

**KEBIJAKSANAAN PENGEMBANGAN PRODUK
TELEPON SELULAR (PONSEL) DALAM
HUBUNGANNYA MENINGKATKAN VOLUME
PENJUALAN PADA PT.NOKIA MOBILE PHONE
INDONESIA**

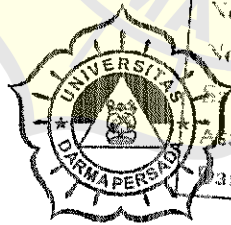
SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Tugas Akademik dan Melengkapi
Sebagian Dari Syarat-Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

Oleh:

NOGA ARIA KUSUMA

NIM : 99420029



PERPUSSTAKAAN UNIVERSITAS DARMA PERSADA	
No. Induk	: 12/SKR-FEM/04-05
No. Klas	: ES-5 - KES - K
Subjek	: PRODUKSI
Nama	: NOGA ARIA K.
dan lain-lain	: SKR-FEM .28-10-04

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DARMA PERSADA
JAKARTA
2004**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Noga Aria Kusuma

NIM : 99420029

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : "Kebijaksanaan Pengembangan Produk Telepon
Selular (Ponsel) Dalam Hubungannya
Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Nokia
Mobile Phone Indonesia"

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diajukan dihadapan Panitia
Penguji Skripsi sarjana.

Jakarta, Juli 2004

Mengetahui,

Menyetujui,

Ketua Jurusan Manajemen

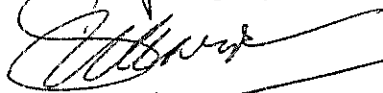
Pembimbing Materi



(Sukardi H. Sentono, SE)

(Drs. Soeroso, MM)

Pembimbing Teknis



(Sukardi H. Sentono, SE)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Noga Aria Kusuma
Nim : 99420029
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : “Kebijaksanaan Pengembangan Produk Telepon Selular (Ponsel) Dalam Hubungannya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Nokia Mobile Phone Indonesia”

Telah diperiksa, dikaji dan diujikan dihadapan Panitia Penguji Skripsi sarjana pada.....*23/8/04*..... dengan hasil.....

Panitia Penguji Skripsi

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1) DR. Suharto Rahman	Ketua	<i>[Signature]</i>
2) Drs. Soeroso	Anggota	<i>[Signature]</i>
3) Drs. Fauzi Baisyir, MM	Anggota	<i>[Signature]</i>

LEMBAR PERYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Noga Aria Kusuma
NIM : 99420029
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen Pemasaran

Dengan ini menyatakan, bahwa skripsi dengan judul "Kebijaksanaan Pengembangan Produk Telepon Selular (Ponsel) Dalam Hubungannya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT.Nokia Mobile Phone Indonesia" dibawah bimbingan Drs. Soeroso, MM benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan jiplakan maupun mengcopy sebagian dari hasil karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dari pernyataan ini, saya bersedia mempertanggungjawabkannya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

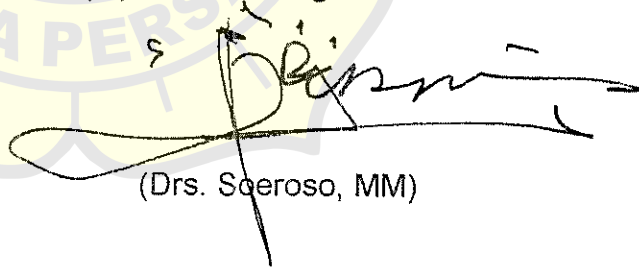
Jakarta, Juli 2004

(Noga Aria Kusuma)

