

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan paparan data, temuan penelitian dan pembahasan penelitian yang telah diuraikan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa upaya pengembangan produknya dapat meningkatkan volume penjualan busana muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung, upaya pengembangan produk yang dilakukan melalui tahap awal penggagasan ide ini, kemudian akan di lakukan ke proses penyaringan. ide yang sudah melewati proses penyaringan akan di uji. Pengujian konsep ide yang sudah di saring akan di uji menggunakan riset pasar. Melalui riset pasar yang dilakukan bisa di analisis melalui analisis bisnis untuk mendapatkan opini konsumen. Opini yang di dapat kemudian akan di kembangkan melalui prototipe. Pengembangan prototipe yang sudah selesai akan di uji produknya. Pengujian produk dilakukan guna mendapatkan apakah produk tersebut sudah memenuhi ketentuan yang diinginkan. Setelah dilakukan pengujian produk atau uji pemasaran usaha ini akan mendapatkan hasil, jika hasil uji pemasaran positif, usaha ini akan memulai produksi dan pemasaran berskala penuh dengan melalui tahap komersialisasi. dengan adanya pengembangan produk yang dilakukan

melalui upaya pengembangan dapat berjalan dengan lancar, sehingga mampu meningkatkan volume penjualan busana muslim.

2. Faktor pendorong dan penghambat pengembangan produk di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung yaitu faktor pendorong pengembangan produk yaitu keinginan menaikkan omset, kemajuan teknologi dan mengikuti perkembangan trend fashion sekarang. Karena dengan adanya perkembangan trend fashion, produsen yang menciptakan produk busana muslim harus selalu mengikuti trend yang ada. Apabila tidak mengikuti trend sekarang, maka akan menyebabkan usaha ini sulit untuk berkembang. Sedangkan faktor yang menghambat pengembangan produk busana muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung yaitu kurangnya ide atau gagasan dan mahalnya biaya proses pengembangan produk.

## **B. Saran**

Berdasarkan kesimpulan di atas maka ada beberapa saran yang diajukan peneliti untuk mengatasi kendala-kendala pengembangan produk maupun untuk lebih memaksimalkan pengembangannya yaitu:

1. Untuk Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung

Mengacu pada hasil penelitian tersebut, sebaiknya Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung terus melakukan inovasi melalui pengagasan ide yang terus menerus, di harapkan nantinya

Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung yang memproduksi busana muslim ini dapat terus berkembang.

2. Untuk peneliti yang akan datang

Diharapkan peneliti yang akan datang dapat mengembangkan pengetahuan yang berkaitan dengan peranan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan busana muslim di Usaha Dagang (UD) Eva Indah Tulungagung dengan catatan kekurangan-kekurangan yang ada dalam penelitian ini hendaknya direfleksi untuk diperbaiki.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Salemba Empat
- Angipora, Marius p. 1999. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Anonim. Busana Muslim dalam *Http://Id.m.wikipedia.org/wiki/busana-muslim* diakses pada 12 Mei 2017
- \_\_\_\_\_ Pengertian Volume Penjualan dalam *Http://Tulisanterkini.com/artikel/artikel-ilmiah/6798-pengertian-volume-penjualan-.html* di akses pada 15 Mei 2017
- Kunto, Suharsimi Ari. 1993. *Prosedur Penelitian*. Yogyakarta: Rineka
- Assauri, Sofjan. 2011. *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, Strategi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Badriyah, Nurul. “Pengaruh Pengembangan Produk terhadap Peningkatan Volume Penjualan pada perusahaan Roti Lupi di Kembangbahu”. Universitas Islam Lamongan: *Jurnal*, 2008.
- Belajar, Inggit . *Manajemen dan Pengembangan Produk*. dalam <https://inggitbelajar.wordpress.com/2011/11/29/manajemen-dan-pengembangan-produk> diakses pada 30 Mei 2017
- Dhave, Dhanang. Guncangan Dunia Lewat Bonus Demografi dalam [Http://m.Kompasiana.com/Dhave/Guncangan-dunia-lewat-bonus-demografi](http://m.kompasiana.com/Dhave/Guncangan-dunia-lewat-bonus-demografi) diakses pada tanggal 9 Mei 2017
- Gitosudarmo, Indriyo. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFY-Yogyakarta
- Griffin, Ricky W., Ronald J. Ebert. 2006. *Bisnis*. Terj. Sita Wardhani. Surabaya: Erlangga
- Gunawan, Imam. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Kementrian Agama RI. 1987. *Terjemah Al-Qur'an Al-Karim*. Bandung: PT. Alma'arif

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Terj. Benjamin Molan, Jakarta: PT. Macanan Jaya Cemerlang
- \_\_\_\_\_1987. *Marketing*. Jilid 1., Terj. Herujati Purwoko, Surabaya: Erlangga
- Mahendradicky. Inovasi Produk Syariah dari Aspek Pengembangan Fikih Muamalah dalam <http://mahendradicky.blogspot.co.id/2012/01/inovasi-produk-perbankan-syariah-dari.html> diakses 5 Mei 2017
- Majid, Abdul. "Pengaruh Biaya Pengembangan Produk terhadap Hasil Penjualan pada Perusahaan PT. Aqua Golden Mississippi Tbk". *Jurnal*, 2008.
- Mandasari, Anjarini. "Pola Pengembangan Produk Bank Syariah dalam meningkatkan Kualitas Manajerial". UIN SUKA Yogyakarta: *Skripsi*, 2010.
- Moleong, Lexy J.. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Edisi Revisi. Bandung: Rosda Karya
- Mulyana, Dedi. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosda Karya
- Nazir, Mohammad. 1998. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia
- Sholahudin. "Strategi Pengembangan Produk di Industri Media Cetak di Indonesia (Bertahan di Tengah Persaingan dengan Media Online)". Universitas Muhammadiyah Semarang: *Jurnal*, 2013.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen Pemasaran Internasional*. Jilid II., Ed.2.,Cet. 1., Jakarta: Rineka Cipta
- Stanton, William J.. 1996. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1., Ed. VII., Terj. Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga
- Suardi, Weman. "Formulasi Strategi Pengembangan Produk Terhadap Tingkat Volume Penjualan". STIE Kesatuan Bogor: *Jurnal*, 2005.
- Sugiono. 2009. *Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Swasta, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Bisnis Modern*. Yogyakarta: Liberty
- Taufiq, M. Amir. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Tim Redaksi Kamus Bahasa Indonesia. 2008. *Kamus Bahasa Indonesia*.  
Jakarta: Pusat Bahasa
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Umar, Husein. 2004. *Metodelogi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*.  
Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Zahroh, Fatimatus. "Analisis Pengembangan Produk dalam Meningkatkan  
Produktivitas Pembuatan Sepatu Kulit di Industri Sepatu Kulit Finaldo  
Suwaduk Wadarijaksa Pati". STAIN Kudus: *Skripsi*, 2016.
- Zulkarnain. 2012. *Ilmu Menjual*. Yogyakarta: Graha Ilmu