

BAB V

PEMBAHASAN

A. Pembahasan Tentang Strategi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Produk

Berdasarkan temuan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan pada produk yang terjadi pada usaha *Abid fresh* yang berada di Dusun Krajan Rt 004/Rw 001, Desa Jarakan, Kecamatan Gondang, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur. Pada usaha ini termasuk usaha yang banyak sekali memiliki pesaing dengan jenis yang sama yaitu minuman. Dikarenakan memiliki pesaing yang cukup banyak dapat menuntut usaha ini untuk melakukan yang terbaik dan memiliki pembeda dari produk sejenis lainnya. pemilik usaha melakukan inovasi-inovasi yang kreatif mungkin dalam menciptakan atau memperbaiki produk. Untuk itu sangat diperlukan adanya strategi dalam pengembangan produk yang dilakukan untuk peningkatan volume penjualan pada produk *Abid Fresh*. Dalam pengembangan suatu produk terdapat beberapa tahapan yang terdiri dari proses pencetusan gagasan, penyaringan gagasan, pengujian dan pengembangan konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan yang terakhir adalah komersialisasi. Seperti yang diterapkan pada usaha *Abid Fresh* ini tahapan-tahapan yang dapat dilakukan dengan baik dan maksimal maka akan dapat membantu dalam mencapai tujuan perusahaan salahsatunya yaitu meningkatkan volume penjualan.

Selain itu tahapan dari strategi yang dilakukan ini apabila dilakukan dengan tepat juga akan dapat mempertahankan dan mengembangkan kelangsungan usaha. Adapun tahapan yang diterapkan oleh usaha *Abid Fresh* adalah sebagai berikut:

1. Pencetusan gagasan

Pencetusan gagasan merupakan hal utama yang dilakukan pada suatu usaha dan yang dilakukan pada usaha *Abid Fresh* ini dalam mencetuskan gagasannya yang berasal dari pemikiran pemilik usaha ini sendiri yang pada awalnya pemilik usaha melakukan pelatihan yang berada di kota Malang. Pelatihan yang diikuti yaitu pelatihan berupa pelatihan pembuatan minuman sari apel lalu pemilik usaha memiliki ide atau gagasan untuk menerapkan ilmu dari pelatihannya kepada buah belimbing dikarenakan buah belimbing sendiri banyak dijumpai dan banyak dibudidayakan di kota Tulungagung.

Proses pencetusan gagasan menurut Tengku Firli Musfar yaitu merupakan proses awal yang digunakan dalam pengembangan produk. Pencetusan gagasan merupakan suatu pencarian yang sistematis terhadap ide-ide suatu produk. Dalam suatu perusahaan biasanya harus mengeluarkan banyak gagasan yang terbaru dan baik untuk diterapkan dan tentunya harus sesuai dengan bidang usaha yang dijalankan. Pencetusan atau penciptaan suatu gagasan ini dapat diperoleh melalui berbagai sumber yaitu mulai dari sumber internal, pelanggan, pemasok, pesaing, distributor, dan lain-lain. Sumber internal yang dimaksud yaitu sumber yang berasal dari dalam

perusahaan yaitu mulai dari pemilik usaha, karyawan, dan orang-orang yang berhubungan dan berada didalam perusahaan.⁶⁹

2. Penyaringan gagasan

Penyaringan gagasan dilakukan setelah adanya pencetusan gagasan. Dalam penyaringan gagasan yang dilakukan oleh pemilik usaha yaitu dengan mempertimbangkan dengan baik gagasan yang telah dicetuskan. Kemudian pemilik usaha dengan yakin setelah mempertimbangkan dengan baik untuk membuat produk tersebut dikarenakan pasokan buah belimbing atau bahan utama yang digunakan mudah dijumpai dan pemilik usaha memiliki kebun belimbing sendiri untuk lebih mudah dalam penerapan pembuatan produk.

