

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Bakpia Eka Tulungagung” ditulis oleh Ahmad Rifa’i, NIM 12405193182, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Pembimbing Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pengembangan usaha bakpia di Tulungagung yang notabene kue bakpia bukan makanan khas asal kota Tulungagung, karena selama ini masyarakat menilai bahwasannya kue bakpia itu adalah makanan khas daerah Yogyakarta. Tetapi usaha yang mendirikan kue bakpia di kota Tulungagung dapat dikatakan sukses dengan pengembangan yang dilakukan.

Fokus penelitian ini ialah bagaimana pencarian ide, penyaringan ide, pengujian dan pengembangan konsep, rancangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi dalam tahapan proses pengembangan produk pada usaha Bakpia Eka Tulungagung?

Tujuan penelitian untuk menganalisa sebuah pengembangan produk melalui pencarian ide, penyaringan ide, pengujian dan pengembangan konsep, rancangan strategi pemasaran, analisis bisnis, pengembangan produk, pengujian pasar, dan komersialisasi dalam tahapan proses pengembangan produk usaha Bakpia Eka Tulungagung.

Jenis penelitian yang akan dilakukan adalah penelitian lapangan. Sedangkan pendekatan dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan cara pengambilan data melalui kegiatan observasi, dokumentasi dan wawancara yang dilakukan di toko usaha Bakpia Eka Tulungagung.

Hasil temuan dari penelitian ini bahwa strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan pada Bakpia Eka Tulungagung yaitu dengan membenahi produk yang sudah ada agar rasa pada produk dapat sesuai dengan masyarakat Tulungagung. Dalam melakukan strategi pengembangan produk usaha Bakpia Eka Tulungagung melakukan beberapa tahapan diantaranya dengan pencarian ide, penciptaan suatu ide diperoleh melalui berbagai sumber yaitu mulai dari sumber internal maupun eksternal. Setelah dilakukan pencarian ide usaha Bakpia Eka melakukan pengujian dan pengembangan konsep, yang bertujuan untuk mendapatkan reaksi dari pelanggan mengenai seberapa baik sebuah ide produk baru dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Setelah melalui pengujian konsep usaha Bakpia Eka melakukan tahapan pengembangan produk dengan mengutamakan kualitas produk yang untuk di jadikan sampel, bertujuan untuk di tunjukan ke konsumen, supaya konsumen bisa menilai terkait kualitas produk, di lihat dari respon konsumen apabila baik berarti produk yang di produksi juga baik dan berkualitas, berarti produk yang buat sesuai dengan konsep awal.

Kata Kunci: *Strategi, Pengembangan Produk, Peningkatan Volume Penjualan*

ABSTRACT

This thesis entitled "Product Development Strategy in Increasing Sales Volume at Bakpia Eka Tulungagung" was written by Ahmad Rifa'i, NIM 12405193182, Sharia Business Management Study Program, supervisor Dr. Qomarul Huda, M.Ag.

The background of this research is the development of the bakpia business in Tulungagung, where bakpia is not a special food from the city of Tulungagung, because so far the community considers that bakpia is a special food of the Yogyakarta region. But the business that established bakpia cake in the city of Tulungagung can be said to be successful with the development that can be carried out.

The focus of this research is how to search for ideas, filter ideas, test and develop concepts, design marketing strategies, business analysis, product development, market testing, and commercialization in the stages of the product development process in the Bakpia Eka Tulungagung business?

The research objective is to analyze a product development through idea search, idea screening, concept testing and development, marketing strategy design, business analysis, product development, market testing, and commercialization in the stages of the Bakpia Eka Tulungagung business product development process

The type of research to be carried out is field research. While the approach in this study used a qualitative descriptive method by collecting data through observation, documentation and interviews conducted at the Bakpia Eka Tulungagung business store.

The findings from this study are that the product development strategy in increasing sales volume at Bakpia Eka Tulungagung is by improving existing products so that the taste of the product can suit the people of Tulungagung. In carrying out the business product development strategy, Bakpia Eka Tulungagung carried out several stages including searching for ideas, creating an idea obtained through various sources, namely starting from internal and external sources. After searching for business ideas, Bakpia Eka conducted concept testing and development, which aims to get reactions from customers about how well a new product idea meets consumer needs. After going through the testing of the business concept, Bakpia Eka carried out the product development stages by prioritizing product quality to be sampled, aiming to show it to consumers, so that consumers can assess product quality, judging by the consumer's response, if it is good, it means that the product being produced is also good. and quality, means that the product is made according to the initial concept

Keywords: Strategy, Product Development, increase in sales volume