

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Strategi Pengembangan Produk Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Jajanan Pasar Untuk Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus UMKM Desa Gedangan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang)” ditulis oleh Vikcy Rananda, NIM 126402213216, Program Studi Ekonomi Syariah, Pembimbing Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Produk, Peningkatan Penjualan

Penelitian ini dilatarbelakangi masalah pengembangan produk yang dilakukan oleh usaha mikro kecil menengah jajanan pasar Desa Gedangan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang, yang kurangnya inovasi untuk mengembangkan produk jajanan pasar sehingga mempengaruhi peningkatan penjualan. Perlunya dilakukan pengembangan produk dengan menambah inovasi baru seperti penambahan varian rasa, produk baru dan kemasan yang ekonomis untuk menarik konsumen dengan adanya pengembangan produk dapat meningkatkan penjualan.

Fokus penelitian ini adalah 1) Bagaimana penerapan strategi pengembangan produk UMKM jajanan pasar yang efektif di Desa Gedangan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang ? 2) Apa faktor pendukung dan penghambat pengembangan produk UMKM jajanan pasar di Desa Gedangan Kecamatan Mojowarno Kabupaten Jombang ?

Metode yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu dengan menggunakan pendekatan kualitatif jenis deskriptif. Data yang penulis gunakan adalah data primer dan data sekunder. Teknik dalam pengumpulan data yaitu dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil temuan dari penelitian ini adalah strategi pengembangan produk terhadap peningkatan volume penjualan yang terdapat pada produk jajanan pasar ini yaitu dengan pengembangan yang telah dilakukan sangat memiliki pengaruh terhadap peningkatan volume penjualan dengan menambah jenis produk dan inovasi kemasan pada produk. Untuk faktor pendukung dan penghambat yang ada yaitu bahan utama dari produk yang digunakan adalah bahan yang berkualitas jadi kualitas yang ada dalam produk tersebut benar-benar terjamin. Sedangkan untuk faktor penghambatnya yaitu terkait dengan persaingan banyaknya penjual jajanan pasar membuat persaingan semakin tinggi. Tetapi dengan adanya media sosial seperti WA, facebook sangat membantu untuk meningkatkan penjualan.

ABSTRACT

This thesis entitled "Product Development Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) of Market Snacks to Increase Sales (Case Study of MSMEs in Gedangan Village, Mojowarno District, Jombang Regency)" was written by Vikcy Rananda, NIM 126402213216, Sharia Economics Study Program, Supervisor Dr. Qomarul Huda, M. Ag.

Keywords: Strategy, Product Development, Sales Increase

This research is motivated by the problem of product development carried out by micro, small, and medium enterprises of market snacks in Gedangan Village, Mojowarno District, Jombang Regency which lack innovation to develop market snack products, thus affecting sales growth. It is necessary to develop products by adding new innovations such as adding flavor variants, new products and economical packaging to attract consumer interest with product development can increase sales.

The focus of this study is 1) How is the implementation of effective product development strategies for market snack UMKM in Gedangan Village, Mojowarno District, Jombang Regency? 2) What are the supporting and inhibiting factors for the development of market snack UMKM products in Gedangan Village, Mojowarno District, Jombang Regency?

The method used in implementing this research is to use a descriptive qualitative approach. The data used by the author are primary data and secondary data. The techniques in data collection are observation, interviews, and documentation.

The findings of this study are product development strategies to increase sales volume on this market snack product, namely the development that has been carried out has a major influence on increasing sales volume by adding product types and packaging innovations to the product. For supporting and inhibiting factors, the main ingredients of the product used are quality ingredients so that the quality of the product is truly guaranteed. While the inhibiting factors are related to business competition, market snack sellers make competition even higher. However, with the existence of social media such as WA, Facebook, it is very helpful in increasing sales.

Keywords: Strategy, Product Development, Sales Increase