

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Konteks Penelitian**

Negara Indonesia adalah negara yang menghadapi persaingan perekonomian pasar bebas, dalam persaingan dibidang ekonomi ini diharap mampu mencapai stabilitas dan kemajuan ekonomi yang kuat dalam menghadapi arus persaingan secara global. Sedangkan perkembangan industri saat ini baik industri berskala kecil maupun besar sudah menunjukkan bahwa usaha dan bisnis di Indonesia telah mengalami perkembangan yang cukup pesat dan siap bersaing dengan usaha-usaha yang lainnya yang berada di pasar Industri Indonesia. Hal ini membuat para pelaku usaha berlomba-lomba untuk mempertahankan kepercayaan konsumen terhadap produknya.

Pengembangan produk dengan tujuan untuk meningkatkan daya saing harus dilakukan dengan adanya perubahan sekreatif mungkin.<sup>2</sup> Tingkat daya saing merupakan salah satu parameter dalam konsep perusahaan berkelanjutan. Semakin tinggi tingkat daya saing suatu perusahaan, maka tingkat kreatifitas produk pun semakin tinggi.

---

<sup>2</sup> Nurul Mubarak dan Eriza Yolanda Maldina, *Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan pada Butik Calista*, I-Economic, Vol.3, No 1, 2017, hal.75

Dalam era globalisasi yang semakin canggih ini, mengharuskan suatu perusahaan meningkatkan kreatifitas suatu produk yang akan dipasarkan. Konsumen akan memiliki reaksi yang berbeda dalam menyikapi dampak dariadanya fenomena globalisasi ini. Keadaan tersebut selanjutnya harus diartikan sebagai tuntutan bagi setiap perusahaan untuk meningkatkan daya saing, dimana tingginya daya saing antar perusahaan secara keseluruhan merupakan ujung tombak bagi peningkatan daya saing ditengah tingginya tuntutan untuk dapat bersaing secara global. Namun kenyataan di lapangan, banyak kekurangan dalam penerapannya. Salah satunya produk yang dipasarkan masih monoton atau tidak ada perubahan dari tahun ke tahun. Hal ini disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang dimiliki. Sehingga perlu dilakukan pelatihan bersama secara berkesinambungan supaya memiliki keterampilan yang lebih baik.

Diera perdagangan bebas persaingan pasar menjadi lebih bervariasi dan kompetitif. Persaingan inilah yang menuntut pelaku usaha untuk lebih berinovatif dan kreatif untuk mencari solusi pemasaran yang efektif dan efisien sehingga bisa bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan yang memiliki jenis usaha yang sama sebuah persaingan menuntut perusahaan atau pelaku usaha harus mampumenciptkan gagasan ide yang inovatif dan kreatif serta mampu menyesuaikan diri dengan dinamika perkembangan dan perubahan dunia usaha.<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> *Ibid*, Hal. 76

**Tabel 1.1**  
**Data Perkembangan Ekonomi Sektor Industri**  
**Pengelolaan/*Manufacturing* Kabupaten Trenggalek**  
**Periode 2013-2017<sup>4</sup>**

No	Tahun	Pertumbuhan (dalam %)
1	2013	5,60
2	2014	7,07
3	2015	6,20
4	2016	4,79
5	2017	8,50

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek, 2021

Data dari Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek mengenai perkembangan ekonomi sektor industri pengolahan/*manufacturing*, tercatat selama tahun 2013 pertumbuhan sebesar 5,60%. Pertumbuhan ekonomi selanjutnya terjadi pada tahun 2014 naik menjadi 7,07%. Peningkatan pertumbuhan ekonomi sektor industri pengolahan/*manufacturing* selama tahun 2013-2014 meningkat sebesar 1,47%. Tahun berikutnya yaitu di tahun 2015, ekonomi sektor industri pengolahan/*manufacturing* mengalami penurunan menjadi 6,20%. Penurunan ekonomi sektor industri pengolahan/*manufacturing* kembali terjadi di tahun berikutnya yaitu tahun 2016 turun drastis menjadi 4,79%.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup>Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek, dalam <https://trenggalekkab.bps.go.id/>, diakses pada tanggal 15 November 2021, pukul 19.17 WIB

<sup>5</sup> Hendry Retno Poncorini, *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kabupaten Trenggalek*, (Trenggalek:Badan Pusat Statistik Kabupaten Trenggalek, 2020), Hal. 76

Tahun 2016 merupakan pertumbuhan ekonomi sektor industri pengolahan/*manufacturing* Kabupaten Trenggalek terendah selama periode 2013- 2017. Penurunan ekonomi sepanjang tahun 2015-2016 sebesar 1,41%. Penyebab rendahnya pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh turunnya harga sejumlah komoditas di Indonesia sepanjang tahun yang berimbas pada pertumbuhan ekonomi industri pengolahan Kabupaten Trenggalek.

