

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan analisa yang dilakukan oleh penulis pada PT. Manna Dunia Boga mengenai pengaruh pengembangan produk terhadap hasil penjualan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan :

1. Pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Manna Dunia Boga berupa perbaikan terhadap produk lama, modifikasi terhadap desain, warna, rasa, maupun penciptaan produk yang benar-benar baru. Sehingga tujuan pengembangan produknya adalah untuk menciptakan produk yang lebih sempurna, yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga volume penjualan dapat ditingkatkan dan memperoleh laba yang diinginkan untuk mengembangkan perusahaan di masa yang akan datang.
2. Faktor-faktor yang mendorong perusahaan untuk melakukan kegiatan pengembangan produk adalah :
  - Perubahan selera konsumen.
  - Untuk mengatasi persaingan.
  - Mempertahankan keberadaan produk diantara banyaknya produk sejenis yang ada di pasar.
  - Keinginan untuk meningkatkan laba.
  - Informasi dari para pedagang perantara.

3. Proses pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan adalah:
  - Penggalan ide.
  - Pengujian konsep produk.
  - Pengujian kelayakan bisnis.
  - Komersialisasi.
4. Perkiraan produk dapat digunakan dengan mudah dan cocok, segmen pasar dan prospek pemasaran produk permen merk SENSOR PT. Manna Dunia Boga adalah :
  - Umur 10 – 20 tahun.
  - Pria dan Wanita.
  - Pelajar SLTP, SLTA, dan SD.
  - Frekuensi pembelian permen cukup baik yaitu satu sampai tiga kali seminggu.
  - Sebagian besar responden (88%) menyukai permen yang dicobakan ke responden, dan menyatakan sudah sesuai dengan keinginan.
  - Kesimpulan bahwa konsep produk permen SENSOR dapat diterima di masyarakat, 78% menyatakan akan membeli produk jika sudah dipasarkan karena produk dapat digunakan dengan mudah dan cocok.
5. Berdasarkan analisa yang diperoleh dari data hasil penjualan dan kuisioner maka diperoleh bahwa :

- a. Pengembangan produk yang dilaksanakan di PT. Manna Dunia Boga berpengaruh sangat kuat dan positif dalam meningkatkan hasil penjualan, hal ini terbukti dengan analisa koefisien korelasi atau  $r$  sebesar 99,6%. Melalui analisa koefisien penentuan didapat hasil koefisien determinasinya atau  $r^2$  yang berarti bahwa kontribusi pengembangan produk terhadap hasil penjualan adalah sebesar 99,3% sedangkan sisanya 0,7% ditentukan oleh faktor lainnya.
- b. Hasil kuisioner :
  - Produk permen SENSOR lebih diminati oleh orang berumur 10 – 20 tahun (60%).
  - Produk permen SENSOR lebih diminati oleh wanita (62%).
  - Produk permen SENSOR lebih diminati oleh pelajar SLTP (28%).
  - Produk permen SENSOR lebih diminati sebagai camilan (62%).
  - Produk permen SENSOR dibeli setiap satu (37%) sampai tiga (33%) kali dalam seminggu.
  - Jenis permen yang lebih diminati adalah permen keras (68%).
  - Rasa produk permen yang lebih diminati adalah rasa segar (mint), rasa buah-buahan, dan rasa kopi.
  - Tingkat kesesuaian permen SENSOR yang dicoba dengan keinginan sebesar (88%).
  - Produk permen SENSOR yang paling diharapkan adalah tanpa bahan pengawet (38%).

- Persentase produk permen SENSOR akan dibeli setelah dipasarkan sebesar 80%.

## **5.2. Saran**

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka penulis memberikan saran yang dapat bermanfaat bagi PT. Manna Dunia Boga sebagai berikut :

1. Pengembangan produk mempunyai peranan yang sangat penting dalam meningkatkan hasil penjualan, jadi diharapkan perusahaan dapat terus melakukan pengembangan produk secara kontinyu agar perusahaan dapat terus menjadi perusahaan yang dapat diterima oleh masyarakat luas.
2. Dalam melakukan pengembangan produk perusahaan harus mencari tahu apa yang menjadi permintaan pasar serta selera konsumen yang bervariasi, jadi perusahaan harus mencari informasi-informasi yang akurat tentang selera pasar, agar produk yang dihasilkan benar-benar dapat diterima oleh konsumen.
3. Penulis juga menyarankan agar perusahaan mengeluarkan variasi rasa yang lebih banyak lagi untuk tiap produknya agar dapat memperluas segmen pasar yang ada.
4. Perusahaan harus tetap dapat mempertahankan segi kualitas yang dihasilkan, agar memperoleh konsumen baru dan juga mempertahankan konsumen lama.