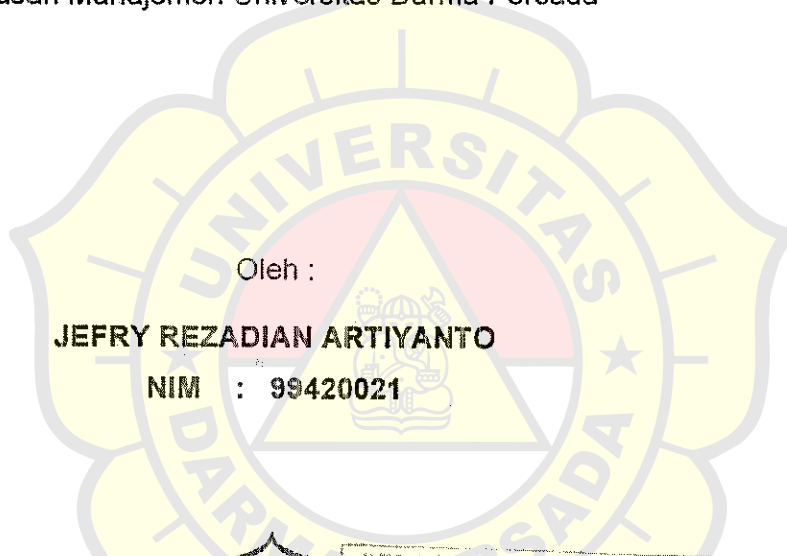


**PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK
TERHADAP PENINGKATAN HASIL PENJUALAN DI
PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk.**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik Dan Melengkapi
Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen Universitas Darma Persada



Oleh :

JEFRY REZADIAN ARTIYANTO

NIM : 99420021



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DARMA PERSADA	
Indeks	: 007/SKR-FEM/04-05
No.	: 65B-5-ART-P
Objek	: MATH. PRODUK
Asal	: JEFRY R. A.
Dan lain lain	: SKR-FEM 29-05-04

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2004**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Jefry Rezadian Artyanto
NIM : 99420021
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK
TERHADAP PENINGKATAN HASIL PENJUALAN
DI PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD
COMPANY Tbk.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan penguji skripsi pada tanggal Agustus 2004.

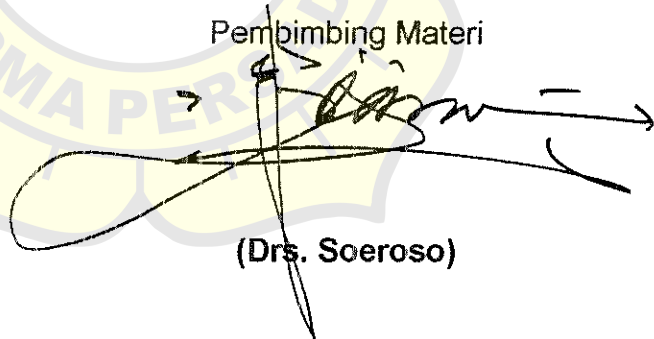
Jakarta, Agustus 2004

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen



(Sukardi Hardjo Sentono, SE)

Menyetujui,
Pembimbing Materi



(Drs. Soeroso)

Pembimbing Teknis



(Dini Rahayu, SE)

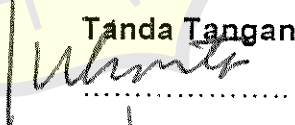

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Jefry Rezadian Artyanto
NIM : 99420021
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK
TERHADAP PENINGKATAN HASIL PENJUALAN
DI PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD
COMPANY Tbk.

Telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dan diujikan dihadapan penguji skripsi pada tanggal

Jakarta, Agustus 2004

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. DR. Suharto Rahman	Ketua	
2. Drs. Soeraso, MM	Anggota	
3. Drs. Fauzi Raisjir, MM	Anggota	

LEMBANG PENGESAHAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Jefry Rezadian Artyanto
NIM : 99420021
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan bahwa karya tulis dengan judul "Pengaruh Biaya Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Di PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk.", dibawah bimbingan Drs. Soeroso, adalah benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan plagiat atau mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari diketemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia mempertanggung jawabkan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Agustus 2004




(Jefry Rezadian A)