ABSTRAKSI

- (A) **Noga Aria Kusuma** : 99420029
- (B) **Judul skripsi** : Kebijakan Pengembangan Produk Telepon Selular (Ponsel) Dalam Hubungannya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia
- (C) **xi+ 99 hal**, 6 tabel, 1 gambar, 2004
- (D) **Kata kunci** : Pengembangan produk yang baik, dapat meningkatkan volume penjualan.
- (E) **Tujuan Penelitian** : Ingin mengetahui pengembangan produk yang dilakukan terhadap volume penjualan di PT. Nokia Mobile Phone Indonesia,
Metode Penelitian: Dalam pengumpulan data penulis menggunakan metode penelitian riset lapangan dan kepustakaan, serta menggunakan analisa korelasi.
Hasil Penelitian : Pengembangan produk meliputi ponsel dengan antena internal, layar warna dan nada dering polifonik, ponsel dengan kamera serta ponsel dengan video, serta adanya kenaikan pada volume penjualan di PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.
Kesimpulan : Berdasarkan analisa korelasi dengan hasil 0,93 yang berarti mendekati 1, ini berarti pengembangan produk yang dilakukan perusahaan mempunyai hubungan yang kuat positif terhadap volume penjualan perusahaan dan pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Nokia Mobile Phone Indonesia memberikan kontribusi yang sangat besar terhadap hasil penjualan, yaitu sebesar 86% sedangkan sisanya sebesar 14% adalah merupakan dari faktor-faktor lain.
- (F) **Daftar acuan** : 10 (1994 – 2002)

(G) **Pembimbing Materi**



(Drs. Soeroso, MM)

KATA PENGANTAR

Penulis panjatkan puji syukur kepada Allah SWT, atas rahmatNya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan sidang sarjana strata satu pada Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada

Dalam penyusunan skripsi ini Penulis telah banyak menerima bantuan, bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Sehingga pada kesempatan ini Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs Shanti Danu Boestaman, selaku Dekan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan kesempatan kepada Penulis untuk melaksanakan tugas skripsi ini.
2. Bapak Sukardi H. Sentono, SE, selaku Ketua Jurusan Manajemen sekaligus pembimbing teknis skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Darma Persada Jakarta yang telah meluangkan waktunya.
3. Bapak Drs. Soeroso, MM selaku dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan arahan kepada Penulis.
4. Ibu. Dra. Hj. Endang Tri Pujiastuti, selaku Pembimbing Akademis Fakultas Ekonomi, Universitas Darma Persada.
5. Bang Kevin (Tungga Buana Irvana, SE) yang telah membantu Penulis sehingga skripsi ini selesai.

6. Seluruh pimpinan dan staf karyawan PT. Nokia Mobile Phone Indonesia yang telah membantu memberikan data-data yang diperlukan untuk penulisan skripsi ini
7. Teman-teman di Fakultas Ekonomi Unsada, khususnya teman-teman satu angkatan '99.

Penulis menyadari bahwa masih banyak terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, yang disebabkan keterbatasan waktu dan sumber informasi yang terbatas. Oleh sebab itu Penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari semua pihak.

Akhir kata Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna, karena itu saran-saran, masukan dan kritikan yang membangun untuk perbaikan akan diterima oleh penulis dengan hati yang gembira.

Jakarta, Juli 2004

(Noga Aria Kusuma)

DAFTAR ISI

halaman

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi

Bab I : PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	3
C. Perumusan Masalah	3
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	4
E. Metode Penelitian	5
F. Sistematika Penulisan	7

Bab II : LANDASAN TEORI

A. Pengertian Pemasaran	10
B. Pengertian Produk	12
C. Proses Pengembangan Produk	16
D. Pangsa Pasar	25

Bab III : TINJAUAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
B. Struktur Organisasi Perusahaan	32

Bab IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

A. Faktor-faktor Yang Mendorong Pengembangan Produk PT. Nokia Mobile Phone Indonesia	38
B. Model-model Pengembangan Produk yang dilakukan PT. Nokia Mobile Phone Indonesia	42
C. Analisis Pengembangan Produk dan Peningkatan Volume Penjualan	81
D. Analisis Korelasi.....	83

Bab V : KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	87
B. Saran-saran.....	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

halaman

Gambar III.1 : Struktur Organisasi PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.... 33



