

PENGEMBANGAN PRODUK BARU

(Study Kasus di PT. SRI REJEKI ISMAN TEX SUKOHARJO)

SKRIPSI

Disusun Dan Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Ekonomi
Universitas Katolik Soegijopranoto Semarang



Oleh :

RATNA EMILIA SUKMASARI

NIM: 02.03.0155

**FAKULTAS ILMU EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2009**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Produk Baru di PT. Sri Rejeki
Isman Tex Sukoharjo

Disusun Oleh :

Nama : Ratna Emilia Sukmasari

NIM : 02.30.0155

Program Studi : Manajemen / Fakultas Ekonomi Universitas
Katolik Soegojapranata

Telah disetujui dan diterima oleh pembimbing, pada :

Semarang, 8 September 2009

Pembimbing,

Meniek Sringing Prapti, SE., Msi

PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengembangan Produk Baru di PT. Sri Rejeki Isman
Tex Sukoharjo

Disusun Oleh :

Nama : Ratna Emilia Sukmasari

NIM : 02.30.0155

Program Studi : Manajemen / Fakultas Ekonomi Univesitas Katolik
Soegijapranata

Telah dipertahankan di hadapan Tim Penguji pada:

Hari Jumat, 02 Oktober 2009

Tim Penguji

Koordinator

Anggota

Anggota

(Eva Maria Soekesi, SE., MM) (Bayu Prestianto, SE., MM) (Meniek Srining Prapti, SE., Msi)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata

(Dr. Andrea Lako, SE., Msi)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya, yang bertandatangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

Pengembangan Produk Baru di PT. Sri Rejeki

Isman Tex Sukoharjo

benar-benar merupakan karya saya. Saya tidak mengambil sebagian atau seluruh karya orang lain yang seolah-olah saya akui sebagai karya saya. Apabila saya melakukan hal tersebut, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata.

Semarang, 8 September 2009

Yang menyatakan,

Ratna Emilia Sukmasari

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. My Saviour, Jesus almighty yang selalu berjalan disampingku dan memegang tanganku menghadapi segala hal, menyertaikudimanapun aku berada, menentramkan hatiku di saat aku sedih, gelisah maupun bahagia, juga Bunda Maria yang selalu membimbingku dan menyemangatiku di dalam kesulitanku. I'm nothing without you.
2. My little family, My husband Alexander Yoyok Gunawan and my sweet girl Stefani Aurallia Tiara Maheswari Gunawan, thank you for attention, spirit, lovely and your pray. I hope this can make pap proud dan untuk anakku tersayang Aurallia terima kasih baby selama mama tinggal ke kampus tidak pernah nakal dan rewel. I love you honey.
3. My beloved Parents, Ibu Theresia Sunarmi, dan alm. Antonius Suwardji, mama Atien Suyatie dan papa Trilegowo, papi F.A. Darmanto dan mami F.M. Trijogawati. Terima kasih banyak atas segala dukungannya baik secara moril maupun materiil, maaf sudah terlambat dalam pengerjaan skripsi tetapi dengan ini saya buktikan saya bisa.
4. Dewi Nur Handayani, my super sister. Thank for being such a great partner. Terima kasih sudah membantu menjaga buah hatiku Aura selama pengerjaan skripsi, God Bless You.
5. My big family, om Nengah Suwidyo terima kasih atas bantuan data-datanya, Putu Agustine J.K. Wardani terima kasih sudah mau mengantar kemana-

mana, dan keluargaku Kadek, Harel, om Gatot dan bulek Susi, thank a lot for everything.

6. Om Julius Joni, tante Jeni, Neira dan Vier yang ada di Batam, terima kasih sudah mau membantu dalam menyelesaikan kesulitan kami.
7. Ibu Menik atas waktunya juga kesabarannya dalam membimbing saya, terima kasih ya bu, akhirnya saya lulus juga.
8. Keluarga bapak Sugiharto dan mbak Yanti, thank a lot for everything, I can't do this without you.
9. Teman-temanku yang telah melangkah lebih dulu, Erlany, Ajeng, Nopek, Yuning, seneng banget bisa punya teman kayak kalian, buat Susie pokoknya, ayo kamu pasti bisa.....tetap semangat...

HALAMAN MOTTO

1. **Korintus 15 : 58** Karena itu, saudara-saudaraku yang terkasih, berdirilah teguh, jangan goyah, dan giatlah selalu dalam pekerjaan Tuhan! Sebab kamu tahu, bahwa dalam Tuhan jerih payahmu tidak sia-sia.
2. **Tesalonika 3 : 10** Sebab itu, waktu Kami berada diantara kamu, Kami memberi peringatan ini kepada kamu : jika seorang tidak mau bekerja, janganlah ia makan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, penulis ucapkan atas anugerah-Nya sehingga skripsi dengan judul “Pengembangan Produk Baru di PT. Sri Rejeki Isman Tex Sukoharjo” telah dapat penulis selesaikan. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Unika Soegijapranoto Semarang. Topik ini dipilih karena diperlukan tolok ukur yang akurat untuk mengetahui pengembangan produk baru di PT. Sri Rejeki Isman Tex Sukoharjo. Skripsi ini berhasil menemukan bukti empiris bahwa pengembangan produk baru di PT. Sri Rejeki Isman Tex Sukoharjo dengan beberapa tahap yaitu pencarian ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi.

