

ABSTRAK

Analisis Hubungan Antara Diversifikasi Konsentris Produk Dan Marjin Kontribusi

SRI LESTARI

Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2003

Penelitian ini dilaksanakan di Perusahaan Kerajinan Tenun Santa Maria Boro Kulon Progo Yogyakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) Apakah diversifikasi konsentris produk yang dijalankan oleh Perusahaan Kerajinan Tenun Santa Maria Boro berhubungan dengan peningkatan marjin kontribusi, dan (2) Untuk mengetahui produk manakah yang mempunyai penjualan paling baik atau potensial.

Jenis penelitian yang dilakukan berupa studi kasus. Adapun cara pengumpulan data dalam penelitian ini adalah dengan cara mengadakan pengamatan, wawancara dan dokumentasi. Tehnik analisis yang digunakan adalah: (1) Koefisien korelasi *Product Moment* yaitu untuk mengetahui apakah ada hubungan antara diversifikasi konsentris produk dan marjin kontribusi, untuk menguji signifikansi korelasi tersebut digunakan uji t (*t-test*), dan (2) Analisis persentase adalah untuk mengetahui produk manakah yang mempunyai penjualan paling baik atau potensial.

Dari hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai = 0,97 dan setelah dilakukan pengujian dengan *t-test* diperoleh t-hitung = 7 sedangkan t-tabel 3,182 atau dapat dikatakan bahwa t-hitung > t-tabel (7 > 3,182). Hal ini berarti ada hubungan positif yang nyata dan signifikan antara diversifikasi konsentris produk dan marjin kontribusi. Dari hasil perhitungan rata-rata persentase penjualan produk pertahun, yang terbesar adalah produk selimut yaitu sebesar 16,17%.

ABSTRAC

**An Analysis on the Relationship between Concentric Product Diversification
And The Margin of the Contribution**

SRI LESTARI
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2003

The aim of the research was help weaving craft company Santa Maria Boro Kulon Progo Yogyakarta. The problems of this research were: (1) Did the Concentric Product Diversification of the company have any relation with the margin of contribution? (2) Which product was the best or the most potential one.

This research was case study at. The sources were collected using observation, interview and documentation. Technique analysis which used were: (1) Product Moment Corelation Coefficient to know whether there was a relationship between Concentric Product Diversification and the margin contribution and the test used was t-test. (2) Procentage Analysis, to know which product was the best or the most potential one.

The result of Coefficient Corelation Analysis was = 0,97, after t-test the result was = 7, and the t-table 3,182 or in another word t-hitung > t-tabel (7 > 3,182). From this result, the research found that there was a positive significant relationship which is between Concentric Product Diversification and the Margin of the contribution. From the average of the product marketing percentage per year, the research found that the biggest product was blanket 16,17%.