

**DESAIN DAN PENGEMBANGAN PRODUK
PADA PT. VITALIS INDONESIA SEMARANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S – 1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun Oleh :

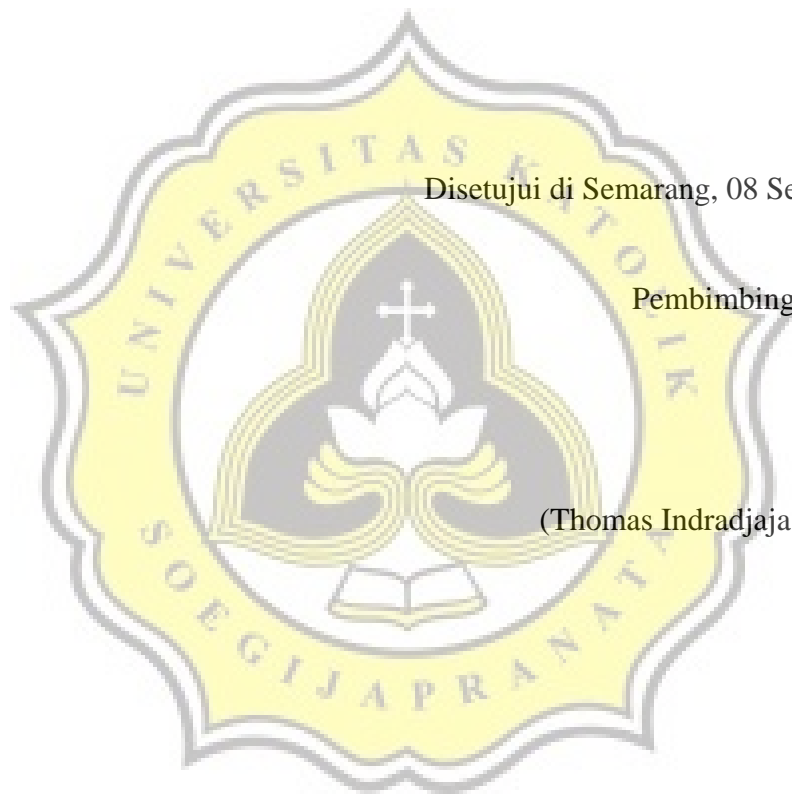
Nama : Agustinus Adi Pratama

NIM : 01. 30. 0128

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2007**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Agustinus Adi Pratama
NIM : 01.30.0128
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul : Desain Dan Pengembangan Produk Pada PT. Vitalis Indonesia
Semarang



Disetujui di Semarang, 08 September 2007

Pembimbing

(Thomas Indradjaja, SE.MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :
DESAIN DAN PENGEMBANGAN PRODUK
PADA PT. VITALIS INDONESIA SEMARANG

Yang dipersiapkan oleh :

Nama : Agustinus Adi Pratama

NIM : 01.30.0128

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal : 28 September 2007
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu
persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Pembimbing

Koordinator Penguji

(Thomas Indradjaja,SE.MM)

(DR. Rustina Untari)

Dekan Fakultas Ekonomi

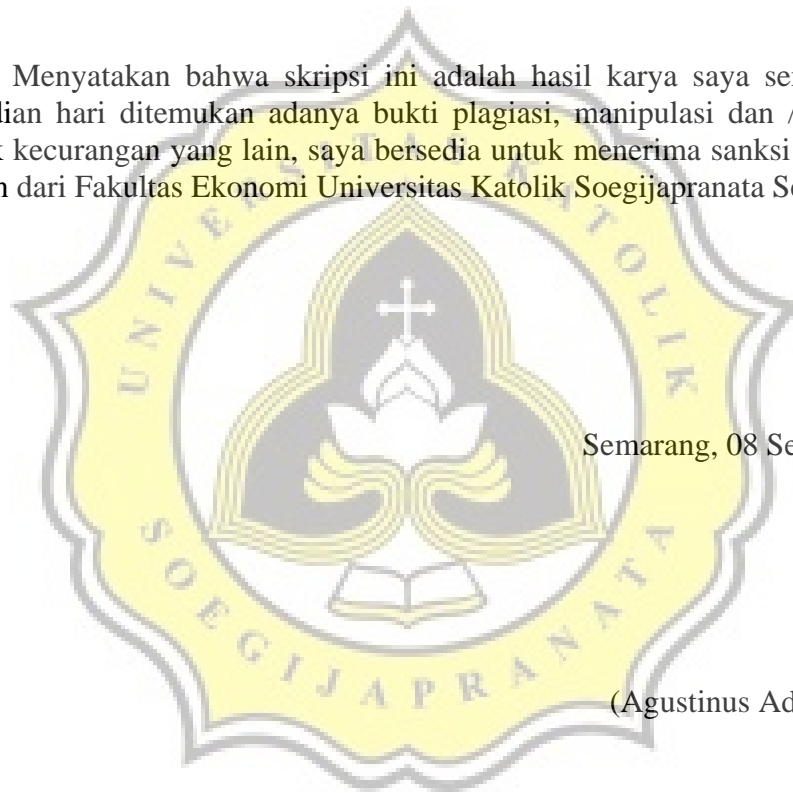
(A. Sentot Suciarto, Ph.D)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Agustinus Adi Pratama
NIM : 01.30.0128
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila kemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.



