

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) AL QODIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DI PT.TUJUH IMPIAN BERSAMA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

Oleh :

Reza Resita Dewi
NIM : E20192221

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
JUNI 2023**

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) AL QODIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DI PT.TUJUH IMPIAN BERSAMA JEMBER**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember
untuk memenuhi salah satu persyaratan memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Oleh :

Reza Resita Dewi
NIM :E20192221

Disetujui Pembimbing



Ahmad Muzayyin,S.E.I.,M.E
NUP.20111135

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

**STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK AIR MINUM DALAM
KEMASAN (AMDK) AL QODIRI DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN DI PT.TUJUH IMPIAN BERSAMA JEMBER**

SKRIPSI

telah diuji dan diterima untuk memenuhi salah satu persyaratan
memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi Ekonomi Syariah

Hari : Jumat
Tanggal : 9 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua

Sekretaris



Muhammad Saiful Anam,M.Ag
NIP.197111142003121002



Nur Alifah Fajariyah,SE.,MSA
NUP.201603133

Anggota :

1. Dr.Nurul Widyawati IR,S.Sos.,M.Si
2. H.Ahmad Muzayyin,S.E.I.,M.E




Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

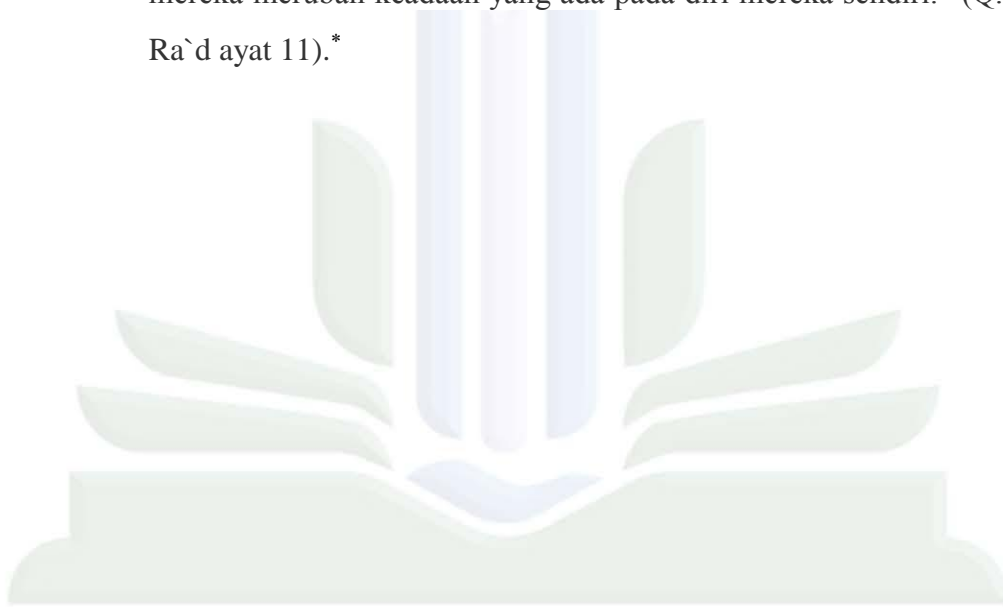


Dr.Khamdan Rifa'i,S.E.,M.Si
NIP.196808072000031001

MOTTO

إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ

Artinya : “Sesungguhnya Allah tidak merubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka merubah keadaan yang ada pada diri mereka sendiri.” (Q.S Al-Ra`d ayat 11).*



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

* Kementerian Agama RI, Halimah “*Al-Qur`an Tajwid, Terjemah, Tafsir Untuk Wanita*”, (Bandung:Marwah,2009), 250.

