

EM
658.575
MUL
P
1999

**PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP
VOLUME PENJUALAN PADA PERUSAHAAN TEGEL
"BETON SRIE" DI KLATEN
JAWA TENGAH**

S K R I P S I

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan
Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang**



Disusun Oleh :

TRI MULYANINGSIH

**NIM : 92.30.1364
NIRM : 92.6.111.02016.50165
Jurusan : Manajemen**

PERSEMBAHAN	
No. INV.	621 / 6 / 9
Th. P.	1999
PA.	101. 16/7/99

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
1999**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Saya menyatakan Skripsi yang ditulis oleh :

Nama : Tri Mulyaningsih

Nim : 92.30.1364

Nirm : 92.6.111.02016.50165

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Dengan judul "Pengaruh Pengembangan Produk Terhadap Volume Penjualan Pada Perusahaan Tegel "Beton Srie" di Klaten Jawa Tengah dapat diterima dan disetujui.

Semarang, Juni 1999

Disetujui

Dosen Pembimbing Utama



(Drs. Daryono Rahardjo, MM)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI : PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK
 TERHADAP VOLUME PENJUALAN PADA
 PERUSAHAAN TEGEL "BETON SRIE" DI
 KLATEN JAWA TENGAH.

Telah diuji oleh Dewan Penguji pada :

Hari : Jumat

Tanggal : Juni 1999



Koordinator Penguji Dekan Fakultas Ekonomi

(Dra. Lucia Hari Patworo, Msi)

(Komala Inggarwati, SE, MM)

M O T T O

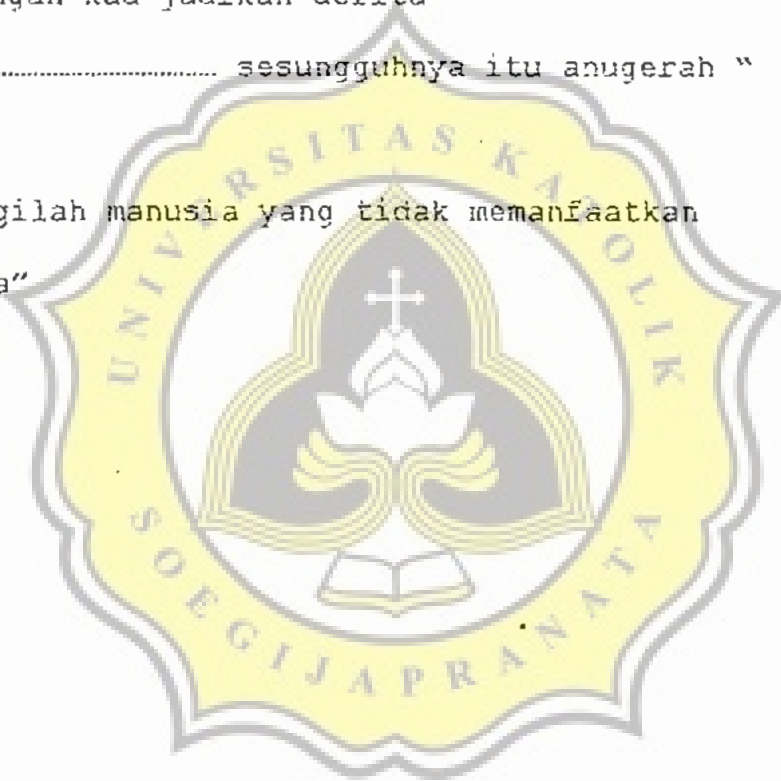
“ Hidup Ternyata Tidak Mudah

Pasti akan ada berbagai cobaan dan rintangan

Tapi jangan kau jadikan derita

Karena..... sesungguhnya itu anugerah ”

“ Amat rugilah manusia yang tidak memanfaatkan
waktunya”



Kupersembahkan kepada :

Ibu, Kakak/adik, Sahabat-
sahabatku dan Almamaterku
tercinta.

