

## **BAB V**

### **PEMBAHASAN**

#### **A. Strategi pengembangan produk alat dapur yang dilakukan oleh PT.**

##### **Gemilang Logam untuk meningkatkan volume penjualan**

Melaksanakan rencana Strategi pengembangan produk bagi perusahaan sangatlah penting untuk kelangsungan hidup perusahaan, perusahaan membutuhkan perencanaan yang matang agar dapat bersaing dengan para pesaing. Hal tersebut menjadi sangat dibutuhkan oleh sebuah perusahaan, karena perusahaan tidak akan hanya mengandalkan produk-produk yang sudah ada tetapi inovasi dan pengembangan produk-produk baru juga sangat di perlukan untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen yang setiap saat akan mengalami perubahan.

Perusahaan harus mampu membaca situasi dan selera yang dibutuhkan seorang konsumen. Maka dari itu suatu perusahaan harus mampu menciptakan sebuah produk yang memiliki keunikan, kualitas, dan keunggulan yang berbeda dari produk yang dihasilkan oleh perusahaan lain supaya menaikkan minat konsumen dan daya tarik serta meningkatkan volume penjualan suatu perusahaan.

Berdasarkan observasi dan wawancara yang sudah dilakukan, bahwa perusahaan PT. Gemilang Logam berusaha bertahan, memperkuat posisi, dan memperluas pangsa pasar yang lebih besar dengan menggunakan tambahan pilihan produk atau jasa baru. Dalam melakukan pengembangan produk baru, perusahaan akan menghadapi berbagai macam kendala. Untuk menghadapi

kendala tersebut maka perusahaan harus memiliki seperangkat strategi yang tepat dalam menghadapi setiap perubahan bisnis yang mungkin terjadi. Strategi pengembangan produk dilakukan untuk meningkatkan volume penjualan dengan cara menambah dan menciptakan inovasi baru pada produk-produk alat dapur. dalam pelaksanaan kegiatan pengembangan produk di PT. Gemilang Logam pemilik telah menggunakan indikator strategi yaitu kualitas produk, varian produk, gaya dan desain produk.

#### 1. Kualitas Produk

Strategi dalam perusahaan PT. Gemilang Logam untuk meningkatkan volume penjualan yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan pelayanan, dan melakukan perkembangan pada produk lama dengan produk-produk baru namun tetap mempertahankan kualitas produk. Dari ketiga strategi tersebut mampu meningkatkan penjualan perusahaan. Kualitas produk menjadi bagian utama untuk meningkatkan konsumen dalam membeli suatu produk. Produk yang ditawarkan kepada konsumen harus benar-benar teruji dan memiliki kualitas yang terbaik. Pada PT. Gemilang Logam dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan selalu menjaga kualitas produk tanpa mengurangi sedikitpun dari yang sudah ditentukan, serta memberikan pelayanan yang terbaik dengan harapan konsumen merasa puas. Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan bertujuan untuk meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli serta untuk mengetahui keluhan dari pelanggan atas kekurangan dari produk yang ditawarkan, dan untuk menarik minat

konsumen perusahaan selalu akan melakukan pengembangan produk dengan menciptakan inovasi-inovasi baru demi kemajuan perusahaan.

Hal ini sesuai dengan teori Philip Kotler dan G. Amstrong dalam bukunya *marketing* yang menjelaskan bahwa Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan.<sup>1</sup> Strategi ini merujuk pada peningkatan kecepatan dan ketetapan pelayanan terhadap konsumen. Jadi strategi peningkatan kualitas produk merupakan strategi yang dilakukan perusahaan dengan tujuan memenuhi kepuasan konsumen.<sup>2</sup>

## 2. Varian Produk

Strategi peningkatan keistimewaan perusahaan selalu menciptakan inovasi-inovasi dari segi bentuk, ukuran, dan warna. Untuk pembuatan produk baru PT. Gemilang Logam sudah menggunakan peralatan modern, yang awalnya menggunakan cat celup/manual sekarang menggunakan tehnik powder coating. Untuk jenis produk baru selalu mengikuti pada trend yang ada, agar selalu melakukan perkembangan pada setiap produk. Produk yang ditawarkan dan dijual memiliki kualitas yang unggul di pasar dan memiliki ciri khas tersendiri berbeda dengan produk lain. Bahan baku yang digunakan adalah plat dan stenlis steel walaupun produk yang kita hasilkan sama dengan perusahaan lain namun pasti ada perbedaannya, baik dari segi kualitas, bahan baku, harga dan lain sebagainya.