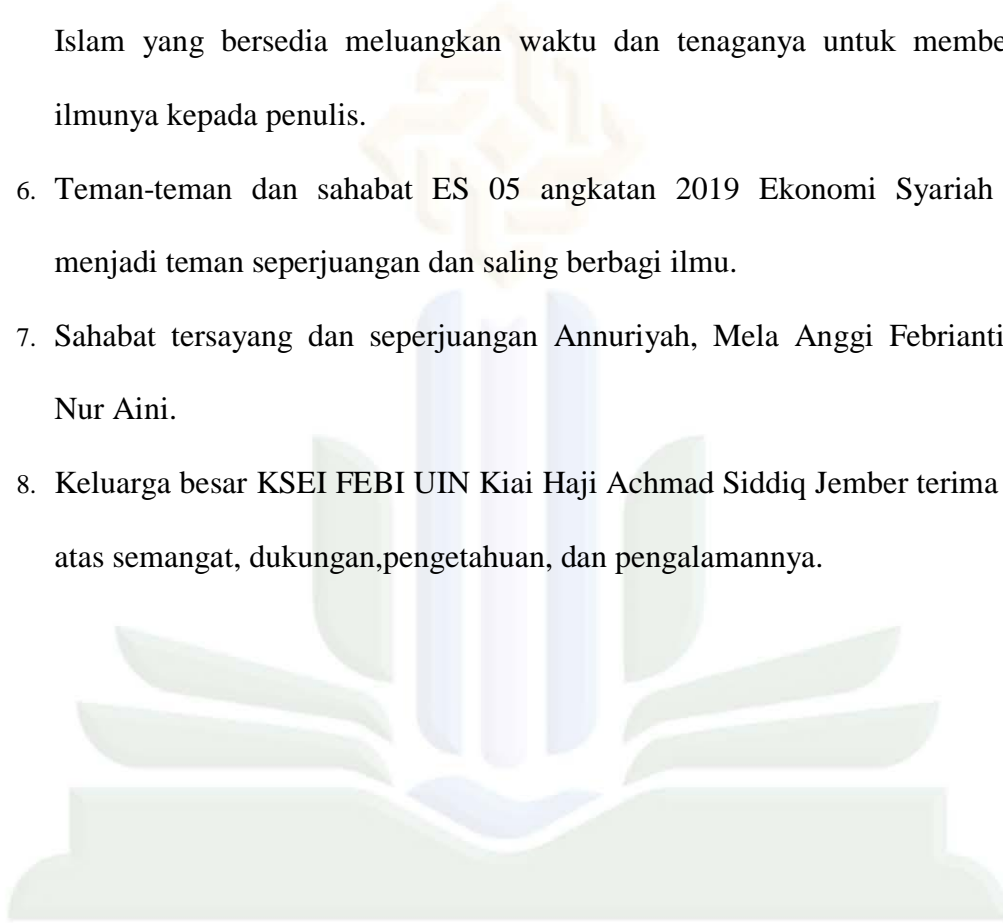
PERSEMBAHAN

Alhamdulillah hirabbil ‘alamin, Segala puji bagi Allah SWT berkat rahmat serta hidayah-Nya penulis diberikan kesempatan untuk menuntut ilmu di UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, dan saya persembahkan karya tulis ini kepada :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Mohamad dan Mama Bunami tercinta, dua orang yang paling berharga dalam hidup saya yang selalu memberikan semangat, motivasi, nasihat serta kasih sayang yang tidak pernah henti sampai saat ini. Terima kasih karena selalu menjaga saya dalam doa-doa Bapak dan Mama serta selalu membiarkan penulis untuk mengejar impiannya apapun itu, segala pengorbanan yang tidak mungkin dapat dibalas oleh penulis. Semoga surga kelak menjadi balasan atas kasih sayang, cinta dan pengorbanan dan semoga penulis dapat menjadi harapan keluarga dengan kesuksesan dan kebahagiaan yang akan diberikan. Amin Ya Rabb.
2. Kakak Agus Maulana serta adek Almira Hafizhah yang senantiasa memberikan motivasi, doa, semangat, terimakasih dan sayangku untuk kalian.
3. Keluarga besar tercinta yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan doa agar tidak pantang menyerah dalam segala hal.
4. Segenap guru, dosen, dan dosen pembimbing, semoga ilmu yang diberikan bermanfaat dan barokah untuk penulis. Amin Ya Rabb.
5. Almamater UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember dan seluruh dosen UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember khususnya dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Islam yang bersedia meluangkan waktu dan tenaganya untuk memberikan ilmunya kepada penulis.