ABSTRAK

Dengan adanya kondisi sekarang ini dimana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, maka untuk menghadapi situasi dan keadaan yang demikian pengusaha harus mampu mengambil keputusan dengan cepat dan tepat agar perusahaan yang didirikan dapat berkembang dengan baik.

Tingkat persaingan juga tercermin pada perusahaan tegel. Yaitu masuknya perusahaan-perusahaan tegel di pasaran. Pengusaha yang telah lama menjalankan usahanya harus selalu waspada menghadapi persaingan ini, selain itu juga harus peka terhadap perkembangan teknologi dan selera konsumen, karena semakin banyak merek dan jenis tegel yang beredar di pasaran, maka konsumen lebih leluasa dalam memilih jenis produk tegel yang diproduksi bahkan semakin tenggelam oleh bisnis keramik dan tentunya konsumen akan memilih dengan teliti produk yang akan digunakan tersebut. Konsumen dalam membelanjakan uang biasanya akan membeli produk yang dirasa akan dapat menimbulkan kepuasan yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan selera mereka.

Masalah pengembangan produk merupakan masalah yang semakin serius dihadapi oleh perusahaan. Dengan melakukan pengembangan produk dimungkinkan perusahaan tidak hanya sekedar mengantisipasi perubahan perilaku konsumen, tapi juga mampu memimpin dan mengarahkan konsumen pada produk-produk yang berhasil diciptakannya berkat kejelian dan kemampuan memanfaatkan peluang-peluang yang baru yang tercipta oleh perkembangan teknologi yang sangat pesat sekarang ini dan di masa datang. Dengan demikian mereka akan mampu memimpin perusahaannya agar tetap dapat menjawab tantangan dan tuntutan jaman, sehingga mampu berkembang. Oleh karena itu, peranan pengembangan produk sangat penting bagi perusahaan untuk mempertahankan posisi persaingan, memenuhi selera konsumen dan meningkatkan volume penjualan.

Untuk meningkatkan penjualan, perusahaan perlu mengadakan pengembangan produk, sebab dalam melakukan pengembangan produk dimungkinkan perusahaan dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen dan mampu mengarahkan konsumen pada produk yang diciptakannya, agar perusahaan dapat menarik minat dan memenuhi selera konsumen sehingga dapat meningkatkan penjualannya.

Dengan selalu mengikuti perubahan-perubahan yang terjadi, perusahaan dapat mengetahui adanya kesempatan-kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan konsumen, sehingga bisa dikembangkannya produk sesuai dengan selera mereka.

Di Klaten terdapat beberapa perusahaan tegel yang mampu memproduksi berbagai macam tegel, hal ini mendorong perusahaan "Beton Srie" untuk meningkatkan penjualan. Adapun upaya untuk meningkatkan penjualan adalah dengan cara pengembangan produk, agar perusahaan dapat merebut pasar dari pesaingnya serta menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Dengan memperhatikan hal tersebut, maka dimungkinkan perusahaan akan dapat meningkatkan penjualan.

Dengan melihat uraian tersebut di atas dapatlah penyusun simpulkan, bahwa pengembangan produk adalah salah satu kegiatan dalam bidang marketing yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan dengan cara atau jalan merubah bentuk, ukuran dan kualitas produk yang dihasilkan sehingga dapat mempengaruhi konsumen.

Dengan adanya pengembangan produk tersebut, maka diharapkan adanya perubahan penjualan yang akan dapat dinaikkan dan dari perusahaan yang sudah berjalan dengan baik, kiranya mengharap agar penjualan yang telah dapat dicapai dapat dipertahankan. Suatu pengembangan produk yang berhasil akan mampu menarik selera pembeli, sehingga dengan adanya pengembangan produk tersebut konsumen akan lebih tertarik pada produk perusahaan dan kalau cocok dengan selernya, maka konsumen tersebut akan selalu membeli produk perusahaan. Sehingga dengan demikian, maka penjualan akan meningkat dan keuntungan yang diperoleh akan meningkat pula.

Peningkatan penjualan disetiap perusahaan dari waktu ke waktu umumnya tidak stabil, tetapi selalu naik turun yang semula naik mungkin pada suatu saat ada kecenderungan untuk turun, hal ini disebabkan konsumen mulai merasa jenuh dengan produk tersebut.

