

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UD. TIGA SAUDARA**

ARTIKEL SKRIPSI



Oleh :
ABDUL WAFI
NPM : 715.2.1.1903

Program Studi Manajemen

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA**

2019

**ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN
VOLUME PENJUALAN PADA UD. TIGA SAUDARA**

Artikel Skripsi
Program Studi : Manajemen

Diajukan Oleh :
ABDUL WAFI
NPM : 715.2.1.1903

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIRARAJA
2019**

Telah Disetujui
Dosen Pembimbing
Pada Tanggal : 27 Agustus 2019



(Drs. Ec. M. Munir Syam, AR, MM.)
NIDK :8802790019

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wiraraja, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Abdul Wafi
NPM : 715.2.1.1903
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Hak **Bebas Royalti Noneklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Tiga saudara.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Fakultas Ekonomi dan Bisnis berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

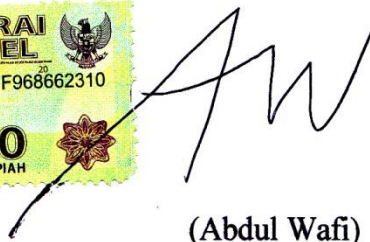
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dibuat di : Sumenep

Pada tanggal : 27 Agustus 2019

Yang menyatakan




(Abdul Wafi)

ANALISIS PENGEMBANGAN PRODUK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN PADA UD. TIGA SAUDARA

ABDUL WAFI
M. MUNIR SYAM

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

danwafi158@gmail.com
munirsyam@wiraraja.ac.id

Abstrak

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pengumpulan data dengan mengumpulkan data-data aktual yang relevan atau sumber data primer dan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi di UD. Tiga saudara.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan UD. Tiga saudara berkaitan erat dengan pengembangan produk dan penjualan. Hal ini dapat dilihat penjualan yang mengalami peningkatan. Karena dengan pengembangan produk usaha ini tidak akan mengalami penurunan penjualan yang terlalu banyak. Sebaliknya, pengembangan produk dapat membantu meningkatkan volume penjualan. Selain itu, terdapat faktor pendukung dan penghambat dari Usaha Dagang ini. Faktor pendorongnya yaitu: keinginan untuk menaikkan omset. Sedangkan faktor penghambatnya adalah kurangnya ide atau gagasan dan mahal biaya proses pengembangan produk.

Kata Kunci: Pengembangan Produk dan Volume Penjualan

PRODUCT DEVELOPMENT ANALYSIS IN INCREASING SALES VOLUME

IN UD. TIGA SAUDARA

ABSTRACT

Abdul Wafi. 2019. Analysis of Product Development in Increasing Sales Volume at UD. Three Brothers. Thesis: Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Wiraraja. Supervisor, Drs. Ec. M. Munir Syam AR., MM.

This research uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection by collecting actual relevant data or primary data sources and through observation, interviews and documentation at UD. Three brothers

The results of this study indicate that product development efforts in increasing sales volume of UD. Three brothers are closely related to product development and sales. This can be seen that sales have increased. Because the development of business products will not experience too much sales decline. Instead, product development can help increase sales volume. In addition, there are supporting and inhibiting factors of this Trade Business. The driving factor is: the desire to increase turnover. While the inhibiting factor is the lack of ideas or the high cost of the product development process.

Keywords: Product Development and Sales Volume

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pembangunan perekonomian yang pesat di Indonesia dalam rangka pembangunan menyangkut hampir meliputi disegala bidang, pada dasarnya tujuan utama pembangunan ditujukan untuk menciptakan masyarakat adil dan makmur, masyarakat adil dan makmur hanya akan tercapai apabila faktor kebutuhan utama, yaitu sandang, pangan dan perumahan terpenuhi, oleh sebab itu pemerintah memberikan perhatian besar terhadap kebutuhan tersebut.”

Sofjan Assauri (2011:167) “Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat tetap hidup dan berkembang, tujuan tersebut hanya dapat dicapai melalui usaha mempertahankan dan meningkatkan tingkat keuntungan atau laba perusahaan. Usaha ini hanya dapat dilakukan apabila perusahaan dapat mempertahankan dan meningkatkan penjualannya, melalui usaha mencari dan membina langganan, serta usaha menguasai pasar. Tujuan ini hanya dapat dicapai apabila bagian pemasaran perusahaan melakukan strategi yang mantap untuk dapat menggunakan kesempatan atau peluang yang ada dalam pemasaran, sehingga posisi atau kedudukan perusahaan di pasar dapat dipertahankan dan sekaligus ditingkatkan.”