Selesainya skripsi ini peneliti akui tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Bapa, Tuhan Yesus dan Roh Kudus yang memampukan aku untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Dekan Fakultas Ekonomi, Bapak Dr. Andreas Lako, SE., Msi. atas ijinnya kepada penulis untuk menggunakan fasilitas yang ada di Fakultas Ekonomi.
3. Ibu Ratna Wulandari, SE., Msi. selaku Ketua Jurusan Manajemen.
4. Ibu Meniek Srining Prapti, SE., Msi. selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktu untuk berdiskusi dan membimbing penulis.

5. Ibu A. Eva Maria Soekesi, SE., MM dan Bapak Bayu Prestianto, SE., MM yang selaku dosen penguji.
6. Seluruh dosen dan staf pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
7. Orangtuaku, suami dan anakku juga serta seluruh keluarga yang selalu memberikan dukungan dan doa.
8. Teman-teman yang telah menyemangati dan membantuku.
9. Dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, khususnya mahasiswa Universitas Katolik Soegijaprana Semarang dan dengan segala kekurangannya mampu memberikan arti yang besar untuk diterapkan dalam praktek maupun penelitian selanjutnya.

Semarang,

Penulis

Ratna Emilia Sukmasari

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vii
Kata Pengantar	viii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Gambar	xiii
Abstrak	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	7
D. Pembatasan Penelitian	7
F. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. Landasan Teori.....	8
1. Pengembangan Produk Baru.....	8
2. Prosedur Pengembangan Produk	16
B Kerangka Berpikir	32
C Definisi Operasional	33
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Obyek dan Lokasi Penelitian	35
B. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	35
C. Alat Analisis.....	37

BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
	A. Gambaran Umum Wilayah Penelitian	39
	B. Pengembangan Produk Baru PT. Sritex.....	41
	C. Langkah-langkah Pengembangan Produk Baru Kemeja PT. Sri Rejeki Isman.....	42
	D. Implikasi Manajerial	71
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	73
	A. Kesimpulan	73
	B. Saran-Saran	75
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Perbandingan Pangsa Pasar Produksi Pakaian Jadi Perbulan	3
Tabel 2	Frekuensi Pengembangan Produk Baru	5
Tabel 1	Penjualan Kemeja Pria bulan Januari 2009	45
Tabel 2	Ide Pengembangan Produk Kemeja bulan Januari 2009, dari bagian RD	46
Tabel 3	Ide Pengembangan Produk Kemeja bulan Januari 2009, dari bagian RD	47
Tabel 4	Perbedaan Jenis Corak Kemeja Thionghoa dengan Jawa.....	61
Tabel 5	Rekapitulasi Langkah Pengembangan Produk Kemeja PT. Sri Rejeki Isman Sukoharjo	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	Langkah Pengembangan Produk	21
Gambar 3	Profit Dalam Siklus Hidup Produk	31
Gambar 4	Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 5	Struktur Organisasi Devisi Garmen PT. Sri Rejeki Isman Sukoharjo.	40

ABSTRAK

Pengembangan produk baru PT. Sritex Sukoharjo dilakukan atas pertimbangan permintaan pasar, dan penyesuaian dengan pasar baru. Inovasi desain produk dikerjakan oleh bagian perancangan produksi, yang meliputi pengembangan model, corak, kemasan produk, dan harga produk. Pengembangan produk khususnya kemeja, dilakukan dengan berbagai alternatif antara lain: membuat model dan corak yang benar-benar baru, deversifikasi produk, modifikasi produk yang telah ada, dan meniru produk yang ada di pasar.

Pengembangan produk baru di PT. Sritex dilakukan dengan tahapan sebagai berikut: (1) Pencarian ide merupakan tindakan PT. Sritex yang dilakukan oleh bagian Marketing melalui informasi yang diperoleh dari manager *fashion village*, dan General Manager *marketing support*, informasi diperoleh dari pasar langsung maupun dari internet, (2) Penyaringan ide, penyaringan terhadap ide-ide didasarkan pada produk permintaan pasar, dan produk apa yang sudah ditinggalkan oleh pasar, atas dasar hasil *survey* yang dilakukan oleh bagian RD. Hasil dari penyaringan ide adalah berupa kepastian jenis produk yang banyak diinginkan pasar. (3) Pengembangan dan pengujian konsep dilakukan oleh bagian RD dikembangkan dan diwujudkan dalam desain sampel kemeja. (4) Pengembangan Strategi Pemasaran (*Marketing Strategi Development*). dilakukan oleh bagian *Merchandiser* dengan cara memetakan pasar sasaran dan distribusi produk. (5) Analisis bisnis merupakan kegiatan melakukan oleh bagian Garmen berupa analisis tingkat penjualan, analisis biaya, dan analisis keuntungan untuk memprediksi biaya dan tingkat keuntungan. (6) Pengembangan produk baru, adalah dengan meluncurkan produk baru secara besar-besaran ke pasar sasaran, dan dilakukan secara cepat sebelum muncul pesaing lain dengan melakukan strategi *first entry*, dengan strategi ini PT. Sritex berharap dapat memimpin pasar (7) Pengujian pasar merupakan langkah yang dilakukan oleh bagian marketing untuk melakukan analisis pasar guna memberikan rekomendasi menambah, mengurangi, atau menghentikan produk baru. (8) produksi, merupakan langkah setelah pengujian pasar yang berupa kegiatan produksi secara besar-besaran, (9) Komersialisasi merupakan kegiatan bagian garmen untuk melakukan koordinasi produk, dan strategi pemasaran dengan bagian marketing guna menentukan peluncuran produk unggulan, target market, dan jumlah produk yang akan dibuat.

Kata Kunci: pengembangan produk, model, corak, kemasan, harga produk