Tahapan penyaringan gagasan, menurut Tengku Firli Musfar pada tahapan ini merupakan tahapan yang digunakan untuk menyaring gagasan yang sudah diutarakan, penyaringan sejumlah gagasan yang dilihat cukup baik dan menyisihkan gagasan yang baik tersebut untuk kemudian akan dilakukan penyesuaian dengan sumberdaya perusahaan.⁷⁰

3. Pengujian dan pengembangan konsep

Pengujian dan pengembangan konsep yang dilakukan yaitu berupa pengembangan konsep yang akan diterapkan pada produknya. Pengembangan yang dilakukan mulai dari produk yang dibuat kemudian dikembangkan lagi berupa kemasan yang akan dijadikan pendukung oleh

⁶⁹ Tengku Firli Musfar, *Manajemen Pemasaran*, (Bandung: CV. Media Sains Indonesia, 2020), hal 65.

⁷⁰ *Ibid.*, hal 67.

adanya produk yang dibuat. Beberapa konsep yang dibuat serta dikembangkan oleh pemilik usaha juga dipertimbangkan dengan sangat baik dan sesuai dengan kemampuan perusahaan.

Tahapan pengujian dan pengembangan konsep menurut Tengku Firli Musfar tahapan ini merupakan tahapan yang gagasan telah lolos dari tahap penyaringan menjadi suatu konsep produk yang nantinya akan dikembangkan dan akan dilakukan juga pengujian. Pada tahapan ini merupakan pengembangan gagasan yang akan menjadi alternative konsep pada produk, yang akan diketahui sejauh mana setiap konsep yang dibuat akan menarik perhatian para konsumen. Pada tahapan ini harus dirancang dengan baik supaya dapat mengetahui bagaimana reaksi dari para pelanggan terhadap setiap produk tersebut.⁷¹

4. Pengembangan strategi pemasaran

Pengembangan strategi pemasaran juga merupakan suatu hal sangat penting dilakukan karena dengan ini produk dapat dikenalkan ke pasaran dan dikenal oleh konsumen. Dalam pengembangan strategi pemasaran yang dilakukan oleh usaha *Abid Fresh* adalah dengan cara memperkenalkan produk melalui media online dan offline. Tetapi pemilik usaha setelah mempertimbangkan dan mengkalkulasinya maka pemasaran yang menurutnya lebih efektif untuk dilakukan yaitu dengan pemasaran offline karena adanya beberapa kendala apabila dilakukan dengan media online.

⁷¹ *Ibid.*, hal 68.

Tahapan pengembangan strategi pemasaran menurut Tengku Firli Musfar setelah melalui tahapan dari pengembangan konsep maka tahapan yang dilakukan selanjutnya yaitu pengembangan rencana dalam pemasaran yang dilakukan untuk memperkenalkan produk ke pasaran dan akan dilakukan banyak perbaikan dan penyempurnaan pada proses selanjutnya.⁷²

5. Analisis bisnis

Analisis bisnis merupakan hal yang juga penting untuk dilakukan dalam pengembangan suatu usaha. Dengan dilakukannya analisis bisnis dapat diketahui bagaimana proyeksi penjualan, berapa biaya yang diperlukan, dan yang akan dicapai. Dalam analisis bisnis yang dilakukan oleh usaha *Abid Fresh* yaitu menganalisis beberapa pesaing usaha yang sejenis minuman pabrikan yang sejenis dengan usaha *Abid Fresh* dan setelah dilakukan beberapa analisis usaha *Abid Fresh* lebih mengutamakan bahan dasar yang menggunakan bahan asli atau alami tanpa menggunakan perasa buatan dan mengutamakan keaslian produknya. Untuk harga dari produk *Abid Fresh* ini tentunya berbeda dan sedikit lebih mahal karena kualitas yang diutamakan oleh pemilik usaha.