Menurut Kotler dan Keller (2009:374) perusahaan harus mengembangkan produk baru. Pengembangan produk baru membentuk masa depan perusahaan. Produk pengganti harus diciptakan untuk mempertahankan atau membangun penjualan. Perusahaan dapat menambah produk baru melalui akuisisi dan atau pengembangan produk baru. Tujuan mengembangkan produk baru adalah untuk mengimplementasikan strategi produk yang sesuai dengan permintaan pasar dengan keuntungan yang kompetitif.

Dengan adanya pengembangan produk oleh perusahaan, ada upaya oleh perusahaan untuk senantiasa menciptakan produk-produk baru, serta memperbaiki atau memodifikasi produk-produk lamanya, agar dapat selalu memenuhi tuntutan pasar dan selera konsumen, dan selalu bias lebih unggul daripada para pesaing. Pengembangan produk menjadi sangat penting untuk menghindari kejenuhan

daripada konsumen, dan agar konsumen tidak beralih terhadap pesaing yang ada disekitar tempat usaha, terutama di daerah objek penelitian yaitu di UD Tiga Saudara yang berada di Kecamatan Lenteng terdapat beberapa Pesaing dengan usaha yang sama persis.

UD. Tiga Saudara disini merupakan perusahaan yang bergerak dibidang industri camilan dan kue yang bertempat di Jalan Kalimas Poreh Kecamatan Lenteng. Dan produk yang dihasilkan UD Tiga Saudara yaitu camilan seperti kripik singkong, kripik pisang, kripik gadung dan ada juga kue kering berupa nastar serta kue basah berupa donut dan lapis gulung.

“Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang perusahaan untuk mendapatkan pelanggan baru” dan mempertahankan pelanggan lama “akan semakin besar”. Jika pelanggan bertambah maka penjualan akan semakin besar. Tentu jika produk yang dijual sesuai dengan apa yang menjadi harapan konsumen”. Maka konsumen menjadi bertambah animo terhadap produk yang dijual UD. Tiga Saudara

Rumusan Masalah

Bersumber pada pembahasan masalah yang telah dikemukakan, adapun rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana cara pemberian pinjaman secara selektif ?
- 2) Bagaimana upaya penyelesaian pembiayaan bermasalah?
- 3) Bagaimana dampak terhadap kinerja keuangan?

Tujuan Penelitian

- 1) Untuk mengetahui cara memberikan pinjaman yang selektif
- 2) Untuk mengetahui upaya penyelesaian pembiayaan bermasalah
- 3) Untuk mengetahui kinerja keuangan

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Pengembangan Produk

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007:320) pengembangan produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Mengembangkan konsep produk menjadi produk fisik untuk meyakinkan bahwa gagasan produk dapat diubah menjadi produk yang dapat diwujudkan.

Strategi Penjualan

Menurut Philip Kotler ada tiga macam strategi di dalam pengembangan produk:

a. Strategi peningkatan kualitas (*quality improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan kinerja fungsional produk, daya tahan, keandalan, kecepatan, rasa.

b. Strategi peningkatan keistimewaan (*feature improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk menambah keistimewaan baru (seperti ukuran, berat, bahan, kelengkapan tambahan, aksesoris) yang mempeluas keanekaragaman, keamanan atau kenyamanan produk.

c. Strategi peningkatan gaya (*style improvement*)

Strategi ini bertujuan untuk meningkatkan daya tarik estetis suatu produk, seperti perusahaan memperkenalkan variasi warna, dan tekstur serta sering merubah gaya kemasan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif-kualitatif. Sugiyono (2014) Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, Penelitian dengan cara kualitatif bertujuan untuk mengungkapkan informasi atau data yang diperoleh sehingga lebih menekankan pada masalah dan makna dengan mendeskripsikan masalah.

Tempat dan Waktu penelitian

Tempat atau objek dari penelitian ini berada di Desa Poreh Kecamatan Lenteng Kabupaten Sumenep, dan waktu penelitian ini yakni saat peneliti melakukan penelitian dan disaat peneliti membutuhkan data atau informasi terkait dengan objek.