---

<sup>1</sup> Philip Kotler dan G. Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2010), hal 97

<sup>2</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, edisi III, (Yogyakarta: CV.Andi Offset 2008), Hal 118

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori dari Philip Kotler dan G. Amstrong dalam bukunya *marketing* yang menyatakan varian produk dapat disebut sebagai sebuah sarana atau alat yang kompetitif dan pembeda antara produk yang diciptakan oleh sebuah perusahaan dengan produk pesaingnya. Strategi ini bertujuan untuk menambah keistimewaan baru (seperti ukuran, berat, bahan, kelengkapan tambahan, aksesoris) yang memperluas keanekaragaman, keamanan atau kenyamanan produk.<sup>3</sup>

### 3. Gaya dan Desain Produk

PT. Gemilang Logam memiliki strategi dalam peningkatan gaya yaitu dengan selalu memperhatikan kerapian dari desain dan gaya produknya. Dari segi ukuran, warna ataupun bentuk. Selalu menjaga konsistensi dan juga nilai estetika yang sudah ada. Untuk desain produknya sendiri sudah ditentukan menggunakan mesin. Dari segi bentuk, warna dan juga ukurannya sudah ditentukan tidak pernah ada perubahan karena dan benar-benar memperhatikan setiap detail desain produk sebelum ditawarkan kepada konsumen. Seperti yang diungkapkan Philip Kotler dan G. Amstrong menjelaskan bahwa desain produk merupakan suatu usaha untuk menentukan sejenis produk yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik estetis suatu produk, seperti perusahaan memperkenalkan variasi warna, dan tekstur serta sering merubah gaya kemasan.<sup>4</sup> Strategi ini merujuk pada peningkatan nilai tampilan dari suatu produk, seperti

---

<sup>3</sup> Philip Kotler dan G. Amstrong...hal 97

<sup>4</sup> *Ibid.*,

pemilihan warna yang tepat, rancangan desain yang bagus, serta bentuk kemasan yang menarik. Desain produk sendiri merupakan totalitas keistimewaan yang dapat mempengaruhi penampilan dan fungsi suatu produk dari segi kebutuhan konsumen.

Dari hasil analisa yang dilakukan penulis memiliki kecocokan yang telah dikemukakan oleh Philip Kotler yaitu strategi pengembangan produk ada tiga yaitu Strategi peningkatan kualitas (*quality improvement*), Strategi peningkatan keistimewaan (*feature improvement*), Strategi peningkatan gaya (*style improvement*).

Penelitian ini juga didukung penelitian sebelumnya oleh Mohammad Ato'illah,<sup>5</sup> yang menganalisis perkembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan pupuk menyatakan bahwa dengan perencanaan dan pengembangan produk maka akan timbul persepsi bahwa ada kesempatan (*opportunity*) di pasar, dimana akan terjadi produksi, penjualan, dan pengiriman. Untuk mengikuti perkembangan dan kebutuhan konsumen perlu melakukan pengembangan produk hal ini dilakukan untuk mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan hidup perusahaan. Untuk itu pengembangan produk sangat berpengaruh terhadap volume penjualan perusahaan.

---

<sup>5</sup> Mohammad Ato'illah, "Analisis pengembangan Produk untuk Meningkatkan Volume Penjualan Pupuk", *Jurnal WIGA*, vol. 5 no. 1, maret 2015, hal. 72

## **B. Kendala yang dihadapi PT. Gemilang Logam dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan**

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan produk PT. Gemilang Logam sebagai mana yang telah disebutkan diatas, maka penulis menganalisa kendala yang dihadapi dan diterapkan oleh PT.Gemilang Logam dalam penerapan strategi pengembangan produk.

### **1. Bahan Baku**

PT. Gemilang perusahaan selalu mengutamakan kualitas bahan baku, bahan yang digunakan yaitu plat dan stenlis steel. Bahan baku terkadang juga mengalami hambatan harga bahan baku yang tidak stabil dan keterlambatan bahan baku ini sangat berpengaruh sekali bagi perusahaan, jika bahan baku yang dibutuhkan terlambat maka proses produksi akan mengalami keterhambatan dan perusahaan tidak akan memenuhi target.