Tahapan analisis bisnis menurut Tengku Firli Musfar pada analisis bisnis hal yang dilakukan yaitu pengevaluasian suatu daya tarik dari usulan-usulan bisnis. Pada tahapan ini juga memerlukan proyeksi penjualan, berapa biaya yang diperlukan, dan yang akan dicapai, semua itu juga harus sesuai

⁷² *Ibid.*, hal 68.

dengan tujuan suatu usaha. Menurut penjelasan Stanton yang dikutip pada buku Tengku Firli Musfar bahwa analisis bisnis terdiri dari 4 (empat) langkah yaitu:⁷³

- a. Mengidentifikasi bagaimana ciri-ciri suatu produk.
 - b. Dilakukan perkiraan terhadap permintaan pasar dan para pesaing untuk kemungkinan produk dapat menghasilkan laba.
 - c. Melakukan penyusunan program yang dilakukan untuk pengembangan produk.
 - d. Melakukan penetapan tanggungjawab yang dilakukan untuk penelitian yang lebih lanjut terkait kemungkinan pada pelaksanaan produksi.
6. Pengembangan produk

Pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha *Abid Fresh* yaitu dengan menambah beberapa inovasi produk. Pemilik usaha memiliki beberapa inovasi yang digunakan untuk mengembangkan produk usahanya yang dengan menggunakan bahan yang sama dengan olahan yang berbeda. Dengan inovasi yang diperoleh oleh pemilik usaha yaitu dengan mempertimbangkan olahan buah belimbing yang tidak terpakai daripada hanya dibuang sia-sia maka buah belimbing pun juga dibuat olahan berupa selai, manisan, dan dodol belimbing. Dengan begitu produk dari *Abid Fresh* ini bertambah jenis nya.

⁷³ *Ibid.*, hal 68.

Tahapan pengembangan produk menurut Tengku Firli Musfar pada tahapan ini yang dilakukan yaitu melanjutkan proses-proses yang telah dilakukan pada sebelumnya yaitu pada konsep produk yang telah dilakukan analisis dan yang dapat diterima dengan baik maka akan dilakukan pengembangan menjadi produk utuh secara fisik.⁷⁴

7. Pengujian pasar

Pengujian pasar merupakan tahapan yang juga sangat penting untuk dilakukan yaitu dimana produk yang dibuat akan masuk kedalam kondisi yang nyata dan dipasarkan sebagai tahap pengujian. Yang dilakukan usaha *Abid Fresh* dalam menjalankan pengujian pasarnya yaitu dengan mencoba menjual produk pada toko oleh-oleh dan juga mencoba untuk memasuki supermarket dengan jumlah kecil dan ternyata produk banyak disukai oleh konsumen. Dengan begitu pemilik usaha memperkenalkan produknya juga melalui media online dan mengikuti pameran-pameran.

Tahap pengujian pasar menurut Tengku Firli Musfar pada tahapan ini sudah melewati tahapan dalam proses pengembangan produk, langkah selanjutnya yang akan dilakukan yaitu melakukan pemrosesan produk dan program pemasarannya memasuki kondisi yang lebih nyata. Dalam dilakukannya pengujian pasar yang memiliki tujuan untuk menguji produk itu sendiri kedalam situasi pemasaran yang sebenarnya. Maka dari itu hasil yang akan didapat dari pengujian pasar dapat dijadikan bahan evaluasi

⁷⁴ *Ibid.*, hal 68.

bagaimana penjualan produk yang dilakukan. Pengujian pasar ini dilakukan untuk:⁷⁵

- a. Dilakukan untuk mengetahui bagaimana penjualan pada masa yang akan datang yang akan lebih dipercaya.
- b. Dilakukan pengujian pada awal dalam rencana pemasaran.
- c. Dilakukan untuk mengetahui dan menentukan apa saja sumber dari kegagalan pada produk yang dipasarkan.

8. Komersialisasi

Pada tahapan yang terakhir yaitu tahapan komersialisasi yaitu tahapan apakah produk layak untuk diluncurkan atau tidak melalui pertimbangan-pertimbangan yang sudah dilakukan. Dalam usaha *Abid Fresh* ini setelah melalui berbagai tahapan dan produk sudah benar-benar siap untuk di luncurkan untuk diperjual belikan yan juga sudah menarik minat beli konsumen. Tetapi pada usaha *Abid Fresh* ini setelah dilakukan pertimbangan pada segi kendala dan tentunya memiliki kendala berupa kurang maksimalnya produksi karena produk diolah dengan manual jadi kecepatan produksi produk akan kalah dengan produksi pabrik, dengan begitu perusahaan tidak mampu dalam mencukupi permintaan banyaknya konsumen.