Jenis dan sumber data

Jenis data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah data kualitatif yang berupa hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini berupa sumber data primer, dimana peneliti memperoleh secara langsung dari objek penelitian melalui informan. Dalam penelitian ini sumber data primer diperoleh melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara langsung kepada informan yang ada di UD Tiga Saudara desa grujugan kecamatan gapura.

Dan data skunder di kumpulkan dalam bentuk dokumen dokumen dan laporan laporan yang di butuhkan dari UD Tiga Saudara di desa grujugan kecamatan gapura.

Informan

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling sample bertujuan, peneliti juga menentukan beberapa informan dalam penelitian ini. Sampel sumber data pada penelitian ini yaitu:

- a. Informan kunci dalam penelitian ini yaitu Lilatul Qadariyah selaku pemilik UD. Tiga Saudara
- b. Informan utama dalam penelitian ini yaitu karyawan di UD. Tiga Saudara
- c. Informan pendukung dalam penelitian ini yaitu konsumen UD. Tiga Saudara.

Teknik pengumpulan data

Teknik dalam mengumpulkan data pada penelitian ini menggunakan teknisi sebagai berikut :

- a. Observasi
- b. Wawancara
- c. dokumentasi

Tenik Analisis Data

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif terhadap gambaran umum perusahaan dan persaingan, dan juga mengenai rantai nilai perusahaan untuk menggambarkan aktivitas nilai perusahaan dari bahan baku dasar sampai dengan produk jadi.

Uji Keabsahan

Penelitian ini menggunakan uji kredibilitas yang dilakukan dengan triangulasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini akan memberikan gambaran yang sesuai dengan keadaan yang sebenarnya disaat dilakukan penelitian. Peneliti menggambarkan secara jelas tentang Pengembangan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Tiga Saudara. Sesuai dengan data-data yang di hasilkan selama proses penelitian. Data tersebut didapatkan dari kegiatan observasi pada objek penelitian, wawancara dengan informan yang telah ditentukan oleh peneliti, dan juga dokumentasi sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya.

a. Sejarah Perusahaan

Jauh sebelum Lailatul Qadariyah diangkat menjadi dosen di salah satu perguruan tinggi di kabupaten sumenep, ibu dari satu orang anak ini mempunyai ide untuk membangun usaha yang terinspirasi saat perekonomian keluarganya mulai lemah. Ia berusaha menambah penghasilan dengan melakukan kegiatan produktif, namun meski telah berbagai macam kegiatan usaha dilakukan semuanya belum ada yang menunjukkan keberhasilan.

Dengan berjalannya waktu ia mendapatkan ide untuk membangun suatu jenis usaha camilan yang terinspirasi dengan melihat produktivitas buah pisang yang tidak dikelola dengan baik di lingkungan tetangganya, lalu muncul ide dibenak beliau untuk memproduksi kripik pisang, dengan

tekat yang kuat beliau memproduksi produknya dengan menggunakan peralatan seadanya dan modal yang sangat minim.

Setelah dirasa usahanya mulai berkembang dan diterima konsumen, muncullah sebuah ide beliau untuk mengembangkan, menambah produknya, beliau berkeinginan untuk menciptakan produk baru dan beliau pun mulai menciptakan produk barunya dengan memproduksi aneka kue.

Setelah sembilan bulan produksi, disetiap camilan dan kue tersebut di produksi dan mulai berkembang beliau memberi imbuhan produknya dengan nama TIGA SAUDARA (karena beliau tiga bersaudara). Ternyata dari hasil produksi camilan dan kue tersebut dapat menunjang kebutuhan sehari-hari keluarganya, sehingga makin muncul keinginan untuk memiliki tempat yang strategis dan memadai agar dapat mengembangkan usahanya. Karena hanya memiliki modal yang sangatlah minim pada saat itu, Lailatul Qadariah dan suaminya sepakat untuk melakukan pinjaman modal usaha ke bank untuk melengkapi peralatan dan merenovasi rumah peninggalan neneknya yang tidak berpenghuni menjadi tempat usaha atau tempat produksi dan juga untuk modal pengembangan produknya.

Dengan berjalannya waktu usahanya dirasa sudah semakin berkembang beliau kemudian berkeinginan untuk mempunyai izin dari pemerintah atas usahanya tersebut, pantas saja ia berpikiran untuk mengurus izin usaha karena beliau adalah lulusan sarjana yang paham betul untuk mendirikan usaha harusnya ada izin dari pemerintah.