Hasil penelitian ini sesuai dari teori Philip Kotler dalam bukunya *marketing* yang menyatakan bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat bahkan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar negeri dengan adanya harga bahan baku yang tidak stabil dan dan keterlambatan bahan baku merupakan salah satu hambatan dalam proses produksi bagi perusahaan.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> Frans M. Rayon,...hal. 91

## 2. Persaingan Pasar

PT. Gemilang Logam selalu berfikir positif tentang persaingan. Walaupun banyak perusahaan yang memproduksi barang yang sama dengan kualitas dan harga yang berbeda-beda perusahaan memiliki cara. Adanya persaingan ini menyebabkan perusahaan harus menciptakan produk yang berbeda dengan yang lain, walaupun produk yang diciptakan kadang ada yang meniru tapi produk yang dimiliki ada ciri khas tersendiri dari segi bahannya yang lebih tipis atau tebal, corak, bahan baku yang digunakan dan lain sebagainya. William J. Stanton menyatakan persaingan yang ketat diantara perusahaan yang sejenis membuat perusahaan harus berusaha untuk selalu mengembangkan produknya dengan harapan dapat menyaingi volume produksi pesaing. Perusahaan juga mempunyai keinginan untuk memperkuat posisi produknya di pasar serta untuk memperluas pasar sehingga meningkatkan volume laba perusahaan.<sup>7</sup>

Dari hasil analisa yang dilakukan oleh penulis, memiliki kecocokan dengan teori yang telah dikemukakan Philip Kotler dan G. Amstrong serta William J. Stanton. Putu Agus Samara Jaya menjelaskan dalam penelitiannya untuk menenangkan persaingan, sebuah perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Tujuan tersebut bisa tercapai

---

<sup>7</sup> Marisi Butarbutar, dkk, ...hal. 188

apabila perusahaan memiliki konsep pemasaran yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga mau melakukan kegiatan pembelian.<sup>8</sup>

Penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian dari Hanid Tsuwaibatul Baroroh yang berjudul strategi pengembangan usaha home industry alat dapur didusun Umbut Sewu Desa kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung menggunakan analisis SWOT yang membahas sejauh mana program pengembangan usaha yang dilakukan oleh home industry alat dapur Gajah Steel Tulungagung agar tujuannya tercapa<sup>9</sup>

### **C. Solusi yang dilakukan PT. Gemilang Logam untuk menghadapi kendala dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan**

Berdasarkan penelitian mengenai strategi pengembangan produk PT. Gemilang Logam sebagai mana yang telah disebutkan diatas, maka penulis menganalisa solusi yang dilakukan dan diterapkan oleh PT.Gemilang Logam dalam penerapan strategi pengembangan produk:

#### **1. Bahan Baku**

Solusi yang dilakukan untuk meminimalisir kendala yang terjadi pada PT. Gemilang Logam ketika harga bahan baku naik dan mengalami kelangkaan yaitu biasanya perusahaan menyetok bahan baku yang cukup

---

<sup>8</sup> Putu Agus Samara Jaya, “Pengaruh Biaya Promosi dan Harga Jual Terhadap Volume Penjualan Dupa pada Putra Mas di Desa Bulian Tahun 2010-2014”, *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*,

<sup>9</sup> Hanid Tsuwaibatul Baroroh, “ Strategi Pengembangan Usaha home Industri Alat Dapur di Dusun Umbut Sewu Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung ”, *Skripsi IAIN Tulungagung*, 2019, diakses pada tanggal 23 September 2021 pukul 1:17



banyak di gudangan selain itu juga mencari supplier lain sebagai pemasok bahan baku cadangan jika terjadi kendala.

Penelitian ini sesuai dengan teori dari Frans M. Rayon pada bukunya yang berjudul strategi sukses pemasaran produk baru yang ,enjelaskan bahwa Bahan baku adalah salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi kegiatan produksi suatu industri. Tanpa bahan baku yang cukup maka proses produksi dapat terhambat bahkan terhenti. Untuk itu pasokan bahan mentah yang cukup baik dari dalam maupun luar negri dapat memperlancar dan mempercepat perkembangan suatu industri.<sup>10</sup>

## 2. Persaingan Pasar

Untuk mengatasi kendala persaingan pasar yang ketar tersebut yang dilakukan PT. Gemilang Logam yakni dengan selalu mengedepankan keunggulan produk dan lebih kreatif dalam berinovasi pada produk, agar setiap produk yang diciptakan perusahaan dapat diterima oleh konsumen.