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada zaman globalisasi sekarang, dimana informasi mengalir sangat cepat dan tidak bisa dibendung lagi dan persaingan dunia bisnis semakin tajam, siapa saja yang tidak cepat tanggap dalam membaca perubahan keadaan maka setiap saat akan dapat terancam bangkrut. Perusahaan-perusahaan akan terus berlomba untuk memenangkan persaingan sehingga dapat meraih keuntungan semaksimal mungkin. Perencanaan yang matang dalam menentukan langkah apa yang akan diambil adalah sangat penting, misalnya ketika ingin menentukan pasar sasaran yang akan dituju, pengembangan produk baru, saluran pengembangan produknya, penetapan harga, proses untuk promosi, dan usaha lainnya yang dilakukan secara terpadu harus diperhatikan oleh perusahaan untuk memenangkan persaingan dan mengembangkan usahanya.

Setiap perusahaan mengharapkan semua produknya diminati banyak konsumen. Didalam mempertahankan pasar salah satu hal terpenting yang harus diperhatikan adalah kepuasan konsumen. Kualitas produk yang tidak baik, produk baru yang lebih menarik dari perusahaan lain atau mungkin cara promosi yang salah adalah beberapa masalah

yang sering dijumpai bila produk pada pasar sasaran tidak terjual sesuai target. Ditengah begitu beragamnya pilihan konsumen cenderung akan memilih produk yang paling sesuai dengan kebutuhannya sekaligus memenuhi selera mereka. Banyak perusahaan yang berhasil memenangkan persaingan karena produknya sesuai dengan selera pasar. Inovasi pengembangan produk adalah salah satu langkah tepat untuk memperpanjang usia produk sehingga konsumen dapat mempunyai pilihan lebih beragam dan tidak merasa jenuh dengan produk yang sudah ada.

Dengan memahami uraian diatas dapat kita ketahui bersama bahwa pengembangan pruduk secara terus menerus merupakan salah satu langkah untuk memuaskan konsumen, tetapi sejauh mana efektifitas pengembangan produk tersebut dapat meningkatkan laba penjualan perusahaan masih harus teliti lebih lanjut karena pengembangan produk membutuhkan biaya dan mengandung resiko bila produk yang di kembangkan ternyata tidak dapat menarik minat konsumen sesuai target dan itu berarti perusahaan akan rugi, sehingga menarik bagi penulis untuk meneliti hal ini. Penulis sengaja memilih PT. Nokia Mobile Phone Indonesia yang menjual alat-alat komunikasi yaitu telepon genggam merek Siemens sebagai tempat melakukan penelitian skripsi ini. Ditengah ketatnya persaingan PT. Nokia Mobile Phone Indonesia berusaha selalu memperhatikan keberadaan produknya dipasaran dengan tetap mengacu

pada efisiensi sekaligus responsif dan fleksibel melakukan inovasi baru mengembangkan produknya untuk memperluas pasar. Sehubungan dengan hal tersebut diatas maka penulis mengambil judul "Kebijaksanaan Pengembangan Produk Telepon Selular (Ponsel) Dalam Hubungannya Meningkatkan Volume Penjualan Pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia"

B. Pembatasan Masalah

Karena banyaknya faktor dan permasalahan yang juga mempengaruhi peningkatan penjualan, maka penulis membatasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

C. Perumusan Masalah

Berdasarkan materi yang akan dibahas oleh penulis pada skripsi ini, maka perumusan masalah mengenai pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia adalah :

1. Bagaimana pengembangan produk yang dilakukan oleh PT.Nokia Mobile Phone Indonesia
2. Bagaimana pengembangan produk didalam meningkatkan penjualan pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk dapat mengetahui apakah pengembangan produk mempunyai peranan dalam meningkatkan penjualan pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.
2. Untuk dapat mengetahui seberapa besar peranan pengembangan produk dalam rangka meningkatkan penjualan pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

Manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi penulis untuk meraih gelar sarjana strata 1 dengan membuat karya ilmiah sebagai salah satu persyaratan dalam menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen Pemasaran Universitas Darma Persada.
2. Diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan pertimbangan bagi perusahaan dalam menyusun strategi pemasaran khususnya mengenai strategi pengembangan produk untuk meningkatkan penjualan.
3. Diharapkan dapat menjadi bahan acuan bagi penelitian selanjutnya tentang strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

4. Hasil penelitian ini merupakan masukan atau bahan perbandingan bagi penelitian lain yang melakukan penelitian mengenai pengembangan produk, ataupun penelitian yang lebih luas.
5. Sebagai tambahan refferensi dan pengetahuan bagi segenap civitas akademika Universitas Darma Persada Jakarta.

E. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan tahap-tahap penelitian yang harus diterapkan lebih dulu sebelum melakukan pemecahan masalah. Pada bab ini akan dijelaskan metode yang digunakan penulis dalam penyusunan skripsi.

1. Jenis Penelitian

a. Data primer

Diperoleh penulis dengan melakukan wawancara dengan manajer pemasaran pada PT. Nokia Mobile Phone Indonesia. Juga dilakukan penelitian secara langsung pada obyek penelitian untuk mendapatkan informasi tambahan yang berguna.

b. Data sekunder

Diperoleh dari laporan manajemen secara keseluruhan serta rencana dan program kerja perusahaan. Disamping itu juga dilakukan studi pustaka dengan mempelajari buku-buku yang ada kaitannya dengan masalah yang diteliti.

2. Metode Perolehan Data

a. Penelitian Perpustakaan (Library Research)

Metode yang penulis pakai untuk mengumpulkan data yang sifatnya teoritis dengan membaca buku-buku atau literature yang ada hubungannya dengan judul skripsi.

b. Penelitian lapangan (Field Research)

Penulis terjun langsung keperusahaan guna mencari data serta keterangan-keterangan yang ada hubungannya dengan judul skripsi ini melalui cara :

1) Wawancara

Penulis mengadakan tanya jawab langsung kepada pihak yang berwenang pada perusahaan.

2) Observasi

Penulis mengumpulkan data dengan melihat langsung objek penelitian yang dituju, terutama mengenai pengembangan produk telepon genggam.

3. Metode Analisa Data

Dalam hal ini metode analisa yang digunakan penulis adalah analisa korelasi, untuk melihat hubungan pengembangan produk yang dilakukan perusahaan terhadap volume penjualan yang dicapai perusahaan, acapun rumus korelasi adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2} \cdot \sqrt{n \sum y^2 - (\sum y)^2}}$$

dimana:

r = koefisien korelasi

x = pengembangan produk

y = hasil penjualan

n = banyaknya tahun yang diteliti

jika r = 1, terdapat hubungan yang positif antara pengembangan produk dan penjualan.

jika r = 0, tidak terdapat hubungan antara pengembangan produk dan penjualan.

jika r = -1, terdapat hubungan yang negatif antara pengembangan produk dan penjualan.

selanjutnya ditentukan koefesien penentu, dengan rumus

$$Kp = r^2 \times 100 \%$$

artinya seberapa besar kontribusi pengembangan produk yang dilakukan dapat mempengaruhi volume penjualan.

F. Sistematika Penulisan

Tujuannya adalah untuk memberi penjelasan secara singkat dan tentang pembahasan dari setiap bab yang penulis bagi sebagai berikut

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, metode penelitian serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini diuraikan tentang teori dan definisi dari para ahli menyangkut uraian tentang pengertian pemasaran dan bauran pemasaran, hubungan pengembangan produk dengan pemasaran, tujuan dan manfaat pengembangan produk serta mengenai tahap pengembangan produk.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini diuraikan sejarah singkat perusahaan perkembangannya struktur organisasi serta bidang usaha PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis membahas mengenai pengembangan produk yang dilakukan PT. Nokia Mobile Phone Indonesia, proses pengembangan produk yang dilaksanakan PT. Nokia Mobile Phone Indonesia, dan strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

BAB V PENUTUP

Bab ini merupakan bab penutup dalam penyusunan skripsi ini berisi tentang kesimpulan hasil pembahasan dan sumbang saran penulis sebagai masukan yang diharapkan dapat bermanfaat untuk PT. Nokia Mobile Phone Indonesia.

