

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penulis mengenai peranan pengembangan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada Perusahaan Tekstil PT.X , maka diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor yang menyebabkan perusahaan tekstil PT. X melakukan pengembangan produk adalah untuk mengatasi persaingan karena dengan pengembangan produk pelanggan tidak beralih ke produk pesaing dan dapat menambah pelanggan baru, turunnya volume penjualan disebabkan oleh daya beli pembeli yang semakin hari kian menurun dengan adanya pengembangan produk diharapkan dapat meningkatkan daya beli pembeli lagi, usaha untuk mempertahankan posisi pasarnya agar perusahaan memiliki “image” yang baik di mata pembeli, keinginan untuk meningkatkan laba juga menjadi salah satu tujuan utama pengembangan produk mengingat kebijakan pengembangan produk untuk dapat mempengaruhi tingkat penjualan, maka perusahaan menggunakan kebijakan pengembangan produk sebagai sarana untuk meningkatkan volume penjualan.
2. Langkah-langkah pengembangan produk yang dilaksanakan perusahaan tekstil PT. X dalam usahanya menghadapi persaingan adalah melahirkan gagasan mengenai produk baru beserta gambaran tentang pasar sasaran dan perkiraan biaya yang melalui proses

seleksi, penyaringan gagasan yang dianggap paling menarik bagi perusahaan disempurnakan kembali menjadi suatu konsep produk yang dapat diuji, pengembangan dan pengujian konsep produk baru yang dapat dipilih menjadi salah satu alternatif terbaik, pengembangan strategi pemasaran dengan melakukan strategi *marketing mix*, analisis bisnis dengan merinci laba dalam penjualan., pengembangan prototipe dengan diadakan pengujian fungsional dan pengujian konsumen, pengujian pasar (*Test Market*) untuk mengetahui tanggapan konsumen mengenai produk baru, komersialisasi dengan melakukan pencarian calon pembelinya, tempat pemasarannya, beserta dengan waktu pengembangannya.

3. Peranan pengembangan produk agar dapat bertahan dan meningkatkan volume penjualan yaitu dengan meningkatkan pengembangan produk pada jenis kain dari *Polyester* menjadi *Rayon Spandex* juga sebagai tambahan perusahaan menyediakan sekurang-kurangnya 1700 macam warna yang telah dikelompokkan menjadi 10 kelompok besar (Putih, Kuning, Merah, Biru, Pink, Oranye, Hijau, Ungu, Coklat, dan Hitam). Keunggulan *Rayon Spandex* ini kainnya tidak panas seperti bahan *Polyester* sehingga nyaman dipakai dan digunakan sebagai bahan pakaian *fashion* dan olahraga karena berbentuk *stretch* sehingga memudahkan orang untuk leluasa bergerak dan tidak mudah lelah. Pengembangan juga dilakukan pada bidang pelayanan yang didasarkan pada motto "*High Quality Quick Delivery*" yaitu pengiriman barang dilakukan sehari setelah

pemesanan. Sehingga pelanggan tidak perlu menunggu beberapa hari bahkan beberapa minggu untuk pengiriman kain.

Peranan pengembangan produk juga bisa dilihat dari hasil perhitungan statistik mengenai analisis korelasi hasil r sebesar 0.9781 hal ini berarti bahwa antara pengembangan produk dengan volume penjualan mempunyai hubungan yang positif, kuat dan searah. Sedangkan analisis determinasi diperoleh hasil K_d sebesar 95,67% hal ini berarti volume penjualan perusahaan dipengaruhi oleh pengembangan produk sebesar 95,67% sedangkan sisanya sebesar 4,33% dipengaruhi faktor-faktor lain diluar pengembangan produk. Setelah dilakukan pengujian hipotesa untuk biaya total pengembangan dalam upaya meningkatkan volume penjualan, maka terlihat bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ ($8.14 \geq 2.35$), hal ini berarti bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang sangat kuat dan searah antara biaya total pengembangan produk dan volume penjualan. Dengan demikian hipotesis yang penulis ajukan yaitu “Terdapat hubungan yang positif antara kegiatan pengembangan produk yang dilaksanakan dengan peningkatan volume penjualan” dapat diterima.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penulis mengenai peranan pengembangan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan produk perusahaan tekstil PT. X, maka penulis mencoba

memberi saran-saran yang dapat dijadikan masukan untuk kebaikan perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu tetap melakukan pengembangan produk untuk mempertahankan posisi perusahaan yang selama ini telah dicapai dan juga untuk mengantisipasi para pesaing agar produk perusahaan PT. X tidak dapat ditiru oleh pesaing sehingga dapat menjadi pemimpin pasar.
2. Perusahaan juga perlu menjaga hubungan baik dengan para pelanggan, yaitu dengan mempertahankan dan mengembangkan fasilitas pelayanan sehingga memberikan kepuasan kepada para pelanggan. Sehingga dapat mendorong pelanggan untuk meningkatkan volume penjualan. Kegiatan pengembangan produk ini harus didukung oleh kegiatan promosi agar produk baru yang dihasilkan perusahaan dapat dengan mudah diketahui oleh pelanggan.
3. Pendidikan dan pelatihan sangat penting dalam melakukan pengembangan terhadap karyawan yang menangani produk dan penjualan. Pemberian pelatihan ini sebaiknya dilakukan secara kontinyu. Pelatihan yang baik harus mengandung unsur *Product* dan *Market Knowlegde* (pengetahuan tentang produk, pelanggan dan pesaing). Perusahaan harus selalu melakukan survei pasar untuk mengetahui perkembangan yang ada di pasar dan untuk mengetahui keinginan para pelanggan.