

## ABSTRAK

**Bandung Kunafe merupakan suatu merek yang merepresentasikan produk makanan berupa kue sebagai kegiatan bisnis yang saat ini populer dijual di kalangan masyarakat terutama di Kota Bandung. Berdasarkan penelitian terdapat masalah pada tujuan penjualan yaitu: volume penjualan perusahaan selama periode dari tahun 2018-2021 mengalami fluktuatif yang cukup signifikan, dan realisasi hasil penjualan kue dari tahun 2018-2021 selama 1 tahun tidak mencapai target yang telah ditetapkan. Masalah tersebut diduga karena pelaksanaan tahapan pengembangan produk, hal itu terlihat dari kurang maksimalnya perusahaan dalam melaksanakan tahapan pengembangan strategi pemasaran yang cenderung lebih memprioritaskan penjualan produk melalui penjualan offline dibandingkan penjualan online.**

**Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh pengembangan produk terhadap tujuan penjualan kue pada Bandung Kunafe. Metode penelitian yang digunakan yaitu Analisis Kuantitatif. Sedangkan teknik pengumpulan datanya melalui penelitian kepustakaan dan lapangan meliputi: wawancara terstruktur, observasi non-partisipan, penyebaran kuesioner melalui teknik sensus dengan 20 responden. Untuk analisis datanya digunakan uji validitas dengan penggunaan MSI (methode Succes of Interval) dimana data dengan skala ordinal harus diintervalkan, uji reabilitas, uji regresi liner sederhana, uji koefisien korelasi Rank Spearman, dan uji koefisien determinasi.**

**Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian, menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara pengembangan produk terhadap tujuan penjualan kue menurut uji regresi liner sederhana sedangkan menurut analisis koefisien korelasi Rank Spearman sebesar 0,926 dengan  $N=20$ . Artinya antara pengembangan produk terhadap tujuan penjualan memiliki hubungan yang sedang. Selain itu didapat pula koefisien determinasi sebesar 85,75%. Hal ini menunjukkan bahwa pengembangan produk memiliki pengaruh dengan tujuan penjualan kue dan sisanya 14,25% adalah faktor lain seperti: perubahan selera konsumen, faktor ekonomi masyarakatan dll.**

**Pelaksanaan pengembangan produk pada Bandung Kunafe mengalami berbagai hambatan diantaranya: Keterbatasan sumber daya manusia yang terampil, keterbatasannya talent dan ide, tingkat persaingan pasar, kenaikan harga bahan baku.**

**Saran-saran yang dapat peneliti kemukakan yaitu mengadakan pelatihan khususnya bagi SDM, mencari sebuah referensi konten, melakukan inovasi terhadap produk penjualan dan meningkatkan kualitas, mencari kemungkinan-kemungkinan sumber dari bahan baku yang baru dengan tetap membina hubungan.**

**(Kata Kunci : Pengembangan Produk, Tujuan Penjualan)**

## ABSTRACT

**Bandung Kunafe is a brand that represents food products in the form of cakes as a business activity that is currently popularly sold among the public, especially in the city of Bandung. Based on the research, there are problems with sales objectives, namely: the company's sales volume during the period from 2018-2021 fluctuated significantly, and the realization of cake sales from 2018-2021 for 1 year did not reach the set target. The problem is suspected to be due to the implementation of the product development stage, it can be seen from the company's lack of maximum in carrying out the stages of developing a marketing strategy which tends to prioritize product sales through offline sales compared to online sales.**

**The purpose of this study was to determine the effect of product development on the purpose of selling cakes at Bandung Kunafe. The research method used is Quantitative Analysis. While the data collection techniques through library and field research include: structured interviews, non-participant observation, distributing questionnaires through census techniques with 20 respondents. For data analysis used validity test using MSI (Sukses of Interval method) where data with ordinal scale must be intervald, reliability test, simple linear regression test, Spearman Rank correlation coefficient test, and coefficient of determination test.**