ABSTRAKSI

- (A) **JEFRY REZADIAN ARTYANTO (99420021)**
- (B) **Pengaruh Biaya Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan Di PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRADE COMPANY Tbk.**
- (C) **xii+ 71 Halaman, 4 Tabel, 2 Gambar, Lampiran, 2004**
- (D) **Kata Kunci:** Produk, Biaya Pengembangan Produk, Peningkatan Hasil Penjualan.
- (E) **Alasan dan tujuan penelitian:** Kegiatan pengembangan produk penting bagi perusahaan untuk dapat meningkatkan hasil penjualan dan mempertahankan kelangsungan hidupnya. Juga, memerlukan biaya yang tidak sedikit dalam usahanya melakukan pengembangan produk. Oleh karena itu, perlu dikaji bahwa biaya – biaya pengembangan produk yang dikeluarkan perusahaan dapat meningkatkan penjualan.
- (F) **Metode Penelitian :** penulis menggunakan metode riset kepustakaan untuk memperoleh landasan teori data-data laporan keuangan perusahaan yang diperoleh dari Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) Bursa Efek Jakarta.
- (G) **Analisis Pembahasan :** kegiatan pengembangan produk yang dilaksanakan perusahaan adalah pengembangan produk baru, memodifikasi produk yang ada melalui penyempurnaan komposisi rasa maupun kemasannya. Berdasarkan analisa korelasi antara biaya pengembangan produk dengan hasil penjualan maka diperoleh $r=0,7057$, berarti bahwa biaya pengembangan produk yang dikeluarkan perusahaan mempengaruhi hasil penjualan.
- (H) **Kesimpulan dan saran :** perusahaan diharapkan lebih jeli dan tanggap dalam memenuhi selera konsumen yang berubah-ubah dimana hal tersebut dapat meningkatkan hasil penjualan.
- (F) **Daftar Acuan:** 10 (1995 – 2001)

(G) **Penulis,**

Jefry Reza

(H) **Pembimbing Materi,**


Drs. Soeroso

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT atas segala Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi (FE) Universitas Darma Persada, Jakarta.

Dalam penyelesaian skripsi ini, penulis memperoleh bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Dengan ini penulis menyampaikan rasa penghargaan dan mengucapkan banyak terima kasih yang tak terhingga, kepada :

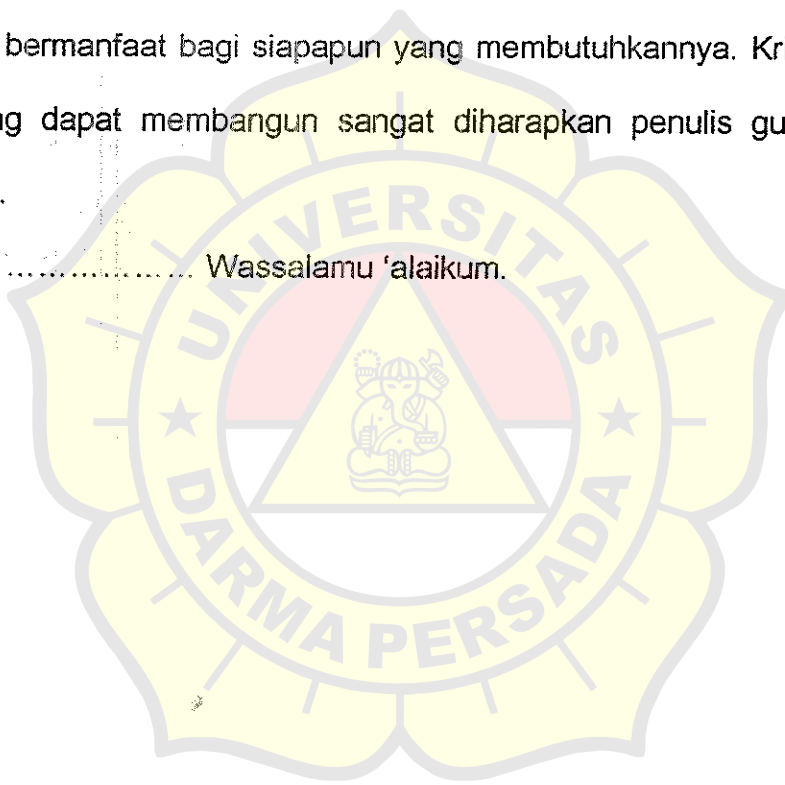
1. Bapak Drs. Shanti Danu Boestaman selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada.
2. Bapak Drs. Soeroso selaku dosen pembimbing materi dengan segala kebaikan dan kesabarannya dalam membimbing serta mengarahkan skripsi ini hingga dapat terselesaikan.
3. Bapak Sukardi Hardjo Sentono, SE selaku Ketua Jurusan Manajemen FE Universitas Darma Persada.
4. Mbak Dini Rahayu, SE selaku dosen pembimbing teknis yang selalu tersenyum dan dengan kesabarannya sehingga skripsi ini dapat selesai.

