

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Perusahaan Pasar Pasir telah melakukan diversifikasi pada perusahaannya, hal yang dilakukan oleh perusahaan adalah dengan cara melakukan atau membuat produk seperti yang diinginkan oleh konsumen. Seperti merubah bentuk, warna corak dan layanan jasa antar, jadi perusahaan tidak hanya menjual apa yang sudah dibuat oleh perusahaan, tetapi juga menerima ide baru dari konsumen dalam diversifikasi produknya.
2. Hasil perhitungan pada tabel diketahui bahwa nilai t hitung adalah sebesar 20,360 dengan signifikansi 0,000. Pada t tabel statistik pada signifikansi 2 sisi dengan alpha 5% uji dua sisi ($0,05:2=0,025$). Hasil diperoleh t tabel adalah 2,021. Karena nilai t hitung adalah 20,360 dan t tabel adalah 2,021 ($20,360 > 2,021$) dan signifikansi 0,000 ($0,000 < 0,05$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil penelitian adalah terdapat perbedaan diversifikasi produk terhadap penjualan pada Perusahaan Pasar Pasir.
3. Hasil penelitian hubungan antara diversifikasi dengan penjualan adalah 0,465. Nilai ini mendekati angka satu yang artinya cukup kuat. Taraf signifikasnsi sebesar 0,005 pada nilai signifikansi lebih kecil dari alpha sebesar 5% atau $0,005 < 0,05$. Dengan demikian hubungan diversifikasi mempunyai hubungan positif yang cukup kuat dengan penjualan. Artinya apabila perusahaan melakukan diversifikasi dan

ditingkatkan, maka akan meningkatkan nilai volume penjualan. Atau sebaliknya yaitu apabila perusahaan tidak melakukan diversifikasi, maka nilai volume penjualan akan menurun.

4. Peningkatan penjualan yang terjadi dengan adanya diversifikasi produk setelah ditambah dengan biaya untuk diversifikasi adalah sebesar Rp.44.866.433,-

B. Saran

1. Perusahaan harus selalu dapat belajar untuk membuat suatu produk yang sesuai dengan keinginan konsumen dalam waktu yang relatif cepat. Hal ini perlu dilakukan apabila perusahaan benar-benar menerapkan diversifikasi produk yang berorientasi pada pelanggan.
2. Untuk melindungi konsumen agar tidak pindah pada perusahaan sejenis yang lain, produsen harus selalu siap dalam membuat produk yang sesuai dengan keinginan konsumen (*custom*), apabila produk yang diinginkan sudah sesuai, maka perusahaan berarti sudah merencanakan diversifikasi produk seperti keinginan dan ramalan atau perkiraan produsen dan bukan hanya permintaan konsumen saja.