Produk-produk UD. TIGA SAUDARA

Tabel 4.1 Produk yang dihasilkan oleh UD. Tiga Saudara meliputi :

<u>Produk</u>	<u>Ukuran</u>	<u>Harga</u>
Kripik pisang biasa	200gram	9.000
Kripik pisang manis	200gram	10.000
Kripik singkong biasa	200gram	10.000
Kripik singkong pedas	200gram	11.000
Kripik gadung	200gram	9.000
<u>Kue kering</u>		
Nastar	1kg	50.000/kg
Rangi		
Putri salju		
Semprit		
<u>Kue basah</u>		
Donut	Standart	3.500
Kukus	Standart	2.000
Lapis	Standart	3.000
Movis	Standart	4.000

Pembahasan

- Pembahasan tentang upaya pengembangan produk UD. Tiga saudara dalam meningkatkan volume penjualan.

Membahas mengenai upaya pengembangan produk tentu tidak terlepas dari tahapan pengembangan melalui inovasi. Tercapainya tujuan suatu usaha tidak terlepas dari upaya yang digunakan untuk proses pengembangan produknya. Dari uraian di atas, upaya pengembangan produk dalam

meningkatkan volume penjualan yang ada di UD” Tiga saudara “terdapat kesesuaian dengan kajian teori yaitu tujuan pengembangan produk pada umumnya untuk memperoleh laba yang diinginkan melalui volume penjualan yang ditingkatkan.” Dan berikut ini

1. Strategi peningkatan kualitas (quality improvement)

Strategi ini dilakukan tiga saudara dengan adanya pengembangan kualitas produk yang sudah ada dengan cara mengoptimalkan bungkus pada produk kripik dengan yang biasanya menggunakan plastik yang tipis dan tiga saudara ini melakukan dengan mengganti bungkus plastik tersebut ke yang lebih tebal agar supaya produknya tidak cepat melempem.

2. Strategi peningkatan keistimewaan (feature improvement)

Strategi peningkatan keistimewaan dilakukan tiga saudara yaitu dengan mengembangkan model produk yang semulanya biasa lalu dikembangkan dengan menambah model serta dengan kemasan yang semulanya di kemasan tersebut tidak terdapat nama merk tiga saudara melakukan pemberian merk terhadap kemasan kripik tersebut agar supaya konsumen dapat mengenal produknya tersebut.

3. Strategi peningkatan gaya (style improvement)

Strategi pengembangan ini dilakukan tiga saudara hanya ke produk kue nya saja dengan menambah toping dan modelnya pada kue yang semula topingnya sedikit kemudian ditambah oleh tiga saudara untuk menarik selera konsumen agar supaya tertarik untuk membeli produknya tersebut.

- b. Pembahasan tentang tahap tahap pengembangan produk

Adapun untuk mencapai tujuan tersebut harus melalui tahap tahap pengembangan produk, tahap yang digunakan UD. Tiga saudara untuk mengembangkan produknya.

1. Menciptakan ide

Tahapan ini adalah tahapan awal bagi UD. Tiga saudara dalam menentukan produk yang ingin dikembangkan dan yang ingin diciptakan.

Dalam tahapan ini biasanya perusahaan memikirkan ide tentang produk apa yang ingin dibuat, baik produk tersebut yang sudah ada di pasaran atau belum.

2. Pengembangan strategi pemasaran

Tahapan ini adalah tahapan perusahaan dalam membuat dan menyusun strategi pememasaran efektif yang dapat digunakan dalam memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen.

3. Analisis usaha

Dalam tahapan ini perusahaan perusahaan melihat dan menganalisa apakah produk yang telah di pasarkan dapat meningkatkan keuntungan atau tidak.

4. Pengembangan produk

Pada tahapan ini perusahaan mulai mengembangkan produk yang telah di konsep menjadi sebuah produk yang sesuai dengan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya.

5. Market testing

Tahapan ini adalah tahapan dalam mempelajari performa terhadap produk yang dipasarkan, apakah produk tersebut sudah memenuhi target atau belum. Selain itu tahap ini juga biasa digunakan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai produk yang dipasarkan.

Pengembangan produk merupakan suatu kegiatan yang sangat penting bagi UD tiga saudara. kegiatan ini merupakan kegiatan yang dapat menentukan pertumbuhan dan kelangsungan hidup suatu usaha. Dalam mempertahankan kelangsungan hidup usaha, setiap usaha harus bisa menghadapi persaingan yang begitu ketat. Untuk itu usaha dagang ini harus mengikuti perkembangan-perkembangan yang terjadi dalam persaingan usaha ini.