Penurunan penjualan yang terjadi secara terus menerus harus segera mendapatkan perhatian, sebab tingkat penjualan bagi perusahaan yang tidak stabil dapat menggambarkan sulitnya produk perusahaan untuk bisa bersaing di pasaran. Oleh karena itu, untuk mencegah dan mengatasi terjadinya penjualan yang menurun, adalah dengan merubah bentuk, variasi ukuran yang ada, dalam kata lain meningkatkan kualitas barang yang sesuai dengan selera konsumen. Dalam hal ini

pengembangan produk adalah merupakan peran utama untuk bersaing dalam pasar.

Berdasarkan analisa regresi berganda didapat persamaan garis regresi $y = 12.089,8 + 387,755 X_1 + 408,163 X_2$ Artinya : Jika perusahaan menambahkan jumlah jenis dan ukuran produk serta meningkatkan daya tahan produk sebesar 1 (satu) unit, maka besarnya peningkatan volume penjualan adalah sebesar 387,755 dan 408,163 unit. Dan jika tidak melakukan penambahan jenis dan ukuran produk serta meningkatkan daya tahan produk, maka penjualan sebesar 12.089,8 unit.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih yang dilimpahkanNya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Hubungan Antara Pengembangan Produk dengan Volume Penjualan Pada Perusahaan Tegel "Beton Srie" di Klaten Jawa Tengah".

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada berbagai pihak yang telah berkenan memberikan bantuan dan bimbingan terutama kepada yang terhormat :

1. Ibu Komala Inggarwati, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
2. Bapak Drs. Daryono Rahardjo, MM, selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan dorongan yang berguna dalam penulisan skripsi ini.

3. Bapak Karno Budi Prasetyo, SE, MM, Selaku Dosen Pembimbing II yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan, petunjuk dan dorongan yang berguna dalam penulisan skripsi ini.
4. Pimpinan perusahaan tegel "Beton Srie" Klaten beserta stafnya, yang telah memberikan data-data dan informasi yang dibutuhkan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu dan keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, semangat, perhatian, cinta kasih maupun segala keperluan kepada penulis dalam pelaksanaan studio hingga penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan sejala kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini sangat berguna bagi pihak yang membutuhkan.

Semarang, Juni 1999

Tri Mulyaningsih

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Pengesahan Skripsi	iii
Halaman Motto	iv
Abstrak	v
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Pembatasan Masalah	4
1.4. Tujuan Penelitian	4
1.5. Manfaat Penelitian	4
1.6. Sistematika Penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Landasan Teori	8

2.1.1. Pengertian Pengembangan Produk	8
2.1.2. Pengertian Volume Penjualan.....	18
2.1.3. Hubungan pengembangan produk dengan volume penjualan	22
2.2. Kerangka Pikir	26
2.3. Definisi Operasional	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Lokasi Penelitian	29
3.2. Data yang Digunakan	29
3.3. Teknik Pengumpulan Data	30
3.4. Metode Analisis	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1. Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan Tegel "Beton Srie" Klaten	32
4.1.2. Proses produksi	34
4.1.3. Pemasaran	38
4.2. Analisis Pengembangan Produk	42
4.3. Analisis Peningkatan Penjualan.....	46

4.4. Analisis Data	49
--------------------------	----

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan	53
5.2. Saran-saran	54

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR TABEL

nbar nbar	Tabel 1 : Jumlah Jenis Produk tegel yang dihasilkan oleh perusahaan "Beton Srie" Klaten tahun 1988-1997	44
	Tabel 2 : Jumlah Ukuran Produk tegel yang dihasilkan oleh perusahaan "Beton Srie" Klaten tahun 1988-1997	45
	Tabel 3 : Jumlah dan peningkatan penjualan yang terjadi pada perusahaan tegel "Beton Srie" Klaten Tahun 1988-1997	48
	Tabel 4 : Prosedur perhitungan korelasi tentang pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan pada perusahaan tegel "Beton Srie", Klaten	49