

ABSTRAK

Nama : Fatimatuz Zahroh, 212458, “Analisis Pengembangan Produk Dalam Meningkatkan Produktivitas Pembuatan Sepatu Kulit Di Industri Sepatu Kulit Finaldo Suwaduk Wedarijaksa Pati”

ABSTRAK

Strategi pemasaran berupa pengembangan produk diharapkan produk yang dihasilkan dari pengembangan produk tersebut dapat menggantikan posisi produk perusahaan yang telah lama dan dapat menjaga kelangsungan hidup produk baru serta memberikan volume penjualan bagi perusahaan dan tentunya meningkatkan produktivitas produksi tercapai. Rumusan masalah penelitian ini (1) Bagaimana konsep pengembangan produk dalam produksi sepatu kulit Finaldo di desa Suwaduk Wedarijaksa Pati? (2) Bagaimana pelaksanaan strategi pengembangan produk dalam meningkatkan produktivitas pembuatan sepatu kulit Finaldo di desa Suwaduk Wedarijaksa Pati? Permasalahan tersebut dibahas melalui studi lapangan dengan pendekatan kualitatif untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek peneliti. Sumber data diperoleh dari pemilik perusahaan, dan karyawan perusahaan. Pengumpulan data yang digunakan dengan metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Semua data dianalisis dengan analisis deskriptif berupa kata-kata. Proses analisis dilakukan melalui observasi terus menerus, kemudian reduksi data, selanjutnya menyajikan data yang didasarkan pada pengelompokan data sesuai dengan fokus penelitian.

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa (1) Peran konsep pengembangan, diantaranya dengan (a) Pemunculan Ide (b) Penyaringan Ide (c) Pengembangan dan Pengujian Konsep (d) Pengembangan Strategi Pemasaran (e) Analisis Bisnis (f) Pengembangan Produk (g) Pengujian Pasar (h) Komersialisasi. (2) Peran strategi pengembangan dalam meningkatkan produktivitas, diukur dari kinerja hasil *outcome performance* menunjukkan pada hasil yang dicapai oleh tenaga penjualan (pemasaran) dalam kurun waktu atau periode tertentu. Oleh karena itu, untuk mengungkapkan kondisi kinerja pemasaran pada perusahaan adalah dapat dilakukan melalui kajian mengenai perkembangan hasil penjualan dan realisasi kegiatan yang dilakukan perusahaan dalam bidang jawab, dan kecerdasan, serta komunikatif. Strategi lain juga digunakan untuk dapat meningkatkan pelayanan agar dapat mencapai tingkat produktivitas yang sesuai diinginkan, antara lain (a) memberikan pelayanan yang baik dan berkualitas, (b) melayani dengan cepat dan tepat, (c) melayani dengan sikap respek, sopan santun dan kelembahlembutan (d) mempertahankan kualitas produk, (e) meningkatkan kualitas pelayanan, (f) harga, (g) biaya.

Kata kunci: Pengembangan produk, Volume penjualan, Produktivitas.