

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari hasil penelitian terkait strategi pengembangan produk untuk meningkatkan keunggulan kompetitif pada UD. Tri Mulya Onix Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung yang telah dipaparkan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persaingan industri yang sangat ketat menuntut bisnis mengembangkan berbagai strategi untuk meningkatkan pencapaian kinerjanya. Kondisi persaingan produk yang dihadapi oleh UD. Tri Mulya Onix yaitu dapat berkaitan dengan persaingan kualitas, harga, waktu pengiriman, inovasi produk, dan *time to market*.
2. Strategi yang dilakukan oleh UD. Tri Mulya Onix dalam meningkatkan keunggulan kompetitif yaitu dengan melakukan inovasi produk. Inovasi produk ini dilakukan dengan cara meng*upgrade* model desain agar tidak monoton. Selain itu UD. Tri Mulya Onix juga melakukan pengembangan produk dengan menciptakan produk baru yang belum ada sebelumnya. Pengembangan produk yang dilakukan oleh UD. Tri Mulya Onix melalui delapan tahapan sesuai dengan teori Philip Kotler yang meliputi penciptaan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi. Strategi dalam pengembangan

produk yang diterapkan yaitu strategi diferensiasi, strategi kepemimpinan biaya, dan strategi fokus. Selain itu, proses produksi yang dilakukan sudah sesuai dengan prinsip-prinsip produksi menurut ajaran Islam.

3. Kendala yang dihadapi oleh UD. Tri Mulya Onix dalam penerapan strategi pengembangan produk yaitu bentuk cetakan tidak sesuai dengan keinginan konsumen, pengendapan warna dan butiran terazzo, takaran warna maupun terazzo yang tidak sesuai, *pemboddy-an* (pembentukan) wastafel terazzo konkret, dan *coting* (pelapisan) yang belum sepenuhnya kering menyebabkan penempelan dikarton. Sedangkan solusi yang dilakukan oleh UD. Tri Mulya Onix dalam menghadapi kendala tersebut yaitu dengan membuat cetakan yang sempurna, menstabilkan pengadukan bahan dan membatik bagian yang kosong untuk produk yang kekurangan motif terazzo, membuat komposisi takaran yang tepat, dilakukan *service* pada produk terazzo konkret, dan melakukan pengeringan *coting* hingga benar-benar kering sebelum *dipacking*.

B. Saran

1. Bagi perusahaan UD. Tri Mulya Onix

Perusahaan UD. Tri Mulya Onix harus terus mengembangkan produk untuk mempertahankan posisi yang telah dicapai perusahaan selama ini dan juga untuk mengantisipasi pasra pesaing agar tidak dapat meniru produk dari UD. Tri Mulya Onix. Selain itu, pelatihan dan pendidikan sangat penting untuk membuat karyawan lebih kompeten.

UD. Tri Mulya Onix juga harus menjaga hubungan baik dengan pelanggan dengan cara memberikan kualitas dan pelayanan yang baik.

2. Bagi Pemerintah

Pemerintah diharapkan dapat turut serta membantu usaha mikro dan makro untuk mengembangkan dan memproduksi produk unggulan serta memfasilitasi dan mempermudah pengurusan izin usaha untuk mendorong terciptanya usaha baru.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan variabel-variabel terkait dengan strategi pengembangan produk untuk meningkatkan keunggulan bersaing, sehingga aspek kemahiran berbahasa yang belum terfasilitasi pengukurannya dapat diteliti agar lebih baik untuk kedepannya dan dapat bermanfaat bagi orang lain di masa depan.