

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.