Tahun 2017 mulai kembali mengalami pertumbuhan menjadi 8,50%. Tahun 2017 merupakan pertumbuhan ekonomi sektor industri pengolahan/*manufacturing* Kabupaten Trenggalek tertinggi selama periode 2013-2017. Kabupaten Trenggalek selama tahun 2017 mengalami pertumbuhan ekonomi lebih cepat 3,71% dibanding tahun sebelumnya. Kenaikan pertumbuhan ekonomi murni disebabkan oleh meningkatnya produksi di seluruh lapangan usaha termasuk industri pengolahan dan tidak dipengaruhi oleh inflasi.<sup>6</sup>

Perkembangan industri di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek tentu sudah melalui beberapa proses yang tidak mudah, karena tentu ada banyak persaingan didalam setiap usaha. Hasil sensus ekonomi tahun 2016 mencatat bahwa jumlah usaha/perusahaan kategori industri pengolahan di wilayah kecamatan Panggul sejumlah 1.760 unit usaha. Tingginya jumlah unit usaha tentu ikut meningkatkan iklim

---

<sup>6</sup> *Ibid*, Hal.77

persaingan diantara perusahaan utamanya perusahaan yang memproduksi produk sejenis.

Semakin banyaknya jumlah unit usaha tersebut mendorong suatu perusahaan untuk bisa meningkatkan kualitas produk agar tetap bisa menjaga kepercayaan konsumen. Ketatnya persaingan mendorong pengusaha untuk mampu mengantisipasi ancaman dari para pesaing melalui penerapan strategi-strategi yang dijalankan oleh perusahaan. Penerapan strategi oleh para pelaku usaha dapat dilakukan dengan terus melakukan inovasi atas produk atau jasa yang dihasilkan untuk memberikan yang terbaik bagi para konsumennya.

Pengembangan produk menjadi salah satu senjata yang dapat digunakan didalam persaingan dunia pasar. Kemajuan dan perubahan dunia bisnis berpengaruh terhadap perubahan keinginan dan selera konsumen. Inovasi dan kreatifitas setiap pelaku usaha dituntut untuk meningkatkan daya saing yaitu dengan mengembangkan produk baru dengan menerapkan kemampuan inovatif dan kreatifitas pelaku usaha.<sup>7</sup>

Proses inovasi suatu pelaku usaha yang tepat dalam menemukan strategi bisnisnya dapat menjadikan nilai jual dan daya saing produk lebih tinggi dibandingkan produk lainnya. Hal ini menjadikan konsumen tertarik untuk membeli produk yang dikembangkan. Pengembangan suatu produk dengan mutu yang baik merupakan kunci kesuksesan didunia bisnis, oleh

---

<sup>7</sup>Temmy Wijaya dan Ana Maghfiroh, *Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi (Study Pada Tape Wangi Prima Rasa di Binakal Bondowoso)*, Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Vol. 2, No. 1, 2018, hal 88

karena itu pelaku usaha dalam menjaga keberlangsungan usahanya harus bisa mengembangkan produk dan memaksimalkan sumber dayanya dengan baik.<sup>8</sup>

Penelitian terdahulu terkait strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Sukma Damayanti dengan judul Analisis Strategi pengembangan Produk dalam Mengatasi Persaingan Usaha Busana Muslim dalam Perspektif Ekonomi Islam (Study Kasus di Citra Collection Botoran Kabupaten Tulungagung). Hasil penelitian menyebutkan pengembangan produk pada citra collection ini dengan mengembangkan penampilan produk melalui usaha mengubah penampilan yang sudah ada dengan kualitas yang lebih baik. Strategi pengembangan produk dilakukan secara islam dengan melakukan transaksi jual beli secara jujur dan tidakada yang dirugikan.

Perkembangan industri di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek karena banyaknya persaingan dalam setiap usaha tentu harus melalui beberapa proses yang tidak mudah. Hasil sensus ekonomi tahun 2016 mencatat bahwa jumlah usaha/perusahaan kategori industri pengolahan di wilayah kecamatan Panggul sejumlah 1.760 unit usaha. Tingginya jumlah unit usaha tentu ikut meningkatkan iklim persaingan diantara perusahaan utamanya perusahaan yang memproduksi produk sejenis. Jumlah unit usaha yang semakin banyak mengakibatkan perusahaan-perusahaan saling berlomba untuk menjaga kepercayaan

---

<sup>8</sup> *Ibid*, Hal.89

konsumen atas produk atau jasa yang ditawarkannya. Ketatnya persaingan mendorong pengusaha untuk mampu mengantisipasi ancaman dari parapesaing.

