

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Strategi Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Home Industry Alat Dapur Inova 21 Desa Kaliwungu Kecamatan Ngunut Kabupaten Tulungagung” yang ditulis Antoni Eka Syahputra, NIM 12405193197, yang dibimbing oleh Dr. Suminto, M.Pd.I.

Banyaknya bisnis *industry* alat dapur pada saat ini, mengharuskan pemilik bisnis *industry* alat dapur bersaing dalam penjualan produk yang dihasilkan. Hal ini membuat pelaku usaha dituntut untuk saling mengatur strategi produk agar produk yang dihasilkan diminati oleh konsumen. Maka dari itu, penelitian ini mengangkat fokus penelitian yang dirumuskan oleh peneliti, yaitu : 1) Bagaimana strategi produk dengan atribut *Product Quality* (Kualitas Produk) yang dilakukan oleh home industry alat dapur inova 21 dalam meningkatkan volume penjualan. 2) Bagaimana strategi produk dengan atribut *Product Features* (Fitur Produk) yang dilakukan oleh *home industry* alat dapur inova 21 dalam meningkatkan volume penjualan. 3) Bagaimana strategi produk dengan atribut *Product Style and Desain* (Gaya dan Desain Produk) yang dilakukan oleh home industry alat dapur inova 21 dalam meningkatkan volume penjualan. 4) Bagaimana kendala yang dihadapi dan solusi yang dilakukan oleh home industry alat dapur inova 21 dalam proses pelaksanaan strategi produk guna meningkatkan volume penjualan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Pengumpulan data dari penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah dengan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : 1) *Home industry* alat dapur inova 21 melakukan strategi produk dengan memperhatikan tiga fungsi dari atribut kualitas produk yaitu daya tahan, kehandalan, dan ketelitian yang dihasilkan. 2) *Home industry* alat dapur inova 21 melakukan strategi produk dengan memperhatikan tiga indikator dari atribut fitur produk yaitu keragaman fitur, kualitas fitur, dan kelengkapan fitur. 3) *Home industry* alat dapur inova 21 melakukan strategi produk dengan memperhatikan gaya produk yang meliputi kerapian produk dan desain produk yang meliputi aspek manfaat serta aspek keindahan. 4) Kendala pertama yang dihadapi adalah dari persaingan dengan perusahaan sejenis, solusi yang dilakukan adalah dengan berkomitmen untuk menjaga kualitas produk yang dihasilkan dan menjaga kepercayaan konsumen. Kendala kedua yang dihadapi adalah bahan baku yang naik harga, solusi yang dilakukan adalah dengan membeli bahan baku dari supplier lain yang memiliki harga lebih rendah dengan kualitas sesuai yang dibutuhkan, atau dari yang lebih dekat dengan perusahaan.

Kata Kunci: Strategi, Strategi Produk, Volume Penjualan, Alat Dapur.

ABSTRACT

Thesis entitled "Product Strategy in Increasing Sales Volume in Home Industry Kitchen Appliance Inova 21 Kaliwungu Village, Ngunut District, Tulungagung Regency" written by Antoni Eka Syahputra, NIM 12405193197, supervised by Dr. Suminto, M.Pd.I.

The number of businesses Industry Kitchen tools at this time, require business owners Industry Kitchen tools compete in the sale of the resulting products. This makes business actors required to regulate each other's product strategies so that the products produced are in demand by consumers. Therefore, this study raises the focus of research formulated by researchers, namely: 1) How to product strategy with attributes Product Quality (Product Quality) carried out by the home industry kitchen appliance inova 21 in increasing sales volume. 2) How to strategy products with attributes Product Features (Product Features) carried out by the home industry kitchen appliance inova 21 in increasing sales volume. 3) How to strategy products with attributes Product Style and Design (Style and Product Design) carried out by the home industry kitchen appliance inova 21 in increasing sales volume. 4) How are the obstacles faced and solutions carried out by the inova 21 kitchen appliance home industry in the process of implementing product strategies to increase sales volume.

This study used a qualitative approach of descriptive type. Data collection from this study used observation, interview, and documentation methods. The data analysis technique used is by condensing data, presenting data, and drawing conclusions.

The results showed that: 1) Product quality attributes were applied by Home industry Inova 21 kitchen tools are committed to maintaining the quality of the products produced. 2) Product feature attributes are applied by Home industry Inova 21 kitchen tools by always releasing new product variants without reducing the quality of products that distinguish from other companies every year by following existing trends. 3) The style and design attributes of the product are applied by Home industry Inova 21 kitchen tools by prioritizing neatness and aesthetic value of the products created. 4) The first obstacle faced is from competition with similar companies, the solution is to be committed to maintaining the quality of the products produced and maintaining consumer trust. The second obstacle faced is raw materials that increase in price, the solution is to buy raw materials from other suppliers who have lower prices with the quality needed, or from those who are closer to the company.

Keywords: strategy, product strategy, sales volume, kitchen tools.