

**ANALISIS PENGARUH INOVASI PRODUK
TERHADAP TOTAL PENJUALAN T-SHIRT CAB DAN IE-BE
PADA PT. CENTRAL ANEKA BUSANA**

Deri Elvira – 0600648726

Abstrak

Setiap perusahaan yang baik memproduksi barang ataupun menjual jasa akan menghadapi situasi kejenuhan konsumen dan hal tersebut cenderung berpengaruh pada tingkat penjualan untuk kemajuan dari perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini mengangkat salah satu dari strategi penjualan yaitu dengan strategi inovasi produk dan dengan memilih salah satu jenis strategi inovasi produk ini diprediksikan dapat memecahkan masalah yang dihadapi oleh perusahaan tersebut. Jenis penelitian yang digunakan adalah dengan melakukan pembuktian bahwa dari strategi inovasi tersebut terdapat perbedaan yang signifikan dari tingkat penjual sebelum dan setelah inovasi dan juga dengan membanding dari tingkat kepuasan konsumen. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner, dan pengamatan langsung dari hasil penjualan sebelum dan setelah dilakukannya inovasi. Teknik analisis data menggunakan uji validitas dan reabilitas dan paired sample T-test dengan bantuan Software SPSS 12.0. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa setelah dilakukannya inovasi terbukti bahwa terdapat peningkatan nilai penjualan dan menunjukkan tingkat kepuasan konsumen lebih tinggi terhadap produk yang telah diinovasi dibandingkan dengan produk sebelum dilakukan inovasi. Dan dari analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa inovasi produk adalah salah satu alat strategi yang terbukti dapat memecahkan masalah tingkat kejenuhan konsumen yang mempengaruhi total penjualan dari perusahaan.

Kata Kunci

Inovasi produk, total penjualan

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas diberikanNya kesehatan dan kelancaran dalam proses bimbingan dan penulisan skripsi ini dari awal hingga skripsi ini dapat diselesaikan tepat waktunya. Skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kurikulum Program Strata – 1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Bina Nusantara, Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini kami banyak memperoleh bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu kami menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr. Gerardus Polla. M.App.Sc, Rektor Universitas Bina Nusantara.
2. Bapak Parulian Sihotang, Ak., M.Acc., DipRes., Ph.D, Dekan Fakultas Ekonomi.
3. Bapak Idris Gautama, SE., S.kom, MM, MBA., Ketua Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
4. Ibu Tjia Fie Tjoe, S.Kom., MM, Seketaris Jurusan Manajemen Universitas Bina Nusantara.
5. Ibu Enggal Sriwardiningsih, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing kami. Tanpa bantuan dan dorongan dari beliau, penyusunan skripsi ini tidak akan selesai.
6. Pihak-pihak langsung dari PT. Central Aneka Busana, selaku pihak yang telah membantu memberikan informasi data perusahaan yang diperlukan.
7. Kedua orang tua dan keluarga yang tercinta, yang selalu memberi kasih sayang dan materi serta doa dan semangat sehingga memotivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman dan pihak-pihak lain, terutama semua teman-teman asisten lab. Manajemen yang namanya tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah ikut membantu penyusunan skripsi ini.
9. Seluruh staff perpustakaan Universitas Bina Nusantara yang telah banyak membantu dalam peminjaman buku-buku untuk penulisan skripsi ini.
10. Serta pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu-persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun untuk perbaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca dan semua pihak yang berkepentingan, serta bagi ilmu pengetahuan. Terima kasih.

Jarkata, 7 Juli 2006

Penyusun,

[Deri Elvira]

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Tujuan dan Manfaat	3
1.4 Sistematika Penulisan	5
BAB 2 LANDASAN TEORI	
2.1 Kerangka Teori	6
2.2 Sasaran Inovasi (Target Innovation)	7
2.2.1 Tipe dan Sumber Inovasi	10
2.2.2 Penerapan Inovasi	11
2.2.3 Inovasi Proses	11
2.3 Pengertian Produk	11
2.3.1 Masalah Dalam Produk	13
2.3.2 Pengetahuan Konsumen Terhadap Produk	14
2.3.3 Pengembangan Produk Baru	15
2.4 Penjualan	15
2.5 Metode Penelitian	15
2.5.1 Jenis dan Metode Penelitian	15
2.5.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	16
2.5.3 Teknik Pengumpulan Data	17
2.5.4 Definisi Operasional dan Instrumen Pengukuran	17
2.5.5 Penarikan Sampel Acak Sederhana	20
2.5.6 Teknik Analisis Data	21
2.5.6.1 Uji Validitas	22
2.5.6.2 Uji Reliabilitas	23
2.5.6.3 Metode Statistik Inferensi (Paired Sample T-test)	25
2.5.7 Kelemahan Teknik Analisis Data	26