5. Kepada para dosen FE selaku pengajar yang telah memberikan ilmunya yang bermanfaat dan staf FE lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.
6. Ibu dan Ayah serta Mas SaM dan Dik Kiki yang kusayangi dan selalu kuCinta yang telah memberikan Do'a dan dorongan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Cinta.
7. Pihak Pusat Referensi Pasar Modal (PRPM) di BEJ yang telah memberikan data-data yang diperlukan oleh penulis.
8. Sahabat-sahabat seperjuangan Angk. 99 : Aji Jagal, Iwan RT, Danu Bewok, Bowo Item, Doni GRagot, Adi Pitax, Arif Togarita, Yuni Emak, Pay, Gilang, Amel, Rilla, Dilla, Jenni, Siti, Haris Barbar, Adi Pongoh, Bayu, Adi Panjang, AA Merdi, Abi Lemot, Kiki, Rispa, Dewi Tete, Tati, Teguh, Rubi, Wisnu Konslet, Andri, Agustin (Kasih Tak Sampai), Eka Agustiani, Ali, Aditya, Rendra Kondom, Made, Rian Pulung, Reza, Jenong, Dani. (Terima kasih atas persahabatan yang indah dan penuh kenangan ini.....Tak Akan Kulupakan S'lamanya !!)
9. Kakak-kakak seniorku : Kak Firsan, Arif Bangor, Pacul, Bang Enda, Jakon, Indra, Mancho, Amar, Felix, Mila, Ewin Gembel, Tweety.
10. Adik-adik juniorku : Heru Jamlipun, Endol, Rini, Mae, Arab, Ali, Ewin, Awi, Chiko, Rahman, Fatur, Cabul, Dana, Dini, Viona, Firman, Ayu, Wilman, Bedul.

11. Serta semua pihak yang telah membantu baik moril maupun materil.
Semoga ALLAH SWT memberikan balasan yang berlipat ganda kepada semua orang yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, namun penulis berharap agar skripsi ini dengan segala keterbatasannya dapat berguna dan bermanfaat bagi siapapun yang membutuhkannya. Kritik maupun saran yang dapat membangun sangat diharapkan penulis guna perbaikan skripsi ini.

Akhir kata Wassalamu 'alaikum.



Jakarta, Agustus 2004

Penulis,

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
D. Metodologi Penelitian	5
E. Hipotesis	7
F. Sistematika Pembahasan	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	10

	B. Pengertian Bauran Pemasaran	11
	C. Konsep Pemasaran	13
	D. Pengertian Produk dan Segmentasi pasar	18
	E. Pengertian Pengembangan Produk dan Tantangan Pengembangan Produk	24
	F. Tahapan Pengembangan Produk	28
	G. Daur Hidup Produk	31
BAB III	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
	A. Sejarah Perusahaan	34
	B. Struktur Organisasi Perusahaan	37
	C. Bidang Usaha Perusahaan	44
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Pengembangan Produk yang dilakukan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trad Company Tbk	53
	B. Faktor–Faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk	58
	C. Permasalahan yang Dihadapi dan Cara Pemecahannya.....	60
	D. Analisis Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Hasil Penjualan	63

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	69
B. Saran	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel III.1	Tabel Produk PT. Ultrajaya Milk Industry & Trad Company Tbk 50
Tabel IV.1	Biaya Pengembangan Produk PT.Ultrajaya Milk Industry & Trad Company Tbk. (1998 – 2002) 63
Tabel IV.2	Hasil Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trad Company Tbk. (1998 – 2002) 64
Tabel IV.3	Koefisien Korelasi Antara Biaya Pengembangan Produk Dengan Hasil Penjualan PT. Ultrajaya Milk Industry & Trad Company Tbk. (1998–2002) 66