Tahapan komersialisasi menurut Tengku Firli Musfar pada tahapan ini merupakan tahapan dimana pengujian pasar yang dilakukan dapat

⁷⁵ *Ibid.*, hal 69.

memberikan evaluasi bahkan informasi yang akan dijadikan penentu keputusan apakah produk jadi atau tidaknya untuk diluncurkan oleh perusahaan dan tentunya akan dilakukan pengambilan keputusan dengan pertimbangan yang matang dan dilakukan dengan maksimal.⁷⁶

Dari tahapan-tahapan yang telah dilalui dalam pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha *Abid Fresh* tentunya sangat berpengaruh terhadap peningkatan volume penjualan apabila dalam pengembangan produk yang dilakukan melalui tahapan dan dilakukan dengan proses yang baik dan maksimal yang akan membuat volume penjualan meningkat.

Hasil penelitian ini sesuai dengan buku Tengku Firli Musfar bahwa tahapan yang dilakukan pada usaha ini juga menggunakan 8 (delapan) tahapan yang juga disebutkan pada buku Tengku Firli Musfar yaitu proses pencetusan gagasan, penyaringan gagasan, pengujian dan pengembangan konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan yang terakhir adalah komersialisasi.

Penelitian yang dilakukan ini juga sesuai dengan hasil dari penelitian oleh Titik Cuciana dengan judul “Analisis Peran Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan yang berupa konsep dari suatu pengembangan produk yang dilakukan.”⁷⁷ Dengan pengembangan

⁷⁶ *Ibid.*, hal 70.

⁷⁷ Titik Cucuana, “Skripsi: Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. WWidagdo Rahayu Pacitan”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), hal 61.

atau menambah jenis produk baru yang digunakan untuk menarik minat beli konsumen yang akan menambah volume penjualan.

Sedangkan menurut penelitian yang dilakukan oleh Lina Karlinda Sari dengan judul “Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan”. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan yaitu yang digunakan dalam strategi pengembangan produk ini menggunakan strategi meningkatkan penjualan melalui modifikasi produk sebelumnya dengan cara memperbaiki produk yang ada sekaligus meningkatkan mutu dari produk.⁷⁸ Persamaan yang terdapat dalam penelitian ini yaitu berupa memodifikasi suatu produk untuk dilakukan inovasi yang lebih menarik yang tentunya akan lebih memberikan daya tarik pada konsumen. Pada usaha *Abid Fresh* juga melakukan modifikasi pada kemasan yang digunakan untuk produknya.

B. Pembahasan Tentang Faktor Pendukung dan penghambat dalam Pengembangan Produk

Terdapat beberapa Faktor pendukung dan penghambat yang terdapat dalam usaha *Abid Fresh* yaitu untuk faktor pendukung yang mempengaruhi pada usaha ini adalah terdapat pada bahan utama produk, bahan dari produk yang digunakan yaitu berasal dari buah belimbing asli yang buahnya sendiri berasal dari kebun milik ibu Puji Astutik sendiri dengan begitu produk yang dihasilkan akan terjamin mutu dan

⁷⁸ Lina Karlinda Sari, “Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Pada CV. Kajeye Food, Blimbing – Malang)”, *Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis*, 2018, Vol 7 No 2, hal 44.

keaslian produknya. Faktor pendukung lainnya yaitu dilihat dari pemasarannya yang dapat dipasarkan pada toko oleh-oleh maupun supermarket dan dapat bersaing dengan produk sejenis lainnya dengan begitu produk *Abid Fresh* ini dapat dikenal luas oleh konsumen. Faktor pendukung selanjutnya yaitu pada produk terdapat kemasan yang menarik setelah dibuat inovasi kemasan yang ekonomis yang menjadikan konsumen tertarik pada produk tersebut. Dengan adanya mutu dan juga inovasi pada kemasan yang lebih ekonomis maka dapat ditentukan juga harga jual yang ditentukan pada pasaran produk.