**Tabel 1.2**  
**Data Keadaan Geografis Kecamatan**  
**Panggal Kabupaten Trenggalek<sup>9</sup>**

Geografis	Kecamatan Panggal terletak 59 km sebelah barat daya kota Trenggalek, setengah wilayahnya adalah pegunungan yang mengitari dataran rendah melingkar luas dari barat, utara ketimur sampai pantai di sebelah selatan dan membentuk lembah yang luas dengan teluknya, wilayah tanah subur mencakup daerah aliran sungai yang mengalir sampaisamudra Indonesia.
Jalur transportasi	Jalur transportasi menuju tempat tersebut masih dalam masa pengembangan seiring berkembangnya kebutuhan Masyarakat yang meningkat pesat.
Iklim	Memiliki iklim tropis pantai, dan memiliki curah hujan yang tinggi dikarenakan wilayahnya adalah pertemuan Angin Darat dan Angin Laut.

Sumber : SIMPONI Sistem Informasi Manajemen Potensi Informasi Daerah Kabupaten Trenggalek, 2021

Keadaan geografis Kecamatan Panggal yang berupa kawasan pegunungan mendukung dimanfaatkannya lahan untuk menanam berbagai macam tumbuhan penunjang kebutuhan, salah satunya kelapa dimana merupakan bahan baku utama dari pembuatan es drop yang hampir di setiap desa di Kecamatan Panggal dapat dijumpai.

Es drop merupakan bentuk jajanan tradisional berupa es yang berbahan dasar dari santan dan gula yang dicetak berbentuk persegi

---

<sup>9</sup> SIMPONI Sistem Informasi Manajemen Potensi Informasi Daerah Kabupaten Trenggalek  
<https://dpmpstsp.trenggalek.go.id/simponi/geografi/index/panggal/0/trenggalek.htm>  
Diakses pada 5 Desember 2021 Pukul 15.17 WIB

panjang dan diberi stik sebagai pegangan pada esnya. Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek memiliki beberapa perusahaan es drop diantaranya UD. Sari Kelapa , UD. Cita Rasa, es drop Idola, dan es drop Pak Yusup. Peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh pelaku usaha es drop pada UD Cita Rasa. Karena disamping ketersediaan bahan baku yang melimpah, perusahaan ini dengan jumlah tenaga kerja yang terbatas mampu menghasilkan produk yang cukup banyak dalam satu kali produksi melalui penerapan strategi-strategi yang dijalankan oleh perusahaan.

Selain itu, perusahaan Es Drop UD. Cita Rasa memiliki produk yang berbeda dengan produk pesaingnya, serta jaringan pasarnya juga cukup luas. Industri ES Drop UD. Cita Rasa banyak dikenal masyarakat termasuk di luar kabupaten karena penjualannya melalui pedagang keliling yang tersebar luas di berbagai wilayah yang memiliki pelanggan tetap baik di Kecamatan Panggul sendiri maupun di luar Kecamatan Panggul bahkan sampai di luar Kabupaten yaitu di daerah kecamatan Ngrayun Kabupaten Ponorogo, Kediri, Tulungagung, Malang, dan juga Surabaya.

Zaman yang semakin maju ini menyebabkan banyaknya perusahaan- perusahaan es yang mengeluarkan produknya dengan berbagai macam variasi, mulai dari rasa, kemasan yang lebih menarik, dan harga yang terjangkau. Maka dari itu produk harus ditingkatkan kualitasnya dengan gagasan-gagasan yang kreatif dan inovatif. Dalam

menerapkan strategi pengembangan produk juga harus berlaku sportif dan jujur dengan pesaing usahanya. Untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya UD. Cita Rasa melakukan strategi pengembangan produk supaya tetap bisa menarik pelangganya.

Penerapan strategi oleh para pelaku usaha dapat dilakukan dengan terus mengupayakan pengembangan dan inovasi atas produk yang diproduksi untuk

memberikan hasil yang terbaik bagi para konsumennya.<sup>10</sup> Selain itu perusahaan dapat memperoleh kesempatan ataupun peluang dengan membuat produk yang mengikuti perkembangan zaman. Untuk bisa menarik pelanggan, suatu perusahaan dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif untuk memberikan produk terbaiknya.