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar II.1 Daur Hidup Produk	33
Gambar III.1 Struktur Organisasi PT. Ultrajaya Tbk	52



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memenuhi kebutuhan konsumen dan proses membeli produk merupakan tantangan bagi perusahaan dan landasan bagi keberhasilan pemasaran. Dengan memahami bagaimana pembeli-pembeli menempuh proses mulai dari pengenalan masalah, pencarian informasi, menilai alternatif, memutuskan pembelian dan tingkah laku pasca pembelian, hal ini akan memungkinkan perusahaan untuk memperoleh beberapa petunjuk penting, yakni bagaimana memenuhi kebutuhan konsumen. Salah satu dari banyak tantangan besar dalam perencanaan pemasaran adalah bagaimana mengembangkan gagasan-gagasan tentang produk dan memasarkannya dengan berhasil.

Dengan meningkatnya persaingan pasar dan kebutuhan konsumen akan suatu produk - produk yang lebih inovatif serta kreatif, maka perusahaan dituntut untuk dapat menangkap kemauan pasar dan selanjutnya mengembangkannya menjadi suatu produk yang dapat memenuhi kepuasan konsumen yang selalu berubah - ubah. Namun dalam dunia usaha yang penuh dengan persaingan ketat ini, perusahaan yang tidak mempersiapkan produk-produknya secara matang akan menghadapi resiko yang berat. Perusahaan semacam ini akan

mendapatkan produk-produknya menjadi korban kebutuhan dan selera konsumen yang berubah, teknologi baru, daur hidup produk yang makin pendek serta persaingan yang meningkat.

Didalam suatu perusahaan, memperoleh keuntungan merupakan salah satu faktor penting untuk menunjang kelangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu tidak mengherankan apabila tujuan perusahaan pada umumnya selain untuk menjaga kelangsungan hidup, juga untuk mendapatkan laba maksimum. Salah satu upaya memperoleh keuntungan yang maksimal adalah dengan cara meningkatkan hasil penjualan. Hasil penjualan diharapkan naik, apabila produk yang dijual sesuai dengan selera konsumen. Itulah sebabnya perusahaan yang ingin maju tidak mungkin memproduksi suatu produk sesuai dengan selera sendiri, tetapi harus memperhatikan selera konsumen yang bermacam-macam.

Salah satu cara yang dapat dilakukan perusahaan untuk menarik dan memenuhi keinginan konsumen adalah dengan cara mengadakan pengembangan terhadap produknya. Pengembangan produk menjadi salah satu alternatif meremajakan fase jenuh atau jatuh (*decline*) dalam daur hidup produk serta salah satu cara untuk meningkatkan atau memperoleh laba untuk menambah modal dalam mendukung kegiatan operasional perusahaan, sehingga kelangsungan hidup perusahaan dapat berlangsung dan dipertahankan. Dalam pengembangan produk

juga dibutuhkan kemampuan membaca situasi pasar yang baik guna mengetahui keinginan para konsumen.

Dengan adanya hal tersebut, maka perusahaan perlu mengembangkan produknya dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan demi kelangsungan hidup perusahaan itu sendiri. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk memilih judul "PENGARUH BIAYA PENGEMBANGAN PRODUK TERHADAP PENINGKATAN HASIL PENJUALAN DI PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk".

B. Perumusan Masalah

Salah satu tujuan perusahaan adalah mencapai keuntungan yang maksimal yang dihasilkan dari penjualan produk perusahaan dan dalam hal mencapai keuntungan tidak terlepas dari meningkatnya hasil penjualan. Semakin tinggi hasil penjualan maka akan semakin tinggi pula keuntungan yang dihasilkan, setelah dikurangi dengan biaya produksi. Oleh karena itu penulis merumuskan masalah yang menyangkut dengan :
Sejauhmana pengaruh biaya pengembangan produk terhadap peningkatan hasil penjualan di PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk.

C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Dengan mengacu pada pokok permasalahan yang telah dikemukakan, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya pengembangan produk terhadap peningkatan hasil penjualan di PT. Ultrajaya Milk Industry & Trad Company Tbk.