BAB 3	GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
3.1	Perkembangan Perusahaan	27
3.1.1	Tujuan dan sasaran Perusahaan	28
3.2	Kondisi Bisnis Perusahaan	28
3.3	Struktur Organisasi dan Uraian Pekerjaan	31
3.3.1	Struktur Organisasi	31
3.3.2	Uraian Pekerjaan	32
BAB 4	ANALISIS dan HASIL PENELITIAN	
4.1	Perbandingan penjualan antara T-shirt CAB dan Ie-be	34
4.1.1	Analisis data penjualan produk (T-shirt CAB)	34
4.1.2	Tingkat Pertumbuhan T-shirt CAB	36
4.1.3	Analisis data penjualan produk (T-shirt Ie-be)	36
4.1.4	Tingkat Pertumbuhan T-shirt Ie-be	37
4.2	Perbandingan Grafik Penjualan Produk	38
4.3	Analisis Data Kuesioner	40
4.4	Validitas dan Realibilitas	49
4.6	Pengolahan data	50
BAB 5	SIMPULAN dan SARAN	
5.1	Simpulan	53
5.2	Saran	54
5.3	Keterbatasan Skripsi	55
	DAFTAR PUSTAKA	56
	RIWAYAT HIDUP	57
	LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman	
Tabel 4.1.1	Data Harga Perolehan Penjualan T-shirt CAB	34
Tabel 4.1.2	Data Harga Perolehan Penjualan T-shirt Ie-be	36
Tabel 4.1.3	Rata-rata Total Penjualan	39
Tabel 4.3.1	Pertanyaan Kuesioner pertama CAB	41
Tabel 4.3.2	Pertanyaan Kuesioner Kedua CAB	41
Tabel 4.3.3	Pertanyaan Kuesioner Ketiga CAB	42
Tabel 4.3.4	Pertanyaan Kuesioner Keempat CAB	42
Tabel 4.3.5	Pertanyaan Kuesioner Kelima CAB	43
Tabel 4.3.6	Pertanyaan Kuesioner Keenam CAB	43
Tabel 4.3.7	Pertanyaan Kuesioner Ketujuh CAB	44
Tabel 4.3.8	Pertanyaan Kuesioner Pertama Ie-be	44
Tabel 4.3.9	Pertanyaan Kuesioner Kedua Ie-be	45
Tabel 4.3.1.1	Pertanyaan Kuesioner Ketiga Ie-be	45
Tabel 4.3.1.2	Pertanyaan Kuesioner Keempat Ie-be	46
Tabel 4.3.1.3	Pertanyaan Kuesioner Kelima Ie-be	46
Tabel 4.3.1.4	Pertanyaan Kuesioner Keenam Ie-be	47
Tabel 4.3.1.5	Pertanyaan Kuesioner Ketujuh Ie-be	47
Tabel 4.4	Uji Validitas dan Reliabilitas T-shirt CAB	49
Tabel 4.5	Uji Validitas dan Reliabilitas T-shirt Ie-be	49
Tabel 4.6	Rata-rata Kuesioner CAB dan Ie-be	50
Tabel 4.6.1	Paired Samples Test	51
Tabel 4.6.2	Paired Samples Statistics	52
Tabel 4.6.3	Paired Samples Correlations	52

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 3.2	Kekuatan – kekuatan yang Mempengaruhi Persaingan Industri	30
Gambar 3.3	Struktur Organisasi pada PT. Central Aneka Busana	31
Gambar 4.1	Grafik Tingkat Pertumbuhan Penjualan T-shirt CAB	36
Gambar 4.2	Grafik Tingkat Pertumbuhan Penjualan T-shirt Ie-be	37
Gambar 4.3	Grafik perbandingan penjualan produk tanpa inovasi dan produk inovasi	38