Usaha *Abid Fresh* ini juga memiliki faktor penghambat yang mempengaruhi volume penjualannya. Faktor penghambat dari usaha ini yaitu berupa persaingan yang ada sangatlah banyak, selain itu produksi dari usaha *Abid Fresh* ini masih menggunakan cara yang manual dan berbeda dengan produksi pabrikan yang mampu menghasilkan produk dengan cepat. Selain itu dari bahan baku sendiri juga terdapat beberapa kendala yaitu dikarenakan bahan baku berasal dari buah asli maka dalam melakukan produksi harus memiliki bahan baku yang cukup sedangkan dari bahan baku sendiri kadang terlambat dikarenakan menunggu buah untuk siap dipanen. Faktor penghambat yang selanjutnya yaitu berasal dari pengembangan usaha yang tentunya harus dikembangkan dan dipasarkan ke berbagai daerah tetapi pada usaha *Abid Fresh* ini mengalami kendala pada pengiriman yang dilakukan untuk mengirim produk sampai ke tangan konsumen. Dan apabila dilakukan penjualan menggunakan sistem online dan menggunakan jasa kirim setelah

dikalkulasi dan dipertimbangkan oleh pemilik usaha maka hanya akan diberatkan pada jasa pengiriman yang mahal karena berat dari produk.

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan maka hasil dari penelitian ini sesuai dengan pernyataan Kotler dan Hakim Simanjuntak yang menyatakan ada 5 (lima) faktor yang dapat mempengaruhi penjualan yaitu yang pertama adalah harga jual, harga jual merupakan faktor yang sangat penting dan dapat mempengaruhi penjualan produk. Kedua yaitu produk, produk merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat volume penjualan karena produk merupakan suatu barang yang akan ditawarkan kepada konsumen dengan mempertimbangkan adanya tingkat kebutuhan dan manfaat. Ketiga yaitu biaya promosi, biaya promosi ini diadakan untuk kebutuhan promosi produk yang dilakukan oleh sebuah perusahaan untuk menarik minat beli para konsumen terhadap barang atau produk tersebut. Kekempat yaitu saluran distribusi, pada saluran distribusi ini digunakan untuk menyampaikan suatu dana penyaluran barang yang telah ditawarkan pada konsumen. Kelima atau yang terakhir yaitu mutu, mutu merupakan hal yang sangat penting dalam suatu produk sebagai pembandingan atau mebeda dengan produk lainnya. mutu juga sangat mempengaruhi adanya volume penjualan dikarenakan dengan adanya mutu yang baik maka konsumen akan lebih loyal terhadap produk dan akan dijadikan sebuah pertimbangan dalam memilih produk.⁷⁹

⁷⁹ KM Medyana Putra, "Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan pada UD. Wayan Fiber Glass Singaraja Tahun 2014, E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen, 2016, Vol 4, hal 3.

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah dilakukan didukung oleh penelitian milik Titik Cuciana dengan judul “Analisis Peran Pengembangan Produk dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan”. Dimana dalam penelitian ini dijelaskan bahwa dalam suatu usaha pasti memiliki faktor pendukung dan penghambat dari faktor-faktor yang dimiliki tersebut tentunya akan mempengaruhi volume penjualan dari produk yang dihasilkan. Apabila pengembangan yang dilakukan pada suatu produk yang dilakukan dengan maksimal dapat berjalan dengan baik maka dapat mengalami suatu peningkatan pada peningkatan ini terbukti berdasarkan dari hasil penjualan yang diperoleh oleh perusahaan.⁸⁰

⁸⁰ Titik Cucuana, “Skripsi: Annalisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan”, (Ponorogo: IAIN Ponorogo, 2021), hal 61.