Penelitan ini sesuai dengan teori dari Marisi Butarbutar, dkk pada bukunya Manajemen Pemasaran yang menjelaskan bahwa dengan adanya persaingan yang kuat antara perusahaan yang sejenis, akan mendorong suatu perusahaan untuk selalu melakukan pengembangan produknya. Hal tersebut dengan harapan agar dapat menyaingi atau memenamngkan persaingan dengan perusahaan sejenis.<sup>11</sup>

---

<sup>10</sup> Frans M. Rayon,...hal. 91

<sup>11</sup> Marisi Butarbutar,...hal.188

## ***BAB VI***

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pembahasan oleh peneliti dapat ditarik kesimpulan mengenai strategi pengembangan produk alat dapur dalam meningkatkan volume penjualan pada PT. Gemilang Logam Ngunut Tulungagung yang telah dipaparan dalam bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi pengembangan produk alat dapur yang dilakukan oleh PT. Gemilang Logam untuk meningkatkan volume penjualan adalah strategi peningkatan kualitas (*quality improvement*), Strategi peningkatan keistimewaan (*feature improvement*), Strategi peningkatan gaya (*style improvement*). Strategi pengembangan produk dilakukan pada peningkatan kualitas yaitu selalu memperhatikan kualitas suatu produk sebelum ditawarkan kepada konsumen, dengan cara membuat produk menjadi semenarik mungkin, menguji ketahanan suatu produk tersebut dan juga memastikan bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk yang berkualitas serta serta memberikan pelayanan yang terbaik dengan harapan konsumen merasa puas. Strategi pengembangan produk dilakukan pada peningkatan keistimewaan yaitu dengan menciptakan inovasi-inovasi dari segi bentuk, ukuran, dan warna yang berbeda-beda. Strategi pengembangan produk dilakukan pada

peningkatan gaya yaitu selalu memperhatikan kerapian dari desain produk sehingga dapat meningkatkan volume penjualan perusahaan PT. Gemilang Logam.

2. Kendala dan solusi yang dihadapi PT. Gemilang Logam dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan antara lain:  
Kendala yang dihadapi PT. Gemilang Logam dalam proses pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan adalah harga bahan baku yang naik dan terlambat, karyawan yang tidak disiplin, dan persaingan dipasar yang semakin ketat menuntut perusahaan harus mengatur strategi pemasaran yang pas agar sesuai dengan pasar. Solusinya yang diberikan ketika terjadi kendala harga bahan baku yang tidak stabil dan keterlambatan bahan baku yang dilakukan perusahaan adalah akan menaikkan harga jual produk tetapi tetap mengutamakan kualitas produk dan ketika bahan baku mengalami keterlambatan kita segera mencari supplier bahan baku lain. Solusi karyawan yang tidak disiplin yang dapat menghambat kelancaran perusahaan yaitu dengan memberikan peringatan tegas dan memberikan sanksi berupa surat peringatan. Solusi untuk kendala persaingan pasar baik dari produk yang dihasilkan sama dengan perusahaan lain dan persaingan harga jual yaitu perusahaan selalu mengedepankan keunggulan produk dan lebih kreatif dalam berinovasi pada produk, agar setiap produk yang diciptakan perusahaan dapat diterima oleh konsumen.

## **B. SARAN**

Setelah dilakukan penelitian, terdapat beberapa saran yang penulis dapat sampaikan, berdasarkan penelitian yang dilakukan terkait strategi pengembangan produk alat dapur dalam meningkatkan volume penjualan PT. Gemilang Logam Ngunut Tulungagung ini sudah berjalan dengan baik, namun alangkah baiknya jika beberapa hal dapat dioptimalkan lagi. Hal ini dapat dirangkum dalam saran penulis kepada beberapa pihak antara lain:

### **a. Bagi PT. Gemilang Logam Tulungagung**

Sejauh ini pengembangan produk untuk meningkatkan volume penjualan yang dilakukan PT. Gemilang Logam, semoga kedepannya produk yang dihasilkan dapat menciptakan inovasi-inovasi yang lebih banyak dan bervariasi lagi sehingga mampu meningkatkan volume penjualan dan mampu memperluas bisnis.

### **b. Bagi Akademik**

Penelitian ini diharapkan kedepannya dapat menjadi bahan referensi dan menambah wawasan keilmuan yang ada di IAIN Tulungagung, untuk itu perlu adanya penguatan teori terkait dengan topik yang ada dalam penelitian ini. Pihak kampus sebaiknya lebih banyak menyediakan referensi berupa buku tentang strategi pengembangan produk. Dengan

demikian diharapkan dapat mendukung dilaksanakannya penelitian yang sejenis untuk kedepannya.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian yang dilakukan oleh peneliti masih ada keterbatasan maka diharapkan penelitian ini bisa dilanjutkan oleh peneliti selanjutnya dengan objek atau sudut pandang yang berbeda sehingga dapat menambah pengetahuan terkait strategi pengembangan produk.