6. Teman-teman dan sahabat ES 05 angkatan 2019 Ekonomi Syariah yang menjadi teman seperjuangan dan saling berbagi ilmu.
7. Sahabat tersayang dan seperjuangan Annuriyah, Mela Anggi Febrianti, dan Nur Aini.
8. Keluarga besar KSEI FEBI UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember terima kasih atas semangat, dukungan, pengetahuan, dan pengalamannya.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur alhamdulillah, penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik, sebagai salah satu syarat menyelesaikan studi Strata Satu (S1), Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, perkenankanlah penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Babun Suharto,S.E.,MM selaku Rektor UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
2. Bapak Dr. Khamdan Rifa`i, S.E.,M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
3. Ibu Dr. Nikmatul Masruroh, S.H.I.,M.E.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
4. Bapak Dr. M.F Hidayatullah,S.H.I.,M.S.I selaku Koordinator Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Kiai Haji Achmad Siddiq Jember.
5. Bapak H. Ahmad Muzayyin,S.E.I.,M.E selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak Dr. Moh. Haris Balady,S.E.,MM selaku Dosen Pembimbing Akademik (DPA).

7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, khususnya yang telah memberikan ilmu kepada penulis sehingga dapat mengetahui apa yang tidak diketahui sebelumnya menambah wawasan baru.
8. Bapak Aruna Hidayatullah selaku pemilik perusahaan dengan produk air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri Jember yang menjadi tempat penelitian skripsi ini.
9. Tim penguji skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari harapan yang sempurna, yang mana kekurangan pasti abadi dalamnya. Namun walaupun dengan waktu yang sangat terbatas penulis mencoba untuk menyusunnya berdasarkan kemampuan yang ada dan untuk menyempurnakannya tentu tidak lepas dari kritikan dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis hanya berharap ridho Allah SWT, semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat dan barokah di dunia dan akhirat khususnya bagi penulis dan para pembaca pada umumnya. Amin
Allahumma Amin.

Jember, 13 Februari 2023

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Penulis

ABSTRAK

Reza Resita Dewi, 2023 : *Strategi Pengembangan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Dalam Meningkatkan Penjualan Di PT.Tujuh Impian Bersama (TIB) Jember.*

Kata Kunci : Strategi, Pengembangan Produk, Air Minum Dalam Kemasan

Dinamika lingkungan bisnis saat ini sangat beragam, yang berdampak pada perubahan selera pelanggan. Perubahan ini menuntut inovasi dan kreativitas setiap perusahaan agar dapat mengembangkan produknya. Produk air minum dalam kemasan Al Qodiri milik PT.Tujuh Impian Bersama Jember mewujudkan tujuan perusahaan untuk mempertahankan profitabilitasnya dengan pengembangan produk, seperti saat ini telah tersedia beragam kemasan produk botol, cup, galon dengan isi yang berbeda-beda serta pengembangan lini produk atau *brand* baru.

Fokus masalah yang diteliti dalam skripsi ini adalah : 1) Bagaimana strategi pengembangan produk di perusahaan air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember ? 2) Bagaimana dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan di perusahaan air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember ?.

Tujuan penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui tentang strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember. 2) Untuk mengetahui tentang dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember.

Penelitian dalam skripsi ini menggunakan metode pendekatan kualitatif, serta jenis penelitian deskriptif. Lokasi penelitian dilakukan di PT.Tujuh Impian Bersama dan lokasi di produksinya air minum dalam kemasan Al Qodiri di Jl.Cendrawasih No.9, Puring, Slawu, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68116. Penentuan subjek penelitian menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data menggunakan analisis deskriptif, dan keabsahan data menggunakan *triangulasi* sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) Strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama Jember dilakukan dengan melakukan inovasi baru terhadap kemasan produk, mengembangkan ide, serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Selain itu, juga terus mengembangkan dan meningkatkan strategi produk yang sudah ada serta menambah lini produk baru. Strategi peningkatan kualitas, strategi peningkatan keistimewaan produk, dan strategi peningkatan gaya produk, selain strategi juga ada pengembangan *second product* atau *brand* air minum dalam kemasan Jember City (JC). 2) Dampak dari strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri PT.Tujuh Impian Bersama Jember mengalami peningkatan pada target produksi yang juga diikuti dengan peningkatan penjualan. Dampak dari penambahan kemasan produk dan produk lain berpengaruh terhadap tingkat produksi dan penjualan produk. Konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, dan konsep pemasaran holistik untuk mengukur dampak dari strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan.

