

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan yang telah diuraikan oleh peneliti mengenai peran strategi diversifikasi dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Rizky Barokah di Dusun Ngreco, Desa Ngreco, Kecamatan Kandat, Kabupaten Kediri bisa ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh UD. Rizky Barokah bertujuan untuk menarik minat konsumen dan memperluas pilihan produk bahan bangunan yang tersedia, seperti batu bata merah, tanah liat, tanah uruk, kayu bakar, batako, semen, pasir, koral, dan abu batu. Sejak mulai beroperasi pada tahun 2008, perusahaan ini menambahkan produk baru setiap beberapa tahun, dengan koral dan abu batu sebagai produk terbaru pada tahun 2024. Harun, pemilik UD. Rizky Barokah, menekankan bahwa strategi ini bertujuan untuk menyediakan produk berkualitas tinggi dengan biaya produksi yang lebih rendah, seperti penggunaan abu batu yang lebih efisien daripada pasir untuk pembuatan batako. Selain menawarkan variasi ukuran dan kualitas produk, seperti batu bata merah yang dijual seharga Rp. 350 per pcs untuk kualitas baik dan Rp. 250 per pcs untuk kualitas kurang baik, perusahaan ini juga memberikan potongan harga untuk pembelian di atas Rp. 3.000.000 dan menjual paket lengkap bahan bangunan dengan harga lebih ekonomis. Siti Alqomah, istri pemilik, menambahkan bahwa

strategi ini juga melibatkan desain pamflet dan banner penjualan yang menarik dan informatif untuk memudahkan konsumen mengenali produk.

2. Penelitian ini menunjukkan bahwa UD. Rizky Barokah mengalami peningkatan volume penjualan antara tahun 2019 hingga 2023, meskipun terdapat fluktuasi pada produk tertentu seperti batu bata merah dan tanah liat. Penjualan batu bata merah menurun dari 415.000 pcs pada tahun 2019 menjadi 125.000 pcs pada tahun 2023, sedangkan penjualan tanah liat stabil dengan sedikit penurunan dari 672 rit pada tahun 2020 menjadi 550 rit pada tahun 2023. Penjualan tanah uruk dan kayu bakar menunjukkan peningkatan, dengan kayu bakar kualitas sangat baik meningkat dari 75 rit pada tahun 2019 menjadi 110 rit pada tahun 2023. Produk baru seperti batako, semen, dan pasir yang mulai dijual pada tahun 2021 berkontribusi signifikan terhadap total penjualan, dengan batako mencapai 1.635.760 pcs pada tahun 2023. Total omset juga meningkat signifikan dari Rp 736.070.000 pada tahun 2019 menjadi Rp 2.538.510.000 pada tahun 2023, dengan batako sebagai penyumbang utama. Persentase kenaikan omset tahunan menunjukkan performa penjualan dan pendapatan perusahaan yang terus meningkat, dengan kenaikan sebesar 8,78% pada tahun 2020, 25,85% pada tahun 2021, 11,08% pada tahun 2022, dan 26,37% pada tahun 2023.
3. Strategi diversifikasi produk yang diterapkan oleh UD. Rizky Barokah telah membuktikan perannya yang krusial dalam meningkatkan volume penjualan perusahaan. Melalui penawaran beragam produk, menambah bahan baku yang lebih berkualitas, variasi ukuran dan kualitas, serta desain yang

menarik, UD. Rizky Barokah mampu menangkap berbagai preferensi konsumen dan memperluas pangsa pasar. Strategi ini tidak hanya meningkatkan daya tarik perusahaan di pasar, tetapi juga mengurangi risiko ketergantungan pada satu produk atau segmen pasar tertentu. Meskipun dihadapkan pada tantangan persaingan harga dan kualitas, UD. Rizky Barokah berhasil mengatasi hal tersebut dengan menjaga kualitas produk yang bagus dan harga yang terjangkau, serta melakukan penambahan bahan baku seperti penggunaan abu batu pada produk batako. Dengan demikian, strategi diversifikasi telah membawa dampak positif dalam pertumbuhan bisnis UD. Rizky Barokah dengan meningkatkan daya saing dan respons positif dari konsumen, sebagaimana tercermin dalam peningkatan penjualan yang signifikan pada tabel 4.3, 4.4, dan 4.5.

## **B. Saran**

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh peneliti di atas mengenai peran strategi diversifikasi dalam meningkatkan volume penjualan pada UD. Rizky Barokah. Adapun peneliti telah mengemukakan beberapa saran, diantaranya:

### **1. Bagi Pihak UD. Rizky Barokah**

Disarankan bagi pihak UD. Rizky Barokah untuk terus meningkatkan inovasi dalam diversifikasi produk dengan memperhatikan tren pasar dan kebutuhan konsumen melalui riset pasar yang teratur. Selain itu, memperluas jangkauan pemasaran melalui platform online dan media sosial dapat meningkatkan aksesibilitas produk kepada konsumen di wilayah yang

lebih luas. Penting juga untuk memperhatikan dampak lingkungan, seperti polusi udara dan air, akibat proses produksi bahan bangunan di sekitar Kediri. Solusinya adalah dengan menggunakan bahan baku yang ramah lingkungan, meningkatkan efisiensi energi, dan mengelola limbah dengan baik. Kedepan, perusahaan perlu fokus pada keberlanjutan dalam rantai pasok untuk menjaga reputasi sebagai produsen yang bertanggung jawab terhadap lingkungan, termasuk memilih bahan baku yang lebih berkelanjutan, mengurangi emisi, dan mengimplementasikan praktik produksi hijau.

## 2. Bagi peneliti selanjutnya

Disarankan untuk melakukan penelitian lanjutan tentang dampak strategi diversifikasi terhadap kinerja keuangan dan operasional perusahaan. Analisis mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keberhasilan implementasi diversifikasi juga perlu dilakukan, termasuk faktor internal seperti manajemen sumber daya dan kapasitas produksi. Selain itu, peneliti bisa mengeksplorasi hubungan antara strategi diversifikasi dengan faktor eksternal seperti perubahan regulasi, tren pasar, dan dinamika persaingan dalam industri. Meneliti bagaimana diversifikasi mempengaruhi keberlanjutan lingkungan dan tanggapan konsumen terhadap produk ramah lingkungan juga bisa menjadi topik yang menarik. Ini diharapkan dapat memberikan wawasan lebih komprehensif tentang konteks di mana strategi diversifikasi dapat berhasil atau gagal, serta memberikan rekomendasi praktis untuk perusahaan yang ingin menerapkan strategi serupa.