

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada UMKM Rengginang Dua Mawar di Desa Jambu Kecamatan Kayen Kidul Kabupaten Kediri)” ini ditulis oleh Nur Nikmatul Islamiah, NIM. 12405183237, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, pembimbing Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kondisi persaingan usaha yang sangat ketat saat ini, sehingga bagi suatu perusahaan harus melakukan suatu strategi agar dapat meningkatkan penjualannya, salah satunya yaitu strategi pengembangan produk. Setiap perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualannya memerlukan inovasi produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya tarik kepada konsumen. Dengan melakukan pengembangan produk maka peluang suatu perusahaan untuk mendapatkan konsumen akan semakin bertambah, apabila konsumen bertambah maka dapat dipastikan penjualan juga akan semakin meningkat.

Fokus penelitian ini adalah (1) Bagaimana strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Rengginang Dua Mawar? (2) Apa saja faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan produk UMKM Rengginang Dua Mawar?

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data deskriptif merupakan data yang diperoleh berupa kata-kata dan tindakan yang kemudian berusaha dideskripsikan dan diinterpretasikan. Data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik dalam pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM Rengginang Dua Mawar yaitu dengan meningkatkan kualitas produk, melakukan inovasi produk, menyempurnakan produk yang sudah ada, dan kemasan produk yang menarik. Dalam melakukan strategi pengembangan produk tersebut UMKM Rengginang Dua Mawar telah menerapkan 8 tahapan-tahapan pengembangan produk yakni pemunculan gagasan, penyaringan gagasan, pengujian dan pengembangan konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi. (2) faktor pendukung dalam pengembangan produk yaitu bahan baku produk yang mudah didapatkan, jangkauan pemasaran yang luas, dan produk sudah memiliki nomor P-IRT. Sedangkan untuk faktor penghambatnya yaitu permasalahan modal, faktor cuaca dan dari produksi yang dilakukan masih menggunakan alat sederhana.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Produk, Volume Penjualan, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)

ABSTRACT

Thesis with the title “Product Development Strategy to Increase Sales Volume (Study of MSMEs Rengginang Dua Mawar in Jambu Village, Kayen Kidul District, Kediri Regency)” was written by Nur Nikmatul Islamiah, NIM. 12405183237, Sharia Business Management Study Program, supervisor of Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

This research is motivated by the conditions of very tight business competition today, so that a company must carry out a strategy in order to increase its sales, one of which is a product development strategy. Every company in maintaining and increasing its sales requires product innovation in a better direction, so that it can attract consumers. By doing product development, the chances of a company to get consumers will increase, if consumers increase, it is certain that sales will also increase.

The focus of this research is (1) What is the product development strategy in increasing sales volume at Rengginang Dua Mawar MSMEs? (2) What are the supporting and inhibiting factors in developing the Rengginang Dua Mawar MSMEs product?

This research is a qualitative research using a qualitative descriptive approach. Descriptive data is data obtained in the form of words and actions which are then described and interpreted. The data that the author uses are primary data and secondary data. Techniques in data collection are by observation, interviews, and documentation.

The results of this study are as follows: (1) product development strategies in increasing sales volume at MSMEs Rengginang Dua Mawar, namely by improving product quality, innovating products, improving existing products, and attractive product packaging. In implementing this product development strategy, MSMEs Rengginang Dua Mawar has implemented 8 stages of product development, namely idea generation, idea screening, concept testing and development, marketing strategy development, business analysis, product development, market testing, and commercialization. (2) supporting factors in product development, namely product raw materials that are easily obtained, wide marketing reach, and products already have a P-IRT number. As for the inhibiting factors, namely capital problems, weather factors and from the production carried out still using simple tools.

Keywords: *Strategy, Product Development, Sales Volume, Micro Small and Medium Enterprise (MSMEs)*