Berdasarkan kajian teori, pengembangan produk di UD tiga saudara telah dapat berjalan sebagaimana fungsinya yaitu sebagai peningkatan volume penjualan melalui upaya pengembangan produk yang berupa inovasi produk. Melalui usaha yang didirikan oleh laitlatul qadariyah sejak volume penjualannya menurun, tekad beliau untuk mengembangkan produk usahanya demi

memenuhi permintaan pasar. Dengan adanya pengembangan produk yang dilakukan beliau dapat menciptakan berbagai produk.

c. Pembahasan tentang faktor penghambat pengembangan produk.

Dari hasil wawancara peneliti dengan bagian produksi dan penanggung jawab di UD tiga saudara dan hasil temuan peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa ada beberapa hambatan yang dialami oleh UD tiga saudara dalam melaksanakan kegiatan pengembangan produksi diantaranya adalah :

1. Kurangnya ide

Gagasan atau ide salah satu tahapan awal akan dimulai kegiatan produksi atau pengembangan produk. Pengembangan baru dimulai dengan penelitian terhadap berbagai gagasan produk baru. Pemunculan gagasan baru harus sesuai dengan jenis usaha perusahaan dan konsumen sebagai salah satu sumber yang paling logis untuk mencari gagasan-gagasan produk baru.

2. Semakin mahal dan sulitnya bahan baku

Setelah gagasan atau ide inovasi pengembangan produk, perusahaan akan dihadapkan pada pembiayaan-pembiayaan proses penciptaan dan pengenalan produk. Salah satu hambatannya dalam produksi selalu ada perubahan produk yang memerlukan biaya-biaya tambahan agar tetap bisa mengikuti trend saat ini. Tidak lepas setelah biaya proses pembuatan produk akan dituntut akan memikirkan biaya-biaya seperti promosi di pasaran untuk mengenalkan produknya. Hal ini telah sesuai dengan teori Philip Kotler tentang mahalnya proses pengembangan produk mengenai perusahaan pada umumnya harus menciptakan berbagai gagasan tentang produk baru untuk menentukan hanya satu produk yang layak dikembangkan.

Secara realistis, memang tidak ada usaha yang tidak memiliki hambatan. Hambatan-hambatan seperti ini bukan untuk dihindari melainkan untuk diatasi. Untuk itu diperlukan usaha-usaha ekstra untuk memecahkan setiap hambatan yang datang. Dukungan dari dalam maupun luar pihak UD tiga saudara akan sangat membantu dalam memecahkan hambatan-hambatan tersebut. Kegagalan produk baru untuk bertahan dan berkembang di pasar

seringkali disebabkan oleh hal-hal seperti kesalahan riset pasar dalam memahami kebutuhan konsumen, terkesan produk penjiplakan karena gagal menemukan ide produk yang benar-benar hanya perbedaan yang nyata, ketidaktepatan timing peluncuran produk baru ke pasaran, produk baru tidak dikomunikasikan secara baik, dan kesalahan memperkirakan respon pesaing. Agar tidak mengalami kegagalan dalam meluncurkan suatu produk.

d. Pembahasan tentang faktor pendorong pengembangan produk

Selain hambatan adapun juga beberapa faktor pendorong UD tiga saudara dalam mengembangkan produksi, diantaranya :

1. Keinginan untuk menaikkan omset usaha

Perusahaan mempunyai keinginan untuk memperkuat posisi produknya di pasar. Serta untuk memperluas pasar.

2. Pesaing

Dengan adanya pesaing , disini ada dorongan UD. Tiga Saudara ini untuk mengembangkan usahanya dengan cara melakukan pengembangan produk.

