

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 KESIMPULAN

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

1. Berdasarkan hasil perhitungan statistik mengenai analisis korelasi diperoleh hasil r sebesar 0,98, hal ini berarti bahwa antara pengembangan produk dengan volume penjualan mempunyai hubungan yang positif, kuat dan searah. Sedangkan analisis determinasi diperoleh hasil d sebesar 97,65 % hal ini berarti volume penjualan perusahaan dipengaruhi oleh pengembangan produk sebesar 97,65 % sedangkan sisanya sebesar 2,35 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar pengembangan produk. Setelah dilakukan pengujian hipotesa untuk biaya total pengembangan dalam upaya meningkatkan volume penjualan, maka terlihat bahwa t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($7,36 > 4,30$), 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 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.
2. PT. Senswell International merupakan suatu badan produksi.. Pada saat ini perusahaan dapat menguasai pasar wewangian parfum dan berhasil menjadi pemimpin pasar di bidang mutu pada bisnis ini. Dengan semakin meningkatnya persaingan dibidang industri ini, parfum Senswell

menyadari perlu mengadakan dan melaksanakan suatu pengembangan produk dan mempertahankan pelanggannya.

3. Metoda yang digunakan dalam penetapan anggaran pengembangan produk oleh perusahaan yaitu metoda yang dapat dijangkau (Affordable Method), yaitu menetapkan anggaran pengembangan produk yang disesuaikan dengan kemampuan perusahaan untuk membiayainya. Biaya pengembangan produk yang dikeluarkan perusahaan setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan dan ini sejalan dengan peningkatan volume penjualan. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan pengembangan produk yang selama ini telah dilakukan mampu meningkatkan volume penjualan setiap tahunnya.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis penulis mengenai peranan pengembangan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan parfum Senswell, maka penulis mencoba memberikan saran-saran yang dapat dijadikan masukan untuk kebaikan perusahaan yaitu sebagai berikut:

1. Perusahaan perlu tetap melaksanakan kegiatan pengembangan produk untuk mempertahankan posisi perusahaan sebagai pemimpin pasar dibidang mutu bagi bisnis wewangian sejenis dan juga untuk menghadapi para pesaing yang semakin banyak jumlahnya
2. Perusahaan juga perlu mempertahankan hubungan baik dengan para penyalurnya, yaitu dengan mengembangkan kualitas pelayanan sehingga memberikan kepuasan pada para penyalur, sehingga mendorong mereka dalam meningkatkan volume penjualan. Kegiatan pengembangan produk harus didukung oleh promosi yang gencar pula agar produk baru yang

dikeluarkan atau dihasilkan perusahaan dapat dengan mudah diketahui konsumen

3. Pendidikan dan pelatihan sangatlah penting dalam melakukan pengembangan terhadap karyawan yang menangani produk dan penjualan. Pemberian pelatihan ini sebaiknya dilakukan secara kontinyu. Pelatihan yang baik harus mengandung unsure product and market Knowledge (pengetahuan tentang produk, pelanggan, dan pesaing). Perusahaan harus selalu melakukan survei pasar untuk mengetahui perkembangan yang ada di pasar dan untuk mengetahui keinginan para konsumen.