Semarang, 08 September 2007

(Agustinus Adi Pratama)

Halaman Motto

Jangan melompat untuk mencapai cita-cita. Tapakilah anak tangga yang satu, lalu kedua, dan seterusnya....

Karena itu rendahkanlah dirimu di bawah tangan Tuhan yang kuat, supaya kamu ditinggikan-Nya pada waktunya.

(1 Petrus 5 : 6)

*Ketika seorang sahabat melukai kita, kita harus menulisnya di atas pasir, agar ANGIN MAAF datang berhembus dan menghapus tulisan tersebut. Dan apabila antara sahabat terjadi sesuatu **KEBAJIKAN SEKECIL APAPUN** kita harus memahatnya **DI ATAS BATU HATI KITA**, agar tetap **TERKENANG** dan tidak hilang tertiuip waktu.*

ABSTRAK

Berkaitan dengan produk, pemahaman Manajer Operasi mengenai daur hidup produk (product life cycle) juga harus dapat dipahami agar memberikan strategi operasi yang efektif. Manajer Operasi harus mengidentifikasi posisi setiap produk dalam daur hidup produknya. Ada 4 tahap proses daur hidup produk yaitu: tahap pengenalan, pertumbuhan, kedewasaan, dan penurunan. Untuk itu harus dipahami betul bahwa suatu produk akan memerlukan waktu untuk dikenal masyarakat, tumbuh dan berkembang di pasar hingga produk menjadi bagian penting bagi kebutuhan konsumen. Selain itu juga perlu disadari bahwa produk tidak mungkin akan terus berada di puncak, namun suatu saat pasti akan mengalami penurunan. Maka perlu adanya suatu pergantian produk untuk mengurangi kejenuhan pelanggan, dalam hal ini dapat merancang desain dan pengembangan produk. Pengembangan dan desain (rancangan) produk-produk yang baik mutunya merupakan kunci kesuksesan di dunia bisnis.

Perumusan masalah pada penelitian ini adalah mengetahui tahapan penentuan desain dan tahapan pengembangan produk Body scrub pada PT. Vitalis Indonesia Semarang.

Lokasi atau obyek penelitian ini adalah PT. Vitalis Indonesia Semarang, yang terletak di Kawasan Industri Candi Jalan Candi II/D 15 Gatot Subroto, Krapyak, Semarang. Alasan dipilihnya obyek penelitian ini adalah karena perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang industri kosmetika yang mana perusahaan tersebut telah melakukan pengembangan desain produk dari segi isi dan juga kemasan yang telah diperbaharui guna mendapatkan produk baru yang berbeda serta menarik minat konsumen sehingga dapat berdampak positif menaikkan tingkat penjualan perusahaan.

Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer meliputi: (1) Tahapan penentuan desain produk, (2) Tahapan penentuan pengembangan produk, dan (3) Nilai produk yang diperoleh. Sedangkan data sekunder meliputi: (1) Data jumlah produksi dan (2) Data macam desain.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara dan studi dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu metode yang menggambarkan dan menguraikan keadaan-keadaan yang berhubungan dengan data-data yang digunakan untuk menarik kesimpulan dari beberapa peristiwa yang bersifat sulit diukur dengan angka.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: (1) Penentuan desain produk baru yang dilakukan oleh PT. Vitalis Indonesia Cabang Semarang pada prinsipnya menggunakan tahapan yang cukup panjang yang dimulai dengan penentuan strategi pemasaran dan strategi harga, survey konsumen oleh Departemen R&D, mencari supplier, pembahasan oleh jajaran manajer, blind test, penentuan harga produk dan alokasi rendana produksi, (2) Pengembangan produk dilakukan setelah melalui beberapa proses yaitu

dengan menetapkan target pasar, melakukan survey terhadap kebutuhan produk, melakukan blind test, pembahasan mengenai studi kelayakan bisnis, penentuan harga jual produk agar dapat melampaui titik impas.

Saran yang dapat dikemukakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

(1) Dalam upaya proses desain produk baru atau pengembangan produk, perusahaan perlu untuk mengadopsi hasil penelitian ilmiah atau praktik tradisional yang sudah diakui, (2) Pengoptimalan divisi R&D dalam perusahaan akan sangat diperlukan untuk mengantisipasi akan terjadinya penurunan dalam daur hidup produk, (3) Perlunya secara aktif melakukan survey konsumen untuk mendapatkan ceruk pasar baru sebagai jalan menuju desain produk baru maupun pengembangan produk, dan (4) Mengembangkan system SCM (Supply Chain Management) untuk mendapatkan dukungan penuh oleh supplier dalam mengembangkan atau melakukan inovasi produk.



KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan YME, serta karunia-Nya yang telah dilimpahkan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “DESAIN DAN PENGEMBANGAN PRODUK PADA PT. VITALIS INDONESIA SEMARANG”.

Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Dalam penulisan skripsi ini peneliti telah banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti juga ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bp. Dr. A. Sentot Suciarto, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bp. Thomas Indradjaja, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dan pengarahan kepada peneliti sehingga terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak dan Ibu Dosen beserta Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas katolik Soegijapranata Semarang.
4. Seluruh keluargaku yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis.

5. Bp. Andy Sulistawan selaku Branch Manager PT. Vitalis Indonesia Semarang yang telah bersedia perusahaannya dijadikan tempat untuk materi kepada penulis.
6. Seluruh sahabat dan teman-temanku, Charles, Ferry, Tia, Lia, Surya, Arief, Jepang, (Hong Xin Team: CLS, Aconk, Semok, Kopet), dan lain-lain yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Seperti kata peribahasa “Tiada Gading yang Tidak Retak”, begitu pula dengan skripsi ini, masih terdapat kekurangan disana-sini. Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak.



Semarang, September 2007

Penulis

DAFTAR ISI

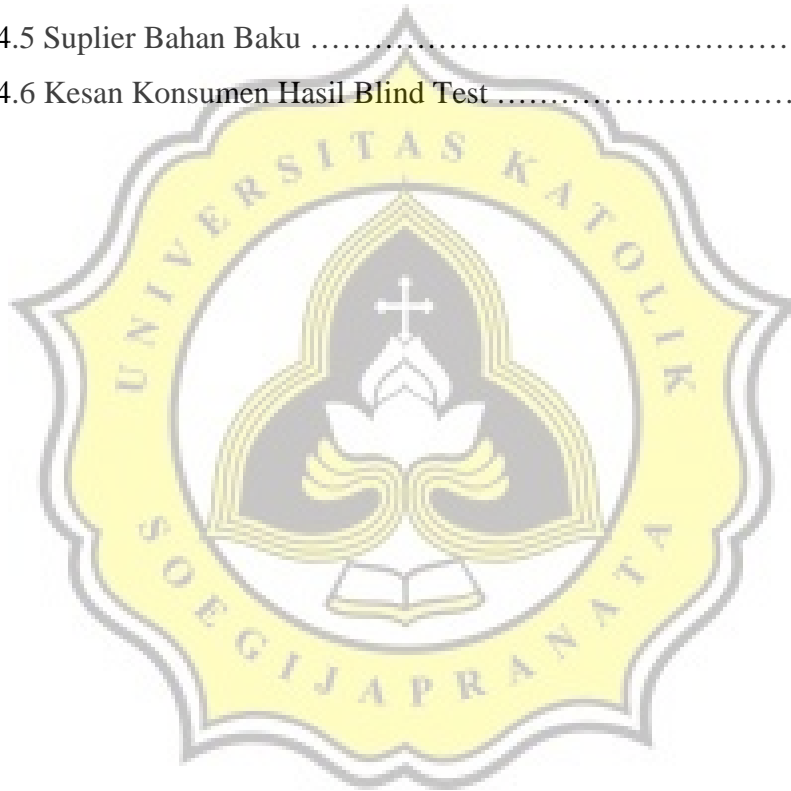
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI	8
2.1 Arti dan Identifikasi Desain dan Pengembangan Produk	8
2.1.1 Desain Produk	8
2.1.2 Pengembangan Produk	11
2.2 Nilai Suatu Produk (Product By-Value)	16
2.3 Kerangka Pikir	19
2.4 Definisi Operasional	21
BAB III METODE PENELITIAN	22
3.1 Lokasi Penelitian	22
3.2 Jenis Data	22

3.3 Metode Pengumpulan Data	23
3.4 Metode Analisis Data	23
BAB IV HASIL ANALISIS	26
4.1 Gambaran Umum PT. Vitalis Indonesia Semarang	26
4.1.1 Sejarah Berdirinya Perusahaan	26
4.1.2 Struktur Organisasi	26
4.1.3 Produksi	30
4.1.4 Proses Produksi	30
4.2 Hasil Analisis	31
4.2.1 Desain Produk	32
4.2.2 Pengembangan Produk	39
BAB V PENUTUP	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Omset Vitalis Body Scrub (average / bulan) – untuk Semarang	5
Tabel 4.1 Harga Produk Vitalis Body Scrub dan Kompetitor	32
Tabel 4.2 Hasil Survey R&D Tahun 2006	33
Tabel 4.3 Suplier Bahan Baku	35
Tabel 4.4 Kesan Konsumen Hasil Blind Test	37
Tabel 4.5 Suplier Bahan Baku	41
Tabel 4.6 Kesan Konsumen Hasil Blind Test	42



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Produk-Produk Dalam Beberapa Tahapan Siklus Hidup	9
Gambar 2 Strategi Dan Isu Selama Kehidupan Produk	10
Gambar 3 Tahapan Pengembangan Produk	12
Gambar 4 Kerangka Pikir Penelitian	20
Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Vitalis Indonesia Semarang	27

