

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk UD. Tri Mulya Onix Kecamatan Campurdarat Kabupaten Tulungagung Untuk Meningkatkan Keunggulan Kompetitif” yang ditulis oleh A’yuninna Khusnatul Mufidah, NIM. 12402173186, dengan pembimbing Siswahyudianto, M.M.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Kabupaten Tulungagung yang memiliki sebutan “Kota Marmer”. Hal ini dikarenakan Kabupaten Tulungagung memiliki potensi alam unggulan berupa batu marmer. Banyaknya perusahaan sejenis tentunya menimbulkan persaingan yang ketat sehingga perusahaan harus melakukan suatu strategi untuk meraih keunggulan kompetitif yang salah satunya yaitu strategi pengembangan produk. UD. Tri Mulya Onix merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dibidang industri marmer yang telah melakukan strategi pengembangan produk yang pemasarannya mencapai pasar internasional.

Fokus penelitian dalam penelitian ini adalah (1)Bagaimana kondisi persaingan produk UD. Tri Mulya Onix dalam meningkatkan keunggulan kompetitif? (2)Bagaimana strategi pengembangan produk UD. Tri Mulya Onix untuk meningkatkan keunggulan kompetitif? (3)Bagaimana kendala dan solusi yang dilakukan UD. Tri Mulya Onix dalam penerapan strategi pengembangan produk. Tujuan penelitian ini yaitu: (1)Untuk menganalisa kondisi persaingan produk UD. Tri Mulya Onix dalam meningkatkan keunggulan kompetitif (2)Untuk menganalisa strategi pengembangan produk UD. Tri Mulya Onix untuk meningkatkan keunggulan kompetitif (3)Untuk menganalisa kendala dan solusi yang dilakukan UD. Tri Mulya Onix dalam penerapan strategi pengembangan produk.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif yang mana peneliti melakukan observasi, wawancara, dan pengambilan dokumentasi secara langsung dengan teknik analisis menggunakan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Dalam melakukan pengecekan data salah satunya menggunakan proses triangulasi.

Berdasarkan hasil analisis penelitian diperoleh kesimpulan bahwa (1)Kondisi persaingan produk yang dihadapi oleh UD. Tri Mulya Onix yaitu berkaitan dengan persaingan kualitas, harga, kecepatan waktu pengiriman, inovasi produk dan *time to market*. (2)Strategi pengembangan produk yang dilakukan dengan menerapkan 8 tahapan yakni penciptaan ide, penyaringan ide, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi. Strategi pengembangan produk yang dilakukan yaitu dengan strategi diferensiasi, strategi kepemimpinan biaya, dan strategi fokus (3)Adapun kendala yang dihadapi dalam pengembangan produk baru yaitu terletak pada proses pembuatan produk seperti bentuk cetakan yang tidak sesuai, pengendapan warna dan butiran terazzo, takaran yang tidak sesuai, dan lain-lain. Adapun upaya/solusi yang diterapkan dalam mengatasi kendala tersebut yaitu dengan memperbaiki cetakan agar bentuknya sempurna, menstabilkan pengadukan bahan, dan lain-lain.

Kata kunci : Industri Marmer, Persaingan, Strategi Pengembangan Produk

ABSTRACT

Thesis with the title "Product Development Strategy of UD. Tri Mulya Onix, Campurdarat District, Tulungagung Regency To Increase Competitive Advantage" written by A'yuninna Khusnatul Mufidah, NIM 12402173186, with the supervisor Siswahyudianto, M.M.

This research is motivated by Tulungagung Regency which has the title "Marble City". This is because Tulungagung Regency has superior natural potential in the form of marble. The number of similar companies certainly creates intense competition so that companies must carry out a strategy to achieve competitive advantage, one of which is a product development strategy. UD. Tri Mulya Onix is one of the companies engaged in the marble industry that has carried out a product development strategy whose marketing reaches the international market.

The focus of the research in this study is (1)How is the competitive condition of UD. Tri Mulya Onix products in increasing competitive advantage? (2)What is UD. Tri Mulya Onix's product development strategy to increase competitive advantage? (3)What are the obstacles and solutions made by UD. Tri Mulya Onix in implementing the product development strategy? The objectives of this research are: (1)To analyze the competitive condition of UD. Tri Mulya Onix products in increasing competitive advantage (2)To analyze the product development strategy of UD. Tri Mulya Onix to increase competitive advantage (3)To analyze the constraints and solutions carried out by UD. Tri Mulya Onix in implementing product development strategies.

This study uses a qualitative approach with a descriptive type in which researchers conduct observations, interviews, and take documentation directly with analytical techniques using data condensation, data presentation, and drawing conclusions. In checking the data, one of them uses the triangulation process.

Based on the results of the research analysis, it can be concluded that (1)The product competition condition faced by UD. Tri Mulya Onix is related to quality, price, speed of delivery, product innovation and time to market competition. (2)The product development strategy is carried out by implementing 8 stages, namely idea creation, idea screening, concept development and testing, marketing strategy development, business analysis, product development, market testing, and commercialization. The product development strategy carried out is a differentiation strategy, a cost leadership strategy, and a focus strategy (3)The obstacles faced in the development of new products lie in the product manufacturing process such as inappropriate mold shapes, deposition of terrazzo colors and granules, inappropriate dosages. appropriate, and so on. The efforts/solutions applied in overcoming these obstacles are by repairing the mold so that the shape is perfect, stabilizing the mixing of materials, and others.

Keywords: *Competition, Marble Industry, Product Development Strategy*