

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Atas dasar analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka pada bab ini penulis akan memberikan beberapa kesimpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan masukan dan pertimbangan khususnya mengenai pengembangan produk dan pengaruhnya terhadap peningkatan volume penjualan sepatu Daniella yang dihasilkan oleh PT. Yasico.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data- data yang diperoleh serta hasil pembahasan dan analisis yang dilakukan sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengembangan produk adalah suatu usaha yang dilakukan secara teratur dan terencana untuk mengembangkan produk baru serta memodifikasi produk yang sudah ada untuk menghadapi lingkungan usaha dimana perusahaan berusaha untuk memenuhi kebutuhan konsumen seiring dengan selera konsumen yang berbeda-beda dan cepat berubah dan penuh persaingan yang semakin ketat diantara perusahaan-perusahaan sejenis, melalui usaha penelitian dan pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan.

2. Pengembangan produk yang dilakukan oleh PT. Yasico adalah berupa memodifikasi produk lama, dan menciptakan produk yang betul – betul baru. Modifikasi dilakukan terhadap desain sepatu, warna, jenis bahan, tinggi hak, penambahan asesoris sebagai pelengkap dari desain sepatu tersebut.

3. Faktor-faktor yang mendorong PT. Yasico dalam mengembangkan produk adalah sebagai berikut :
 - a. Adanya perkembangan teknologi.
 - b. Adanya sumber daya manusia yang terampil.
 - c. Daur hidup produk yang pendek.
 - d. Selera konsumen yang berbeda-beda dan berubah-ubah.
 - e. Persaingan yang ketat.
 - f. Keinginan untuk meningkatkan laba.

4. Proses pengembangan produk yang dilakukan perusahaan adalah :
 - a. Penggalan ide
 - b. Pengujian konsep produk
 - c. Pengujian kelayakan bisnis
 - d. Komersialisasi

5. Berdasarkan analisa yang diperoleh dari data kuesioner maka diperoleh hasil bahwa :

d. Dari Tes nama dan kemasan :

- Mayoritas responden (80,00 %) mengatakan nama produk Daniella mudah diingat.
- Mayoritas responden (73,33 %) mengatakan nama produk mudah diucapkan.
- Mayoritas responden (80,00 %) mengatakan bahwa nama dan kemasan produk Daniella menarik dan sesuai dengan citra produk.

e. Dari Tes penggunaan :

- Mayoritas responden (76,67 %) menyukai desain produk.
- Mayoritas responden (76,67 %) mengatakan produk nyaman saat dipakai.
- Mayoritas responden (80,00 %) mengatakan desain produk bervariasi.
- 46,67 % responden menginginkan sepatu / selop dengan tinggi hak 6 cm, 33,33% responden menginginkan sepatu / selop dengan tinggi hak 4 cm,

dan 20,00% responden menginginkan sepatu / selop dengan tinggi 2 cm.

- 40,00% responden menyukai sepatu / selop dengan bahan kulit sintetis, 26,67% responden menginginkan sepatu / selop dengan bahan kulit asli, 20,00% responden menginginkan sepatu / selop dengan bahan kain, dan 13,33% responden menginginkan sepatu / selop dengan bahan karet sintetis.
- Mayoritas responden (76,67 %) mengatakan bahwa produk Daniella sudah sesuai dengan keinginan mereka.

f. Dari Tes segmen pasar

- Produk Daniella lebih diminati oleh mereka yang berumur diatas 46 tahun. (40,00 %),
- Produk Daniella diminati oleh wanita. (100 %)
- Produk Daniella lebih diminati mereka yang mempunyai latar belakang pendidikan Akademik. (33,33 %)
- Produk Daniella lebih diminati oleh Ibu Rumah Tangga. (53,33 %)

g. Dari Tes pasar :

- Sebanyak 53,34 % responden mengatakan pernah membeli produk Daniella sebelumnya, sebanyak 20,00 % responden mengatakan telah beberapa kali membeli produk Daniella sebelumnya, dan sebanyak 13,33 % responden mengatakan sering membeli produk Daniella sebelumnya. Maka dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (86,67 %) sudah pernah menggunakan produk Daniella sebelumnya.
- Persentase produk Daniella akan dibeli setelah dipasarkan adalah sebanyak 23,33 % mengatakan pasti akan membeli, dan sebanyak 53,34 % mengatakan mungkin akan membeli. Data ini berguna untuk memperkirakan tingkat penjualan setelah produk baru dipasarkan.

6. Berdasarkan analisa yang diperoleh dari data statistik maka diperoleh hasil bahwa :

a. Analisis Koefisien Korelasi

Dari hasil perhitungan Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman dapat disimpulkan bahwa antara biaya

pengembangan produk (variabel independen) dengan volume penjualan (variabel dependen) terdapat hubungan yang sangat erat dan searah. Hal ini berarti bahwa setiap kenaikan atau penurunan biaya pengembangan produk akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan terhadap volume penjualan sepatu dan selop Daniella.

b. Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil perhitungan diperoleh nilai dari koefisien determinasi adalah 86 %. Hal ini berarti pengaruh biaya pengembangan produk terhadap volume penjualan adalah sebesar 86 %, sedangkan sisanya sebesar 14 % dipengaruhi faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti seperti harga, promosi, pesaing, saluran distribusi, dan lain sebagainya.

c. Pengujian Hipotesis

Pada pengujian hipotesis dapat diketahui bahwa terdapat hubungan yang berarti / signifikan antara biaya pengembangan produk dengan peningkatan volume penjualan sepatu dan selop Daniella pada periode tahun 1999 s/d 2004. Pengembangan produk yang dilakukan perusahaan yaitu dengan cara merubah model, menambah variasi bahan dan

warna, menambahkan variasi tinggi hak sepatu serta menambahkan asesoris seperti gesper, pita, tali-tali, kancing besi dan asesoris lain ternyata mendapat tanggapan yang memuaskan dari konsumen. Ini terbukti dari volume penjualan yang terus meningkat seiring dengan meningkatnya biaya pengembangan produk dari tahun 1999 s/d 2004.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan , maka penulis ingin memberikan saran yang mungkin dapat berguna bagi PT. Yasico sebagai berikut :

1. Pengembangan produk yang dilakukan perusahaan harus dilakukan secara terus menerus, sebab pengembangan produk mempunyai peranan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan.
2. Dalam melakukan pengembangan produk perusahaan harus selalu memperhatikan apa yang diinginkan konsumen, apa yang sedang menjadi trend atau mode yang sedang berlangsung di masyarakat agar perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen.
3. Dalam melakukan pengembangan produk perusahaan harus memperhatikan selera konsumen yang berbeda-beda dan selera konsumen yang dengan cepat dapat berubah seiring dengan perkembangan mode.

4. Perusahaan harus mewaspadaai adanya pesaing-pesaing yang dapat meniru produk yang dihasilkan oleh perusahaan.
5. Untuk lebih memaksimalkan kegiatan pengembangan produk perusahaan dapat membuat departemen yang khusus menangani masalah pengembangan produk.