

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah uraikan pada bab sebelumnya, maka penulis dapat menyimpulkan bahwa:

1. Inovasi produk yang dilakukan oleh perusahaan yaitu jika ada produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka biasanya perusahaan mencari alternatif lain agar produk bisa tetap terjual. Perbaikan yang dilakukan jika produk yang dihasilkan tidak sesuai ketentuan perusahaan yaitu dengan cara adanya penyortiran dimana jika ada dua *grade* bagus dan jelek maka yang *grade* jelek dijual ke tempat yang margin (keuntungan) rendah sedangkan *grade* yang bagus dikirim ke pasar atau tempat yang menawarkan harga tinggi. Proses perbaikan yang dilakukan dalam rangka menjaga kualitas produk yang dihasilkan yaitu dengan menggunakan bahan baku yang premium, baik dari bumbu sampai kacang kedelai menggunakan bahan yang premium. Perusahaan selalu menyediakan produk dengan ragam harga ada yang harganya tinggi ada juga yang lebih murah disesuaikan dengan tujuan pasar yang menjadi target penjualan. Proses pembaruan di setiap varian produk yang dihasilkan dengan cara produksi sedikit terlebih dahulu lalu disebar ke titik yang jadi target penjualan setelah itu menunggu respon produk yang dibuat diterima konsumen atau tidak karena biasanya ada jenis produk yang diterima tapi harganya tidak sesuai atau bahkan sama sekali ada yang ditolak.
2. Untuk meningkatkan orientasi pasar perusahaan melakukan beberapa strategi yaitu perusahaan berkomitmen untuk memuaskan dan memenuhi apa yang menjadi keinginan para pelanggan dengan mempertahankan rasa dan kualitas yang mereka inginkan. Perusahaan dalam memonitor strategi yang diterapkan pesaing dalam industri tahu dengan tidak melakukan permainan harga dan selalu menerapkan

prinsip kebersamaan karena kita bersama-sama mencari nafkah dengan tujuan yang baik. Perusahaan tidak menjadikan pesaing sebagai acuan untuk selalu menjadi lebih baik, dimana perusahaan selalu terbuka untuk berbagi atau berdiskusi dengan yang lain. Perusahaan dalam menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dengan cara menjaga kualitas barang dimana produk tahu harus lembut dan tidak mudah hancur. Dalam menyelesaikan konflik antar pegawai didalam perusahaan menerapkan tidak ada toleransi dan langsung dikeluarkan karena konflik akan mengganggu yang lain.

3. Perusahaan dalam memperoleh peluang pasar baru untuk produk pembuatan tahu melakukan strategi dengan melihat kuota pembeli tiap pasar lalu menghitung berapa jumlah pedagang berapa kios dan berapa pendapatannya setelah itu perusahaan hanya akan mengambil 10% dari omset. Perusahaan dalam mengatasi pengembalian produk dari konsumen dengan melakukan pengamatan jika produksi hari pertama ada yang belum terjual maka hari kedua jumlah produksi akan dikurangi. Jika ada produk yang bermasalah cara mengatasi produk tersebut dengan melakukan inspeksi langsung ke pabriknya.
4. Dengan inovasi produk yang dilakukan selama masa pandemi pelanggan mengalami peningkatan sekitar 25% dari sebelumnya. Dimana inovasi produk juga dapat meningkatkan keuntungan dari periode sebelumnya, hasil keuntungan selama masa pandemi dikembalikan lagi kepada karyawan sebagai bonus, serta hasil keuntungan selama masa pandemi digunakan untuk menambah fasilitas dan konsumsi karyawan.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil yang diperoleh di lapangan, penulis menyampaikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Menjalinkan hubungan yang baik dengan konsumen adalah kunci keberhasilan perusahaan. Oleh sebab itu selain menjaga citra rasa

produk yang dihasilkan perusahaan juga diharapkan dapat membangun hubungan baik dengan konsumen dengan cara mengatasi keluhan, mengadakan acara khusus, memberikan hadiah untuk pelanggan yang loyal dan menepati janji kepada konsumen seperti kecepatan pengiriman produk dan menjaga kualitas produk.

2. Fungsi SDM adalah menentukan faktor produksi, membangun, serta mengembangkan perusahaan, oleh sebab itu perusahaan diharapkan dapat memilih Sumber Daya Manusia (SDM) yang muda kompeten dan kreatif karena jika tidak ada SDM yang mumpuni dan memadai, pastinya secara otomatis perusahaan akan gagal meraih tujuan yang ingin dicapai.
3. *Market share* akan menentukan posisi perusahaan terhadap perusahaan lain yang menjadi kompetitor sekaligus menentukan perkembangan perusahaan dari tahun ke tahun apakah mengalami peningkatan dan perkembangan atau sebaliknya oleh sebab itu untuk memperluas pangsa pasar perusahaan diharapkan dapat menambah produk dan layanan baru, memberikan layanan terbaik serta mengikuti perkembangan teknologi.
4. Pada era ini konsumen akan membandingkan produk yang akan dibelinya terkadang produk dengan kualitas hampir sama tetapi terjadi selisih harga yang lumayan tinggi akan membuat konsumen berpaling oleh sebab itu perusahaan dapat lebih bijak dalam menetapkan harga jual produk.