

ABSTRAK

Skripsi dengan judul “Peranan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan Kabupaten Trenggalek” ini ditulis oleh Sastia Rahmatunnisa, NIM 12405193126 yang di bimbing oleh Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

Penelitian ini dilatar belakangi dengan banyaknya usaha yang menciptakan produk sejenis akan sangat berbahaya bagi pelaku usaha apabila hanya mengandalkan produk yang ada tanpa ada suatu usaha tertentu untuk mengembangkan atau memperbaikinya. Oleh karena itu, setiap usaha dalam mempertahankan dan meningkatkan volume penjualan perlu melakukan suatu pengembangan atau inovasi produk yang dihasilkan ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna dan daya tarik yang lebih besar.

Usaha jamur mantan adalah usaha yang bergerak membuat camilan atau makanan ringan yang sudah berdiri kurang lebih enam tahun, sehingga sudah banyak pengalaman dalam proses pengembangan produk yang telah dilakukan. Rumusan masalah pada skripsi ini yaitu: Bagaimana Upaya Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan. Bagaimana Strategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan. Bagaimana Faktor Pendorong Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan. Bagaimana Faktor Penghambat dalam Meningkatkan Volume Penjualan Usaha Jamur Mantan.

Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data melalui wawancara. Teknik analisis yang diperoleh direduksi dan dianalisis kemudian disajikan, sedangkan teknik pengecekan keabsahan data dengan trigulasi dan perpanjangan pengamatan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh tahap upaya pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan di usaha jamur mantan yaitu pengemasan produk, penyaringan ide, pengujian konsep, analisis bisnis, pengembangan prototipe, uji produk dan komersialisasi. Ada dua strategi pengembangan produk dalam meningkatkan volume penjualan yaitu memperbaiki produk yang sudah ada dan meniru strategi pesaing. Adapun faktor pendorong dalam pengembangan produk usaha jamur mantan yaitu menaikkan omset, meningkatkan volume penjualan dan kepuasan pelanggan. Faktor penghambat dalam pengembangan produk usaha jamur mantan yaitu sulitnya bahan baku dan ekspedisi atau pengiriman.

Kata Kunci: Pengembangan Produk dan Volume Penjualan

ABSTRACT

Thesis by the title "The Role of Product Development in Increasing the Sales Volume of the Mantan Mushroom Business in Trenggalek Regency" was written by Sastia Rahmatunnisa, Registered University Student Number 12405193126 Advisor by Dr. Nur Aziz Muslim, M.H.I.

The background of this research is, there are many businesses that create similar products, it will be very dangerous for business actors if they only rely on existing products without any particular effort to develop or improve it. Therefore, every effort to maintain and increase sales volume needed to develop of innovate the resulting product in a better direction, so that it could provide greater usability and attractiveness.

The mantan mushroom was a business that is engaged in making snacks or snacks that had been around for more that six years, so that a lot of experience in the product development process had been carried out. The problem formulation in this thesis were: How were product development efforts to increas sales volume at the Mantan Mushroom business. How were product Development Strategy in Increasing the Sales Volume af the Mantan Mushroom Business. How were the driving factors of product development in increasing sales volume of the mantan mushroom business. How were the Inhibiting Factors in Increasing the Sales Volume of the Mantan Mushroom Business.

This research used descriptive qualitative research. The data used was primary data. Data collection techniques through interviews. The analysis technique obtained was reduced and analyzed then presented, while the techniques for checking the validity of the data was trigulation and extension of observations.

The results showed that there were seven stages of product development efforts in increasing sales volume in the mantan mushroom business, namely product conception, idea screening, concept testing, business analysis, prototype development, product testing and commercialization. There are two product development strategies in increasing sales volume, namely improving existing products and imitating competitors strategies. The driving factors in product development for the mantan mushroom business are increasing turnover, increasing sales volume and customer satisfaction. The inhibiting factors in the development of mantan mushroom business products are the difficulty of raw materials and expeditions or shipping.

Keywords: *Product Development and Sales Volume*