SIMPULAN

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

a. Modifikasi produk

Modifikasi produk yaitu cara merubah bentuk sebuah produk dari yang kurang menarik menjadi menarik tanpa menghilangkan produk yang sudah ada sebelumnya. yang dilakukan tiga saudara disini dalam memodifikasi produknya dengan cara menambah toping dan modelnya.

b. Menciptakan produk baru

Menciptakan produk disini merupakan penciptaan produk baru yang belum ada sebelumnya ataupun dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada dengan cara menambah variannya.

c. Penciptaan ide

Tahapan ini merupakan pencarian peluang menciptakan produk baru secara sistematis. Dalam tahapan ini perusahaan biasanya

memikirkan ide tentang produk apa yang ingin dibuat dan dikembangkan, baik itu produk yang sudah ada di pasaran atau belum.

d. Pengembangan strategi pemasaran

Tahapan ini adalah tahapan perusahaan dalam membuat dan menyusun strategi pemasaran yang efektif dan dapat digunakan dalam memperkenalkan produk tersebut kepada konsumen.

e. Analisis usaha

Dalam tahapan ini perusahaan melihat dan menganalisa usaha atau produk yang sejenis, apakah produk yang sudah dikembangkan dapat meningkatkan keuntungan atau tidak.

f. Pengembangan produk

Pada tahapan ini perusahaan mulai melakukan pengembangan produk yang telah dikonsepsi sebelumnya menjadi sebuah produk yang sesuai dengan analisa yang telah dilakukan sebelumnya.

g. Market testing

Tahapan ini adalah tahapan dalam mempelajari performa terhadap produk yang telah dipasarkan, apakah produk tersebut dapat memenuhi target atau belum. Selain itu tahapan ini digunakan untuk mengetahui pendapat konsumen mengenai produk yang telah dikembangkan apakah bisa diterima dipasar oleh konsumen.

Dengan diluncurkannya produk baru ternyata mempunyai peran yang besar dalam meningkatkan volume penjualan. Hal ini dapat dilihat dari kekuatan hubungan antara pengembangan produk yang dilakukan perusahaan dalam menciptakan produk baru dan dengan penjualan yang diperoleh. Beberapa faktor yang mendorong UD. Tiga saudara untuk melakukan pengembangan produk yaitu:

1. Adanya keinginan menaikkan omzet perusahaan
2. Adanya keinginan menambah karyawan
3. Perusahaan ingin berkembang
4. Adanya pesaing

Adapun juga pengambat UD. Tiga saudara dalam melakukan pengembangan produk yaitu:

1. Kurangnya ide
2. Semakin mahal dan sulitnya bahan baku

SARAN

- a. Perusahaan perlu lebih sering melakukan pengembangan produk dengan selisih atau jeda waktu yang tidak terlalu lama agar dapat memaksimalkan peluang bisnis yang ada.
- b. Perusahaan selalu memantau dan mengikuti perkembangan selera konsumen atau keluhan para pelanggan berkaitan dengan produk yang dihasilkan.
- c. Berkaitan dengan produk baru, perusahaan diharapkan mampu untuk memaksimalkan promosi. Hal ini penting sebab penjualan produk baru masih mungkin dapat ditingkatkan.
- d. Perusahaan selalu aktif mengikuti perkembangan pasar. Dalam upaya meningkatkan volume penjualan tidak hanya melakukan pengembangan produk saja, melainkan juga memerlukan faktor promosi yang selalu ditingkatkan dengan cara menjalin kerjasama. Keterlibatan promosi itu sangat penting dalam meningkatkan pengembangan produk, tanpa adanya promosi maka suatu produk tidak akan laku di pasaran.

Untuk peneliti yang akan datang, diharapkan peneliti yang akan datang dapat mengembangkan pengetahuan yang berkaitan dengan pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di UD. Tiga saudara dengan catatan kekurangan-kekurangan yang ada dalam penelitian ini hendaknya untuk diperbaiki.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Salemba Empat, 2011), hal. 153
- Nazir, Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (Alfabeta, 2014)
- Philip Kotler, *Marketing, Jilid 1.*, Terj. Herujati Purwoko, (Surabaya: Erlangga, 1987), hal. 219-276
- Philip Kotler, *Marketing, jilid 1.*, Terj. Herujati Purwoko, (Surabaya: Erlangga, 1987), hal. 377
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid II., Ed. 12.*, Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2007), hal. 320
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Jilid II., Ed. 12.*, Terj. Benjamin Molan, (Jakarta: Prenhallindo, 2007), hal. 312
- Sofjan Assauri, *Manajemen Pemasaran, Konsep, Dasar, Strategi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2011), hal. 167
- Sugiyono, *Metode penelitian kualitatif dan kuantitatif* (Alfabeta, 2014)
- William J. Stanton, *Prinsip Pemasaran, Jilid 1., Ed. VII*, Terj. Yohanes Lamarto, (Jakarta: Erlangga, 1996), hal. 228