

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk dalam meningkatkan daya saing pada Usaha Dodol Tiga Putri di Desa Singengu Kecamatan Kotanopan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh tingginya tingkat persaingan usaha dodol di wilayah tersebut, sementara produk yang ditawarkan relatif seragam antarprodusen, baik dari segi rasa maupun kemasan. Meskipun Usaha Dodol Tiga Putri menunjukkan peningkatan pendapatan dari tahun 2022 hingga 2024, pangsa pasar yang dimiliki masih tergolong kecil dibandingkan pesaing. Kondisi ini menunjukkan perlunya perumusan strategi yang tepat agar usaha mampu memperkuat posisinya di tengah persaingan yang semakin kompetitif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi dengan pemilik usaha serta konsumen sebagai informan pendukung. Analisis data dilakukan menggunakan Matriks Ansoff untuk mengidentifikasi alternatif strategi pertumbuhan berdasarkan kombinasi produk dan pasar yang dilayani usaha. Melalui pendekatan ini, penelitian berfokus pada pemetaan posisi usaha serta penentuan strategi yang paling relevan sesuai kondisi internal dan lingkungan persaingan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi yang paling sesuai diterapkan adalah strategi pengembangan produk. Pasar yang dilayani relatif tetap dan telah memiliki pelanggan, namun dari sisi produk masih terdapat peluang pembaruan. Pengembangan dapat dilakukan melalui dua langkah utama, yaitu memperbaiki produk yang sudah ada dan memperluas lini produk. Perbaikan produk dilakukan dengan menyempurnakan kemasan tanpa mengubah cita rasa original sebagai identitas utama, seperti penambahan lapisan pelindung dan penggunaan kemasan luar yang lebih representatif dengan identitas budaya Mandailing. Sementara itu, perluasan lini produk dapat dilakukan melalui penambahan variasi rasa seperti kopi Mandailing, coklat, wijen, dan durian sebagai pilihan tambahan bagi konsumen.

Melalui strategi tersebut, Usaha Dodol Tiga Putri tidak hanya mempertahankan keaslian produknya, tetapi juga meningkatkan nilai tambah dari segi tampilan, variasi, dan identitas merek. Pengembangan produk ini mampu memperkuat daya saing usaha, memperluas minat konsumen, serta mendukung keberlanjutan usaha secara bertahap dan berkelanjutan di tengah persaingan industri makanan tradisional.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan Produk, Daya Saing, Matriks Ansoff