2. Manfaat penelitian

a. Bagi Perusahaan

Sebagai masukan (*input*) bagi perkembangan perusahaan serta mengharapkan kepada perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya dalam menghasilkan suatu produk yang dapat bersaing dalam dunia pemasaran.

b. Bagi Penulis

Meningkatkan pengetahuan, wawasan, dan pengalaman yang berguna dimasa yang akan datang, khususnya dalam hal pengembangan produk. Disamping itu, penelitian ini juga meningkatkan kemampuan penulis dalam menganalisis permasalahan yang terjadi.

D. Metodologi Penelitian

1. Dalam penyusunan Skripsi ini, metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah riset kepustakaan (*Library Research*). Penulis melakukan penelitian dengan cara mendapatkan dan mengumpulkan data yang diperlukan secara teoritis. Hal ini dilakukan dengan mempelajari buku-buku bacaan yang berkaitan dengan penulisan skripsi ini. Bahan-bahan untuk penulisan skripsi ini didapat dari sumber-sumber kepustakaan, artikel, materi kuliah, diktat-diktat yang ada hubungannya dengan penulisan.

2. Metode Analisis data

a. Analisis Korelasi

Analisis korelasi bertujuan untuk membuktikan kuat atau tidaknya hubungan antara dua variabel yaitu variabel bebas (variabel X) dengan variabel tidak bebas (variabel Y). Untuk menghitung koefisien korelasi (r) digunakan rumus:

$$r = \frac{n \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{\sqrt{n \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Dimana :

r = koefisien korelasi

X = biaya pengembangan produk

Y = hasil penjualan

n = banyaknya tahun

Batas-batas koefisien korelasi adalah $-1 < r < 1$

Artinya :

Jika $r = 1$, hubungan X dan Y sempurna dan positif

(mendekati 1 hubungan sangat kuat dan positif)

Jika $r = -1$, hubungan X dan Y sempurna dan negatif

(mendekati -1 hubungan sangat kuat dan negatif)

Jika $r = 0$, hubungan X dan Y tidak ada atau hubungan sangat lemah

b. Koefisien Penentu

Untuk mengetahui berapa besarnya kontribusi dari variabel X terhadap naik dan turunnya variabel Y . Untuk mengetahuinya

digunakan rumus : $KP = (r)^2$

Dimana :

KP = koefisien penentu

r = nilai koefisien korelasi

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara yang perlu diuji kebenarannya dan mengarah pada tujuan penelitian. Untuk pengujiannya digunakan rumus :

$$t_0 = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r}}$$

Hipotesis yang digunakan adalah $H_0 = H_a$

H_0 = Hipotesis nihil (hipotesis nol)

H_a = Hipotesis alternatif uji t

- Jika $t_0 <$ nilai t pada tabel maka terima H_0 , tolak H_a
- Jika $t_0 >$ nilai t pada tabel maka tolak H_0 , terima H_a
- Jika $H_a = 0$, tidak ada hubungan antara X dan Y
- Jika $H_a > 0$, hubungan X dan Y positif
- Jika $H_a < 0$, hubungan X dan Y negatif

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan agar para pembaca lebih mudah memahami secara keseluruhan mengenai isi dan berbagai permasalahan yang akan dibahas. Penyajiannya dibagi dalam beberapa bab dimana diantara bab yang satu dengan bab yang lain saling

berkaitan sesuai dengan pokok permasalahan skripsi ini. Adapun sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metodologi penelitian, hipotesis dan sistematika penulisan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini penulis menyajikan pengertian pemasaran, pengertian bauran pemasaran, konsep pemasaran, pengertian produk dan segmentasi pasar, pengertian pengembangan produk dan tantangan pengembangan produk, daur hidup produk, tahapan pengembangan produk.

BAB III : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan mengenai sejarah berdirinya PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk., struktur organisasi PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk., maupun bidang

usaha PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk.

BAB IV : ANALISIS PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menguraikan tentang pengembangan produk yang dilakukan di PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk., faktor – faktor yang mendorong PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk., permasalahan yang dihadapi dan cara pemecahannya. analisis pengembangan produk terhadap peningkatan hasil penjualan di PT. ULTRAJAYA MILK INDUSTRY & TRAD COMPANY Tbk.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Didalam bab ini dikemukakan kesimpulan dari analisis yang telah dikemukakan sebelumnya. Sedangkan pada saran akan dikemukakan saran dari penulis demi perbaikan dan pengembangan produk atas kesimpulan yang dibuat.