Penelitian terdahulu terkait strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Alfiana Widiastuti menyebutkan bahwa proses inovasi suatu pelaku usaha yang tepat dalam menemukan strategi bisnisnya dapat menjadikan nilai jual dan daya saing produk lebih tinggi dibandingkan produk lainnya. Dan hasil dari penelitian menyebutkan strategi pengembangan yang dilakukan untuk mempertahankan keberlangsungan usahanya yaitu dengan memaksimalkan sumber dayanya dengan baik.<sup>11</sup>

Peneliti tertarik untuk melihat pengembangan produk yang dilakukan biarpun di kecamatan Panggul ada pesaing bisnisnya namun ES

---

<sup>10</sup> Sofjan Assauri, *Strategic Management*, (Jakarta:Rajawali Pers, 2016), hal.73

<sup>11</sup> Alfiana Widiastuti, *Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Produksi(Study Pada UD. Idola Trenggalek)*, Skripsi, 2018, Hal.10

Drop UD. Cita Rasa masih tetap laris dan digemari masyarakat sekitar. Di Kecamatan Pangul Kabupaten Trenggalek, terdapat salah satu produk saingan yaitu ES Drop Sari Kelapa. Sehingga ES Drop UD. Cita Rasa harus mengembangkan produknya melalui gagasan kreatifitas dalam menggunakan strategi pengembangan produk yang dimilikinya. Maka dari itu peneliti ingin menganalisis Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Industri Es Drop Cita Rasa di Kecamatan Pangul Kabupaten Trenggalek.

### **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop UD. Cita Rasa di Desa Sawahan kecamatan Pangul kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana analisis SWOT strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing usaha pada industry es drop UD. Cita Rasa di Desa Sawahan Kecamatan Pangul Kabupaten Trenggalek?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk menganalisa strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing usaha pada industry es drop UD. Cita

Rasa di Desa Sawahan Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek.

2. Untuk menganalisa bagaimana analisis SWOT strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop UD. Cita Rasa di Desa Sawahan Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek.

#### **D. Identifikasi Penelitian Dan Batasan Masalah**

Identifikasi penelitian berdasarkan tujuan penelitian yang di kemukakan di atas yaitu strategi pengembangan meliputi strategi segmentasi pasar, target pasar, posisi pasar dan bauran pemasaran. Tujuan dari pembatasan penelitian ini untuk membahas masalah yang ada dalam fokus penelitian supaya penelitian tidak keluar dari jalur pembahasan dan untuk memperjelas ruang lingkup masalah yang dibahas untuk menghindari informasi yang simpang siur dan menghasilkan pembahasan yang terarah, maka diperlukan pembatasan masalah yang diteliti:

##### **1. Pembatasan Daerah Penelitian**

Agar penelitian terhadap masalah yang sudah ditetapkan terarah dan jelas maka daerah penelitian perlu dibatasi. Adapun daerah penelitian yang dilakukan penulis adalah ES Drop UD Cita Rasa desa Sawahan Kec.Panggul Kab. Trenggalek.

##### **2. pembatasan masalah penelitian**

Dalam penulisan skripsi ini penulis membatasi ruang lingkup permasalahan agar tidak menyimpang dari pokok pembahasan. Batasan masalah pokok yang diteliti adalah Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Industri Es Drop Citra Rasa di Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Pada penelitian yang dilakukan ini dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu khazanah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi khususnya yang ada kaitannya dengan strategi pengembangan produk.

2. Secara Praktis

- a. Bagi Akademik

Bahan masukan dan gambaran bagi lembaga untuk digunakan sebagai bahan literatur bagi civitas akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung.

- b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menyusun strategi yang lebih baik di masa yang akan datang, terutamadalam strategi pemasaran.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan dasar pembanding serta dapat dikembangkan untuk penelitian lebih lanjut pada bidang yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk.

d. Bagi Peneliti

Penelitian ini telah menjadi ruang belajar sebagai syarat nilai positif dan sangat membantu dalam peningkatan kapasitas serta pengalaman peneliti yang berkaitan dengan strategi pengembangan produk.

## **F. Penegasan Istilah**

Guna menghindari kesalah pahaman dalam memahami skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Produk Untuk Meningkatkan Daya Saing Usaha Pada Industri Es Drop Di Desa Sawahan Kecamatan Panggul Kabupaten Trenggalek”, maka penulis perlu untuk menegaskan istilah-istilah yang ada pada judul tersebut sebagai berikut:

