

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada Bab IV, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Pelaksanaan pengembangan produk

Strategi pengembangan untuk menghasilkan barang atau produk untuk menghasilkan barang atau produk yang berkualitas dan diterima oleh pasar telah dilakukan oleh UKM “*one'da Collection*” pimpinan Asep Suherman. Hal tersebut dapat terlihat dari upaya yang dilakukan oleh perusahaan antara lain sebagai berikut:

a. Pengembangan bahan baku

Sebagai upaya pengembangan produk, UKM “*one'da Collection*” telah menggunakan bahan baku benang dengan kualitas yang lebih bagus dari benang sebelumnya, yaitu menggunakan jenis benang 32 *acrilic*. Hal tersebut dilakukan perusahaan untuk menjaga kualitas produk, dan pesanan dari konsumen.

b. Proses pengerjaan pesanan

Dalam memenuhi kepuasan pelanggan terhadap ketersediaan barang dan waktu pengerjaan barang serta prose pengiriman barang yang sesuai dengan waktu, perusahaan melakukan pembenahan dalam beberapa hal, meliputi alat bantu yang menunjang hal tersebut, diantaranya; penyediaan dan perbanyak jumlah alat/mesin produk, penambahan jumlah karyawan,

pengepakan dan waktu alat transportasi. Dari data yang diperoleh UKM “*one’da Collection*” bisa memproduksi barang 150 – 200 lusin/minggu.

c. Pengelolaan biaya produksi

Kenaikan biaya produksi yang salah satunya diakibatkan kenaikan harga bahan produksi (benang), telah dapat dikelola oleh perusahaan. Kenaikan harga disikapi oleh perusahaan dengan kenaikan harga jual hasil produksi dan perluasan pasar

d. Peningkatan SDM karyawan

Untuk meningkatkan profesionalitas karyawan perusahaan melakukan upaya pengiriman karyawan untuk mengikuti pelatihan dan keikutsertaan dalam diskusi antar pengusaha rajutan di Binong Jati. Point plus yang dimiliki perusahaan adalah pemilik UKM “*one’da Collection*” (Asep Suherman) merupakan ketua Paguyuban Rajutan Muda Bandung.

e. Penggunaan teknologi

Penggunaan teknologi oleh perusahaan terlihat dari penambahan jumlah alat/mesin produksi.

2. Upaya peningkatan volume penjualan

a. Pelayanan terhadap konsumen

Pelayanan yang dilakukan perusahaan mencakup; komunikasi dengan konsumen dan pelanggan tetap, pengerjaan peanan yang tepat waktu dan upaya meminimalisasi kesalahan/cacat produk serta pengerjaan model sesuai pesanan.

b. Peningkatan mutu dan kualitas

Peningkatan mutu dan kualitas dilakukan dengan penggunaan bahan yang berkualitas, pengembangan model-model hasil produksi, baik jenis barang yg dihasilkan maupun warna kain.

c. Perluasan pasar

Perluasan pasar dilakukan perusahaan untuk distribusi barang baik ke grosir maupun ke toko-toko yang menjual barang rajutan. Tujuan pemasaran meliputi; jakarta, jawa, sumatera, dan pasar ekspor (Singapura)

Hal-hal diatas menunjukkan bahwa upaya pengembangan produk sudah memadai sebagai upaya untuk mendukung peningkatan volume penjualan.

3. Hasil pengujian statistik

Berdasarkan penelitian yang dilakukan penulis yang didukung oleh data kuantitatif dan diuji dengan statistika, dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Koefisien korelasi (r_s) = 0,753.

Angka ini menunjukkan bahwa pengaruh pengembangan produk cukup berarti terhadap volume penjualan sebesar 0,753.

b. Koefisien determinasi sebesar 57 %,

Artinya bahwa volume penjualan dipengaruhi oleh pengembangan produk hanya sebesar 57%.

4. Hasil pengujian laporan keuangan perusahaan

Dari pengolahan laporan keuangan perusahaan tahun 2008 dan tahun 2009, terlihat terjadinya kenaikan pendapatan perusahaan sebesar Rp. 463.488.000,- atau sekitar 56%.

Dari kedua data diatas dapat diambil kesimpulan, bahwa adanya sinkronisasi antara pengujian statistik dengan pengujian laporan keuangan perusahaan. Kesimpulannya bahwa pengembangan produk yang dilakukan perusahaan untuk meningkatkan volume penjualan berpengaruh sebesar 57% atau bernilai cukup berarti. Hal tersebut didukung oleh hasil perhitungan laporan keuangan perusahaan yang menunjukkan terjadinya peningkatan sebesar 56%.

5.2. Saran

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan serta kondisi yang ada dalam perusahaan, penulis memberikan saran sebagai berikut;

1. Dalam mempertimbangkan untuk menerima pesanan produk, sebaiknya perusahaan meneliti lebih banyak jumlah mengenai biaya yang harus dipertimbangkan.
2. Perusahaan harus lebih banyak mengembangkan model yang sesuai dengan perkembangan model baik nasional maupun internasional
3. Perusahaan harus berani mengembangkan iklan produk, baik lewat media masa maupun media elektronik.

Adapun kelemahan dalam skripsi ini, yaitu:

1. Adanya keterbatasan populasi, sehingga sampel yang penulis teliti juga terbatas.
2. Dengan terbatasnya sampel, diharapkan penulis selanjutnya dapat menambah sampel yang diteliti.