

**PENGEMBANGAN PRODUK RAK GUDANG PADA USAHA
EFFENDI TUNAS JAYA RAK SEMARANG**

SKRIPSI



LO JEMMY GUNAWAN SANTOSO

NIM : 23.D1.0153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

**PENGEMBANGAN PRODUK RAK GUDANG PADA USAHA
EFFENDI TUNAS JAYA RAK SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Katolik Soegijapranata

LO JEMMY GUNAWAN SANTOSO
NIM : 23.D1.0153

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

ABSTRAK

Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mendeskripsikan rencana inovasi produk pada usaha Effendi Tunas Jaya Rak Semarang yang menjual rak gondola dan berbagai perlengkapan minimarket lainnya. Penelitian mengambil sampel 15 konsumen Effendi Tunas Jaya Rak Semarang sebagai responden. Data yang didapat merupakan hasil wawancara dan hasil survei melalui penyebaran kuesioner. Untuk metode analisis data yang dipakai adalah metode analisis deskriptif kualitatif.

Tahap inovasi produk sesuai teori Hisrich memiliki empat tahapan yaitu Tahap Ide, Tahap Konsep, Tahap Pengembangan Produk, lalu Tahap Uji Pasar. Hasil penelitian memperoleh produk rak gudang sebagai produk baru hasil inovasi yang multifungsi dan sesuai dengan harapan responden.

Kata Kunci : Inovasi Produk, Rak Besi, Rak Gudang, Harapan Responden

ABSTRACT

This research was written with the aim of describing the product innovation plan at the Effendi Tunas Jaya Rak Semarang business which sells minimarket shelves and various other minimarket equipment. The research took a sample of 15 Effendi Tunas Jaya Rak Semarang consumers as respondents. The data obtained is the result of interviews and survey through distributing questionnaires. The data analysis method used is the qualitative descriptive analysis method.

The product innovation stage according to Hisrich's theory has four stages, namely the Idea Stage, Concept Stage, Product Development Stage, then Market Test Stage. The research results showed that warehouse shelf products were new products resulting from innovation that were multifunctional and in line with respondents' expectations.

Keywords: Product Innovation, Iron Shelves, Warehouse Shelves, Respondents' Expectations