

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Penjualan di Kedai Teh Tarik DMR” ditulis oleh Aditya Pratama, NIM 12405193312, jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung dengan pembimbing Dr. Suminto, M.Pd.I.

Pengembangan Produk adalah strategi untuk pertumbuhan perusahaan dengan menawarkan produk baru atau yang dimodifikasi ke segmen pasar yang sekarang. Dalam mengembangkan sebuah produk harus melewati beberapa tahap terlebih dahulu..

Tujuan dari penelitian yaitu: 1) Untuk mendeskripsikan strategi penciptaan gagasan dalam meningkatkan penjualan di Kedai Teh Tarik DMR Tulungagung, 2) Untuk mendeskripsikan strategi pengujian produk dan uji pemasaran dalam meningkatkan penjualan di Kedai Teh Tarik DMR Tulungagung, 3) Untuk mendeskripsikan strategi komersialisasi dalam meningkatkan penjualan di Kedai Teh Tarik DMR Tulungagung. 4) Untuk mendeskripsikan Peningkatan Penjualan pasca penerapan strategi pengembangan produk di Kedai Teh Tarik DMR.

Metode penelitian ini termasuk penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan 3 langkah yaitu kondensasi, penyajian data, dan verifikasi data atau penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) Strategi penciptaan gagasan yang dilakukan oleh Kedai Teh Tarik DMR melalui beberapa tahap yaitu : melakukan penciptaan gagasan atau pencarian ide, diskusi atau melakukan penyaringan ide, kemudian melakukan sebuah inovasi, dan mempertimbangkan faktor-faktor penting dan memperhatikan biaya produksi, 2) Strategi pengujian produk dan uji pemasaran yang dilakukan oleh Kedai Teh Tarik DMR mampu mengatasi beberapa hal antara lain mengatasi risiko, produk yang ditiru, dan mempunyai sebuah rencana alternatif. 3) Strategi Komersialisasi yang dilakukan oleh Kedai Teh Tarik DMR mampu memikat pelanggan dengan cara promosi lewat sosial media dan dibantu dengan endorsement, dengan waktu dan mengetahui kendala yang akan terjadi promosi yang dilakukan menjadi lebih baik. 4) Peningkatan penjualan pasca penerapan strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh Kedai Teh Tarik DMR sudah berjalan dengan baik, melihat statistik penjualan dengan menunggu selama 3 bulan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Produk, Kuliner, Peningkatan Penjualan

ABSTRACT

Skripsi with the title "Product Development Strategy in Increasing Sales at Kedai Teh Tarik DMR" written by Aditya Pratama, NIM 12405193312, majoring in Sharia Business Management, Faculty of Economics and Islamic Business, Islamic State University Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung with thesis advisor Dr. Suminto, M.Pd.I..

Product development is a strategy for company growth by offering new or modified products to the current market segment. In developing a product, it must go through several stages first. So that a product can later be well received by consumers. Making innovations and continuing to pay attention to feedback from consumers makes the products produced maximize and have high value and quality.

The objectives of the research are: 1) To describe the idea creation strategy in increasing sales at the Tulungagung Kedai Teh Tarik DMR, 2) To describe product testing and test marketing strategies in increasing sales at the Tulungagung Kedai Teh Tarik DMR, 3) To describe the commercialization strategy in increasing sales at the Tulungagung Kedai Teh Tarik DMR . 4) to describe the increase sales after the implementation of product development strategies.

This research method includes qualitative research with a descriptive approach. Data collection techniques using interview, observation, and documentation methods. Data analysis uses 3 steps, namely data condensation, data presentation, and data verification or conclusion drawing.

The results showed that: 1) The idea creation strategy carried out by Kedai Teh Tarik DMR goes through several stages, namely: creating ideas or searching for ideas, discussing or filtering ideas, then making an innovation, and considering important factors and paying attention to production costs, 2). The product testing and test marketing strategies carried out by Kedai Teh Tarik DMR are able to overcome several things including overcoming risks, copying products, and having an alternative plan. Then do an innovation from customer feedback that makes the product have value and quality that is favored by consumers, 3) The Commercialization Strategy carried out by Kedai Teh Tarik DMR is able to attract customers by promoting through social media and assisted by endorsements, with time and knowing the obstacles that will occur the promotions carried out are getting better. 4) the increase in sales after implementing the product development strategy carried out by Kedai Teh Tarik DMR has gone well, looking at sales statistics for 3 months.

Keywords :*Product Development Strategy, culinary, increased sales*