

ABSTRAK

P.T. Ide Bangun Mandiri di Mojokerto adalah salah satu perusahaan yang memproduksi sepatu jenis Cementing Joging, baik untuk keperluan sekolah, olah raga, maupun untuk keperluan santai, baik untuk konsumsi anak-anak, remaja, orang dewasa maupun orang tua. Dalam operasionalnya selama 11 semester terakhir (Semester I/1995 – Semester I/2000), volume penjualan sepatu yang dihasilkan perusahaan mengalami fluktuasi, yaitu kadang naik dan kadang pula menurun, bahkan penurunannya melebihi dari ambang batas toleransi yang ditetapkan (5%), yang diduga disebabkan jumlah pengembangan produk menurun.

Tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini, yaitu mengetahui besarnya pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan sepatu pada P.T. Ide Bangun Mandiri di Mojokerto. Jenis penelitian yang dilakukan ini adalah studi kasus. Model analisis yang digunakan adalah regresi linier sederhana, determinasi, dan uji-t.

Dari hasil penelitian diketahui bahwa apabila pengembangan produk konstan atau sama dengan nol, maka besarnya volume penjualan sepatu hanya sebesar bilangan konstanta (a), yaitu 175.303 pasang. Pengembangan produk mempunyai pengaruh positif terhadap volume penjualan sebesar nilai koefisien regresi (b), yaitu 1.196. Dengan demikian antara pengembangan produk dan volume penjualan sepatu terdapat hubungan searah dan cukup tinggi, yang ditandai dengan nilai korelasi (r) 0,7788. Bahkan naik-turunnya volume penjualan sepatu disumbangkan oleh pengembangan produk sebesar 60,65%. Setelah diuji, pengaruh pengembangan produk terhadap volume penjualan adalah signifikan, karena pada uji satu sisi kanan dan α sebesar 5%, $t_{hitung} (3,724) > t_{tabel} (1,833)$.

Untuk meningkatkan volume penjualan sepatu, diharapkan perusahaan konsisten meningkatkan jumlah pengembangan produk, terutama mengganti tipe/model sepatu yang sudah kadaluarsa dan ditinggalkan oleh konsumennya. Sebagai perwujudannya, bagian pemasaran / bagian desain agar aktif menciptakan model-model baru dengan jalan (a) memodifikasi model-model lama yang pernah dibuat sebelumnya, (b) mencontoh produk pesaing dan memodifikasinya sedemikian rupa sebelum dipasarkan, (c) mencontoh model sepatu dari luar negeri yang dapat dilihat pada majalah-majalah model terbitan Amerika dan Eropa, dan (d) aktif terjun ke pasar untuk melihat sendiri produk sepatu yang sudah kadaluarsa dan cepat-cepat menggantinya serta melihat model-model sepatu dari kompetitor yang sedang diminati masyarakat/konsumen.