

## ABSTRAK

Dengan semakin berkembangnya Indonesia dalam segala bidang menyebabkan tuntutan dan keinginan mereka terhadap barang dan jasa pun turut meningkat, baik dalam kualitas maupun kuantitas. Salah satu jenis produk yang merupakan kebutuhan masyarakat banyak adalah kebutuhan akan sepatu.

Persaingan dalam industri sepatu ini semakin ketat, hal ini disebabkan beraneka ragamnya motif, design model, serta harga yang ditawarkan perusahaan yang bergerak dalam bidang sepatu.

Untuk tetap bertahan dalam industri sepatu ini khususnya sepatu sandal wanita, harus mencari cara untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Salah satu caranya yaitu dengan melakukan pengembangan produk. Industri sepatu selalu mengikuti mode yang cepat berubah, maka pengembangan produk harus selalu rutin dilakukan oleh perusahaan agar produknya selalu up to date.

Namun melakukan pengembangan produk tidaklah mudah, sebab pengembangan produk amat rentan dengan siklus hidup produk, perubahan selera konsumen, dan peningkatan persaingan. Karena itu, setiap perusahaan yang akan melakukan pengembangan produk harus memiliki persiapan yang matang agar produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga mampu mencapai tujuan perusahaan yaitu meningkatkan volume penjualan dan laba perusahaan.

PT. Canadian Shoes sebagai objek penelitian dinilai cukup berhasil dalam melakukan pengembangan produk. Dalam penelitian ini Penulis mengidentifikasi adanya masalah yang menarik untuk dibahas, yaitu proses pengembangan produk, faktor penunjang dan penghambat pelaksanaan pengembangan produk, trend penjualan dan peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan.

Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode deskriptif, yaitu suatu metode yang menggambarkan secara sistematis, factual serta akurat mengenai factor – factor yang berhubungan dengan masalah yang sedang diteliti.

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pengembangan produk yang dilakukan sudah berhasil dan memberikan pengaruh yang baik, hal ini membuktikan bahwa pengembangan produk mempunyai pengaruh yang signifikan didalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Canadian Shoes. Tetapi walaupun pengembangan produk yang dilakukan sudah berhasil, PT. Canadian sebaiknya terus mengembangkan produknya agar selalu up to date. Selain itu PT. Canadian Shoes harus selalu memperhatikan faktor penunjang dan penghambat pengembangan produk.

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK.....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vi</b>

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran dan Hipotesis.....	5
1.6 Metodologi Penelitian.....	10
1.6.1 Teknik Pengumpulan Data.....	11
1.6.2 Operasional Variabel.....	12
1.6.3 Jenis dan Sumber Data.....	12
1.6.4 Metode Analisis.....	13
1.7 Lokasi Penelitian .....	14

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Marketing.....	15
2.2 Pengertian Produk.....	17

2.3	Pengertian Pengembangan Produk.....	...18
2.4	Tujuan Pengembangan Produk... ..	21
2.5	Tahapan dalam Kegiatan Pengembangan Produk.....	.....21
2.6	Faktor- Faktor Pendorong Pengembangan Produk.....	34
2.7	Faktor- Faktor Penghambat Pengembangan Produk.....	35
2.8	Volume Penjualan.....	37
2.9	Hubungan Pengembangan Produk dengan Peningkatan Volume Penjualan.....	39

### **BAB III OBJEK PENELITIAN**

3.1	Objek Penelitian.....	41
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	41
3.1.2	AktivitasPerusahaan.....	43
3.1.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.....	44
3.1.4	Proses Produksi.....	53
3.2	Metode Penelitian.....	58
3.2.1	Teknik Pengumpulan Data.....	58
3.2.2	Operasional Variabel.....	59
3.2.3	Jenis dan Sumber Data.....	59
3.2.4	Metode Analisis.....	60

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1	Hasil Penelitian.....	62
4.1.1	Tujuan Perusahaan Melakukan Kegiatan Pengembangan Produk.....	62
4.1.2	Tahap- Tahap Pengembangan Produk yang Dilaksanakan PT. Canadian Shoes.....	61
4.1.3	Sasaran Pasar Perusahaan.....	65
4.1.4	Jenis – Jenis Pengembangan Produk yang Dilaksanakan PT. Canadian Shoes.....	66
4.1.5	Faktor - Faktor yang Mendukung Pelaksanaan Pengembangan Produk pada PT. Canadian Shoes.....	68
4.1.6	Faktor yang Menghambat Pelaksanaan Pengembangan Produk Pada PT. Canadian Shoes.....	69
4.1.7	Peranan Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Selama Periode 2002-2003.....	70
4.2	Pembahasan.....	71
4.2.1	Hasil Survei Pasar, Kecocokan Produk, Prospek Pemasaran Dan Segmen Pasar.....	71
4.2.2	Kesimpulan Dari Hasil Kuesioner dan Tabel Penjualan dan Pengembangan Produk.....	78

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1	Kesimpulan.....	80
-----	-----------------	----

5.2	Saran.....	81
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>83</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1. Struktur Organisasi**
- Lampiran 2. Daftar kuesioner**
- Lampiran 3. Riwayat Hidup**
- Lampiran 4. Foto – Foto Objek Penelitian**