. Salah satu cara perusahaan untuk menghadapi pesaing adalah dengan melakukan pengembangan produk untuk memenuhi keinginan konsumen. Dengan dilakukannya pengembangan produk tersebut diharapkan juga volume penjualan bisa meningkat.

Pengembangan produk meliputi penciptaan konsep melalui gagasan yang akan dikembangkan menjadi barang berwujud. Pengembangan produk merupakan kegiatan menciptakan produk baru atau melakukan modifikasi produk. Pengembangan produk ini diharapkan bisa memenuhi keinginan dan selera konsumen sehingga bisa meningkatkan volume penjualan.

Metode yang digunakan dalam penyusunan skripsi ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan survey, yaitu suatu metode yang membahas masalah dengan cara memaparkan, menulis suatu keadaan atau peristiwa untuk kemudian dianalisis serta diambil kesimpulan.

Faktor-faktor yang mendorong PT.X melakukan pengembangan produk adalah untuk mengikuti perkembangan waktu, tingkat persaingan yang semakin ketat, meningkatkan profit, dan memperkuat posisi pasar. Adapun tahap-tahap pengembangan produk yang dilakukan adalah penggalan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar dan komersialisasi. Operasional variable dalam penelitian ini adalah pengembangan produk sebagai variable independent dan volume penjualan sebagai variable dependen. Hasil yang diperoleh dengan menggunakan rumus pearson menyatakan adanya hubungan yang sangat erat dan searah antara penembangan produk dan volume penjualan dengan koefisien korelasinya sebesar 0,948. Dengan koefisien determinasinya sebesar 89,8% yang menyatakan sebesar 89,8% volume penjualan dipengaruhi oleh pengembangan produk dan sisanya sebesar 10,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kesimpulan berdasarakan hasil penelitian diatas adalah bahwa pengembangan produk berpengaruh terhadap volume penjualan. Disamping itu PT.X diharapkan agar tetap bisa menciptakan model baju terbaru, mencari designer yang unggul, serta dan melalukan evaluasi terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan.

ABSTRACT

Time goes very fast and always make variety in our life. This variety make an effect in economy developing to become modern. The closed competition happens in companies. One of them is PT.X which is operation in garment and produce shirts. Today there are a lot of kind of company and make PT.X must caution and ready for facing the competitor which are operating in same field. One of the way for company in facing this competition is by products development that hopefully will increase the sales volume rapidly.

Products development were creating concept through the idea that would be improved become tangible goods. Products development were an activity to creat a new product or do modification products. Product development were hopefully can fulfill the consumers wants and needs until its can increasing sales volume.

The arrangement scription method is descriptive method with survey approach. It was a method which is solved by describe and write a situation or events then analyze and make a summary.

There are a lot of factors that make PT. X doing products development, its following the era, closed competition, increasing benefit and stronger the market position. The steps doing by PT.X in developing its product such as idea generation, idea screening, development, market test and commercialitation. Operation variable on this research was products development as independent variable and sales volume as dependent variable. The result by SPSS reported a tight correlation and have a same direction (linear) between products development and sales volume which is amount of 0,948 for coeficient correlation. By the determine coeficient which is amount of 89,8%. Its mean that 89,9% sales volume was effected by product developing and 10,2% was effected by other factors.

The conclution based on the research result was the products development influences sales volume. Beside that, PT.X was hopefully can create a new shirt, searching a good skill designer and do evaluation of expenses cost.

DAFTAR ISI

	Hlm
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR DAN TABEL	ix
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Kegunaan Penelitian	4
1.5. Lokasi Penelitian	4
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran	5
2.1.1.1 Pengertian Bauran Pemasaran	6
2.1.2 Produk	7
2.1.2.1 Pengertian Produk	7
2.1.2.2 Tingkatan Produk	8
2.1.2.3 Klasifikasi Produk	9

2.1.2.4	Siklus Hidup Produk	11
2.1.3	Pengembangan Produk	15
2.1.3.1	Pengertian Pengembangan Produk	15
2.1.3.2	Tantangan dalam Pengembangan Produk Baru.....	18
2.1.3.3	Faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk	19
2.1.3.4	Proses Pengembangan Produk	20
2.1.4	Volume Penjualan	29
2.1.5	Hubungan Pengembangan Produk dengan Peningkatan Penjualan Perusahaan	29
2.2	Kerangka Pemikiran	31
2.3	Hipotesis	32
 BAB III : OBJEK DAN METODE PENELITIAN		
3.1.	Objek Penelitian	33
3.1.1.	Sejarah Singkat Perusahaan	33
3.1.2.	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas.....	33
3.1.2.1	Struktur Organisasi	33
3.1.2.2	Pembagian Tugas	34
3.1.3.	Proses Produksi	39
3.2.	Metode Penelitian	40
3.2.1.	Desain Penelitian	40
3.2.2.	Variabel Penelitian dan Pengukuran Operasional Variabel.....	41

3.2.3.	Metode Penarikan Sample	42
3.2.4.	Proses Pengumpulan Data	42
3.2.5.	Metode Analisis Data	43
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		
4.1.	Hasil Penelitian.....	47
4.1.1	Faktor-faktor Pendorong PT.X melakukan Pengembangan Produk	47
4.1.2	Tahap-tahap Pengembangan Produk yang dilakukan PT.X.....	48
4.1.3	Hasil Survei dari Responden	53
4.1.3.1	Uji Segmen Pasar	53
4.1.3.2	Uji Pasar	54
4.1.3.3	Uji Penggunaan	57
4.2	Pembahasan.....	60
4.2.1	Tujuan PT.X Melakukan Pengembangan Produk	60
4.2.2	Pengaruh Pengembangan Produk pada Terhadap Volume Penjualan PT.X	61
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1.	Kesimpulan	68
5.2.	Saran	69
DAFTAR PUSTAKA		x

DAFTAR GAMBAR & TABEL

	Hlm
Gambar 2.1 : Lima Level Produk	9
Gambar 2.2 : Siklus Hidup Produk	15
Gambar 2.3 : Bagan Kerangka Pemikiran	31
Gambar 3.1 : Bagan Struktur Organisasi	38
Tabel 3.2 : Variabel Operasional.....	40
Tabel 4.1 : Komposisi Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4.2 : Komposisi Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
Tabel 4.3 : Komposisi Responden Berdasarkan Trend Baju	55
Tabel 4.4 : Komposisi Responden Berdasarkan Produk Baru.....	56
Tabel 4.5 : Komposisi Responden Berdasarkan Kebutuhan.....	56
Tabel 4.6 : Komposisi Responden Berdasarkan Pembelian	57
Tabel 4.7 : Komposisi Responden Berdasarkan Bentuk dan Model.....	58
Tabel 4.8 : Komposisi Responden Berdasarkan Warna	58
Tabel 4.9 : Komposisi Responden Berdasarkan Kerapihan	59
Tabel 4.10 : Komposisi Responden Berdasarkan Kualitas	60
Tabel 4.11 : Biaya Pengembangan Produk dan Volume Penjualan.....	61