

## **BAB VI**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan pada bab lima maka dapat disimpulkan Bahwa pengembangan produk pada Koperasi Syari'ah Al-Mubarak Pujon Malang memiliki peran yang besar dalam meningkatkan volume penjualan hal ini dapat dibuktikan dengan meningkatnya jumlah penjualan dari tahun ke tahun dengan tingkat penjualan tertinggi pada tahun 2008 mencapai angka Rp. 170.000.000 dengan tingkat penyimpangan sebesar 0 %.

#### **B. Saran**

Pengembangan produk mutlak diperlukan dalam 4P atau bauran pemasaran. Hal tersebut menjadikan produk selalu berkembang dan bertujuan meningkatkan volume penjualan. Dan hal tersebut memang terbukti dari hasil penelitian ada perbedaan yang signifikan antara sebelum pengembangan produk maupun sesudah pengembangan produk. Tetapi pengembangan produk bukan hanya mutu atau kualitas saja tetapi masih ada sektor lain yang masih perlu dikembangkan seperti ciri khas produk.

Untuk itu Koperasi Syari'ah Al-Mubarak harus lebih selektif dalam menjalankan langkah pengembangan produknya agar kerjasama kemitraannya dapat terjaga. Karena biaya pengembangan produk adalah tidak sedikit dan dapat

juga beresiko apabila pengembangan produk tersebut justru malah mengakibatkan menurunnya volume penjualan. Maka hal tersebut sebetulnya telah disadari oleh jajaran top manajer, untuk itu perlu ada penelitian yang berkelanjutan untuk merencanakan model penembangan produk yang nantinya dapat lebih meningkatkan volume penjualan.