1. Definsi Konseptual

a. Strategi

Strategi adalah suatu tindakan penyesuaian organisasi sebagai reaksi terhadap situasi lingkungan tertentu yang dianggap penting tindakan penyesuaian tersebut dan dilakukan secara sadar berdasarkan pertimbangan yang wajar.<sup>12</sup>

b. Pengembangan

Pengembangan adalah suatu proses dalam rangka menciptakan perubahan menjadi sempurna secara perlahan maupun bertahap dengan bekal ilmu pengetahuan yang ada melalui planning, actuating dan evaluating.<sup>13</sup>

c. Daya Saing

Daya saing adalah kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik. Daya saing dalam suatu perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memperkokoh pangsa pasar, meningkatkan kinerja, serta menegakkan posisi yang menguntungkan bagi perusahaan.<sup>14</sup>

d. Usaha

Usaha adalah setiap tindakan, perbuatan atau kegiatan apapun yang dilakukan untuk tujuan memperoleh keuntungan. Berfikir

---

<sup>12</sup> Nisa'ul Khasanah, *Strategi Pemasaran Berdasarkan Prinsip Syariah Dalam Meningkatkan Produk-Produk Koperasi BMT Bintaro*, Skripsi, (Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, 2011), Hal. 12

<sup>13</sup> *Ibid*, hal.13

<sup>14</sup> Anonim, *Profil Dan Pemetaan Daya Saing Ekonomi Derah Kabupaten/Kota Di Indonesia*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), Hal. 18

secara kreatif dan inovatif merupakan bagian tindakan maupun perilaku yang dapat dilakukan seseorang dalam melakukan usaha.<sup>15</sup>

## 2. Definisi Operasional

Dalam penelitian ini strategi merupakan langkah, aktivitas, ataupun perencanaan yang dilakukan industry Es Drop UD. Cita Rasa untuk melakukan jual beli es drop kepada konsumen yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas produk atau daya saing. Adapun strategi yang digunakan oleh Industri Es Drop UD. Cita Rasa untuk mengembangkan produknya diantaranya penentuan gagasan, penyaringan gagasan, pengembangan dan pengujian konsep, pengembangan strategi pemasaran, analisis usaha, pengembangan produk, pengujian pasar, komersialisasi. Strategi tersebut akan menghasilkan produk yang berkualitas juga bisa mengurangi adanya dampak atau kendala jika dilakukan secara maksimal.

## G. Sistematika Penulisan

Adapun sistematika pada penulisan skripsi ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu: bagian awal, bagian inti, dan bagian akhir. Dengan keterangan sebagai berikut:

Bagian awal pada sistematika penulisan skripsi terdiri dari halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman

---

<sup>15</sup> Muhidin Riski, Strategi Pemasaran Terhadap Persaingan Usaha Dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Pada Kerajinan Songket Fikri Palembang), (Palembang: Universitas Islam Negeri Raden Fatah, 2016), Skripsi, Hal. 55

pengesahan, halaman kata pengantar, halaman daftar isi, halaman daftar tabel, halaman daftar gambar, halaman daftar lampiran, halaman pedoman tranliterasi dan halaman abstrak.

Bagian inti pada penulisan proposal skripsi terdiri dari lima bab dan masing-masing bab memiliki sub-sub bab, diantaranya:

**BAB I PENDAHULUAN:** membahas tentang konteks penelitian, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, identifikasi penelitian dan batasan masalah, penegasan istilah, dan sistematika penulisan.

**BAB II KAJIAN PUSTAKA:** membahas tinjauan tentang manajemen pemasaran, tinjauan tentang strategi pemasaran, tinjauan tentang daya saing, tinjauan tentang usaha, dan kerangka berfikir.

**BAB III METODE PENELITIAN:** membahas tentang jenis penelitian, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, pengecekan keabsahan temuan, tahaptahap penelitian.

**BAB IV HASIL PENELITIAN:** berisi tentang paparan data dan temuan penelitian. Pada bab ini telah disajikan beberapa pertanyaan penelitian dan hasil analisis data. Paparan data diperoleh dari pengamatan yang dilakukan peneliti seperti wawancara. Sehingga dalam bab ini merupakan penyajian data yang telah disusun sesuai dengan analisis data.

**BAB V PEMBAHASAN:** berisi tentang analisis dengan cara melakukan konfirmasi dan sintesis antara temuan penelitian dengan teori

penelitian yang ada. Pada bab ini membahas mengenai hasil penelitian dari strategi pengembangan produk untuk meningkatkan daya saing usaha pada industri es drop di DesaManggis Kecamatan Panggul kabupaten Trenggalek.

BAB VI PENUTUP: terdiri dari kesimpulan dan saran. Kesimpulan yang diperoleh dari hasil pembahasan dan saran yang ditujukan peneliti kepada beberapa pihak yang berkepentingan terhadap obyek penelitian tersebut.

Bagian akhir terdiri dari: daftar rujukan dan lampiran-lampiran.