**Based on the data obtained from the results of the study, it shows that there is a positive influence between product development and the purpose of selling cakes according to a simple linear regression test, while according to the Spearman Rank correlation coefficient analysis of 0.926 with  $N = 20$ . This means that there is a moderate relationship between product development and sales objectives. In addition, the coefficient of determination is 85.75%. This shows that product development has an influence with the purpose of selling cakes and the remaining 14.25% is other factors such as: changes in consumer tastes, community economic factors etc.**

**The implementation of product development at Bandung Kunafe experienced various obstacles including: Limited skilled human resources, limited talent and ideas, level of market competition, rising raw material prices.**

**Suggestions that researchers can put forward are conducting training, especially for human resources, looking for a content reference, innovating sales products and improving quality, looking for possible sources of new raw materials while maintaining relationships.**

**(Keywords: Product Development, Sales Goals)**

## ABSTRAK

Bandung Kunafe mangrupa mérek anu ngagambarkeun produk pangan dina wangun kuéh minangka kagiatan usaha anu ayeuna populer dijual di kalangan masarakat hususna di Kota Bandung. Dumasar kana hasil panalungtikan, aya masalah anu aya dina tujuan penjualan, nyaéta: volume penjualan perusahaan salami periode 2018-2021 turun naék sacara signifikan, sareng réalisasi penjualan jajan ti taun 2018-2021 salami 1 taun henteu ngahontal target anu ditetepkeun. Masalah anu dicurigai disababkeun ku palaksanaan tahap pengembangan produk, hal ieu tiasa ditingali tina henteuna perusahaan anu maksimal dina ngalaksanakeun tahapan ngembangkeun strategi pemasaran anu condong ngutamakeun penjualan produk ngalangkungan penjualan offline dibandingkeun penjualan online.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh pengembangan produk kana tujuan penjualan jajan di Bandung Kunafe. Méthode panalungtikan anu digunakeun nyaéta Analisis Kuantitatif. Sedengkeun téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan studi pustaka jeung lapangan ngawengku: wawancara terstruktur, observasi non partisipan, ngadistribusikaeun angkét ngaliwatan téhnik sésusus kalawan 20 réspodén. Pikeun analisis data digunakeun uji validitas ngagunakeun MSI (Sukses of Interval method) dimana data kalawan skala ordinal kudu interval, uji reliabilitas, uji regresi linier basajan, uji koefisien korelasi Rangking Spearman, jeung uji koefisien determinasi.

Dumasar kana data anu dimeunangkeun tina hasil panalungtikan, nuduhkeun yén aya pangaruh anu positip antara pamekaran produk jeung tujuan ngajual kue dumasar kana uji régrési liniér basajan, sedengkeun nurutkeun analisis koefisien korelasi Spearman Rank 0,926 kalawan  $N = 20$ . Ieu ngandung harti yén aya hubungan sedeng antara pamekaran produk sareng tujuan penjualan. Sajaba ti éta, koefisien determinasi nyaéta 85,75%. Hal ieu nuduhkeun yén pamekaran produk miboga pangaruh jeung tujuan ngajual kue jeung 14,25% sésana mangrupa faktor séjén saperti: parobahan rasa konsumen, faktor ékonomi masarakat jrrd.

Palaksanaan pengembangan produk di Bandung Kunafe ngalaman rupa-rupa kendala diantaranya: SDM terampil terbatas, bakat sareng ideu terbatas, tingkat persaingan pasar, naékna harga bahan baku.

Saran anu bisa ditepikeun ku panalungtik nyaéta ngayakeun palatihan, hususna pikeun sumber daya manusa, néangan référénsi eusi, ngainovasi produk penjualan jeung ngaronjatkeun kualitas, néangan sumber bahan baku anyar anu mungkin bari ngajaga hubungan.

(Konci: Pangwangunan Produk, Sasaran Penjualan)