

ABSTRAK

Skripsi ini memaparkan permasalahan yang terdapat dalam pengembangan produk pada mie Endes. Permasalahannya adalah belum berhasil atau Kurang efektifnya upaya pengembangan produk, di tandai dengan pengembangan pada produk Mie Endes dinilai kurang efektif terlihat pencapaian target yang rata-rata kurang dari 50 % per Bulannya dari target yang ditetapkan. Hal ini menunjukkan bahwa upaya pengembangan produk dalam meningkatkan jumlah pelanggan tidak efektif, ditambah manajemen yang tidak optimal dan jumlah pesaing yang semakin banyak akan mempengaruhi tidak efektifnya pengembangan produk.

Penelitian ini dilakukan di Kedai Mie Endes yang terletak di Jln. Wijaya Kusuma Kec. Sampang, Kabupaten Sampang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tahapan pengembangan produk pada mie teratai, untuk mengetahui tingkat efektivitas pengembangan produk pada mie Endes dengan metode yang digunakan adalah analisis deskriptif dengan teknik komparatif yaitu dengan membandingkan target yang ingin dicapai per bulan dengan realisasi target perusahaan per bulan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, penulis menyimpulkan bahwa pengembangan produk mie Endes Telah sesuai dengan memproduksi secara terencana, profesional dan dengan etos kerja yang tinggi agar dapat menghasilkan hasil yang maksimal. hasil. Hal ini terlihat pada proses pengembangan produk mie teratai secara bertahap, terdiri dari Tahap Penciptaan Ide, Tahap Penyaringan Ide, Tahap Analisis Bisnis, Tahap Pengembangan Produk, dan Tahap Komersialisasi.

Namun pencapaian hasil pengembangan produk mie Endes dalam peningkatan jumlah pelanggan dinilai kurang Efektif dengan pencapaian tingkat efektivitas terhadap target 54%, 30%, 48%, 45%, 50%, 38% dan 38 % dari target per bulannya, dengan Jumlah Total rata-rata pencapaian target 44% Per Bulan dari target yang di tetapkan sebesar 50%.

Kata Kunci : Mie, Efektivitas, Pengembangan Produk

ABSTRAK

This thesis describes the problems contained in product development on Mie Endes. The problem is that the product development efforts have not been successful or have not been effective, marked by the development of the Mie Endes product which is considered less effective, it can be seen that the target achievement is on average less than 50% per month from the target set. This shows that product development efforts in increasing the number of customers are not effective, plus non-optimal management and the increasing number of competitors will affect the ineffectiveness of product development.

This research was conducted at Kedai Mie Endes which is located on Jln. Wijaya Kusuma District. Sampang, Sampang Regency. The purpose of this study was to determine the stages of product development in lotus noodles, to determine the level of effectiveness of product development in Mie Endes with the method used was descriptive analysis with comparative techniques, namely by comparing the targets to be achieved per month with the realization of the company's targets per month.

From the results of the research conducted, the authors conclude that the development of Endes noodle products has been in accordance with producing in a planned, professional manner and with a high work ethic in order to produce maximum results. results. This can be seen in the process of developing lotus noodle products in stages, consisting of the Idea Creation Stage, Idea Screening Stage, Business Analysis Stage, Product Development Stage, and Commercialization Stage.

However, the achievement of Endes noodle product development in increasing the number of customers is considered less effective with the achievement of effectiveness levels against the target of 54%, 30%, 48%, 45%, 50%, 38% and 38% of the target per month, with an average total the average target achievement is 44% per month from the set target of 50%.

Keywords: Noodles, Effectiveness, Product Development