

ABSTRAK

Anisa Hopipah, 2021. Analisis Strategi Pengembangan Produk di PT. Yumna Berkah Nusantara. Program Studi Ekonomi Syariah. Fakultas Agama Islam. Universitas Siliwangi, Tasikmalaya.

PT. Yumna Berkah Nusantara merupakan perusahaan yang sedang berkembang di bidang fashion muslim khususnya mukena. Banyaknya unit bisnis yang memproduksi produk yang sama sehingga pesaing pun semakin banyak maka perusahaan harus dapat bersaing untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen salah satunya dengan melakukan pengembangan produk. PT. Yumna Berkah Nusantara melakukan pengembangan produk dengan memproduksi gamis untuk menjaga stabilitas penjualan karena produk mukena merupakan produk musiman. Namun, penjualan gamis tersebut tidak berpengaruh terhadap penjualan. Maka yang menjadi rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana analisis strategi pengembangan produk di PT. Yumna Berkah Nusantara.

Strategi pengembangan produk merupakan strategi yang dilakukan dalam menghadapi kemungkinan perubahan suatu produk ke arah yang lebih baik, sehingga dapat memberikan daya guna maupun daya pemuas yang lebih besar. Adapun metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dengan teknik pengambilan data melalui observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi, sedangkan data sekunder berasal dari dokumen-dokumen PT. Yumna Berkah Nusantara. Uji kredibilitas data menggunakan triangulasi teknik dan teknik analisis data menggunakan analisis SWOT.

Hasil dari analisis SWOT pengembangan produk di PT. Yumna Berkah Nusantara menghasilkan nilai total skor masing-masing *strength* 1,79 *weaknesses* 0,94 *opportunities* 1,23 dan *threat* 1,73. Kemudian dari hasil tersebut disusun dalam matriks SWOT yang menghasilkan empat alternatif strategi sebagai rekomendasi dalam pengembangan produk di PT. Yumna Berkah Nusantara. Dimana hasil EFAS dan IFAS bertemu di kuadran II. Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi yang dapat menjadi alternatif pengembangan produk di PT. Yumna Berkah Nusantara yaitu strategi ST diantaranya perusahaan dapat melakukan perbaikan ciri khas produk, meningkatkan kualitas SDM yang ada, menambah divisi R&D dan manajer produksi khusus, menambah nilai jual pada produk serta memperhatikan tahapan-tahapan dalam pengembangan produk.

Kata Kunci: Strategi, Pengembangan Produk, analisis SWOT

ABSTRACT

Anisa Hopipah, 2021. *Analysis of Product Development Strategies at PT. Yumna Berkah Nusantara. Islamic Economics Development. Islamic Faculty. Siliwangi University, Tasikmalaya.*

PT. Yumna Berkah Nusantara is a growing company in the field of Muslim fashion, especially prayer hijab. The number of business units that produce the same product so that there are even more competitors, the company must be able to compete to meet consumer wants and needs, one of which is product development. PT. Yumna Berkah Nusantara develops products by producing robes to maintain sales stability because prayer hijab products are seasonal products. However, the sale of the robe has no effect on sales. So the formulation of the problem and purpose in this study is to find out how to analyze product development strategies at PT. Yumna Berkah Nusantara.

Product development strategy is a strategy carried out in the face of possible changes in a product for the better, so that it can provide greater usability and satisfaction. The research method used in this research is descriptive qualitative using primary data and secondary data. Primary data obtained by data collection techniques through observation, interviews, questionnaires and documentation, while secondary data comes from documents PT. Yumna Berkah Nusantara. Test the credibility of the data using triangulation techniques and data analysis techniques using SWOT analysis.

The results of the SWOT analysis of product development at PT. Yumna Berkah Nusantara produced a total score of 1.79 strengths, weaknesses 0.94 opportunities 1.23 and threats 1.73. Then from these results compiled in a SWOT matrix which produces four alternative strategies as recommendations in product development at PT. Yumna Berkah Nusantara. Where the results of EFAS and IFAS meet in quadrant II. So it appears that the strategy that can be an alternative product development at PT. Yumna Berkah Nusantara, namely ST strategy, including the company can improve product characteristics, improve the quality of existing human resources, add R&D divisions and special production managers, add selling value to products and pay attention to the stages in product development.

Keywords: *Strategy, Product Development, SWOT analysis*