DAFTAR ISI

	Hal
JUDUL PENELITIAN	i
PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
LAMPIRAN-LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Konteks Penelitian.....	1
B. Fokus Penelitian	11
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian.....	12
E. Definisi Istilah	14
F. Sistematika Pembahasan	16
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	18
A. Penelitian Terdahulu	18
B. Kajian Teori.....	33

BAB III METODE PENELITIAN	40
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	40
B. Lokasi Penelitian	40
C. Subyek Penelitian.....	41
D. Teknik Pengumpulan Data	42
E. Analisis Data	45
F. Keabsahan Data.....	47
G. Tahap-tahap Penelitian.....	48
BAB IV PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS	50
A. Gambaran Obyek Penelitian.....	50
B. Penyajian Data dan Analisis.....	63
C. Pembahasan Temuan.....	86
BAB V PENUTUP	99
A. Kesimpulan.....	99
B. Saran.....	100
DAFTAR PUSTAKA	102

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR TABEL

	Hal
1.1 Daftar Perusahaan AMDK Kab.Jember	6
1.2 Daftar 7 Anak Cabang Perusahaan	8
2.1 Penelitian Terdahulu	30
4.1 Harga Produk	62
4.2 Tahun Produksi Produk.....	65
4.3 Target Produksi Per-hari	78
4.4 Omset Penjualan.....	81
4.5 Target Produksi Per-hari	94

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR GAMBAR

	Hal
1.1 Penghargaan AMDK Al Qodiri	11
4.1 Produk Air Mineral Al Qodiri.....	51
4.2 Kegiatan Air Al Qodiri Berbagi.....	53
4.3 Lokasi PT.TIB.....	55
4.4 Struktur Organisasi PT.TIB	57
4.5 Alur Proses Produksi.....	67
4.6 Alur Pemesanan Barang.....	69
4.7 Akun Ig AMDK Al Qodiri.....	70
4.8 Akun Tik Tok AMDK Al Qodiri	70
4.9 Kemasan Botol 1500ml Ber-hanger.....	74
4.10 Mitra Resmi Air Al Qodiri PT.TIB.....	84

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

LAMPIRAN-LAMPIRAN

	Hal
1. Matrik Penelitian.....	105
2. Surat Pernyataan Keaslian Tulisan	107
3. Pedoman Wawancara.....	108
4. Jurnal Penelitian.....	110
5. Dokumentasi	111
6. Surat Izin Penelitian.....	113
7. Surat Keterangan Selesai Penelitian	114
8. Surat Keterangan Selesai Bimbingan.....	115
9. Surat Keterangan Lulus Plagiasi	116
10. Biodata Penulis	117

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

**KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Dunia bisnis di era globalisasi sedang menghadapi situasi yang cukup rumit dan sulit ditengah perubahan lingkungan bisnis yang semakin beragam. Setiap perusahaan baik yang bergerak di bidang jasa maupun produk/barang, harus mempunyai tujuan untuk tetap mempertahankan dan mengembangkan produk yang dihasilkan oleh perusahaan, tujuan tersebut untuk meningkatkan keuntungan atau laba operasional perusahaan.¹

Dinamika lingkungan bisnis yang beragam berdampak pada perubahan selera pelanggan. Perubahan ini menuntut inovasi dan kreatifitas setiap perusahaan agar dapat menyempurnakan produk yang sudah ada dan mengembangkan produk baru dengan menerapkan kreatifitas perusahaan untuk meningkatkan daya saing dalam mempertahankan dan mengembangkan profitabilitas perusahaan.²

Fenomena perubahan kebutuhan dan gaya hidup masyarakat yang disebabkan perkembangan zaman memicu sebuah perusahaan untuk menerapkan model pengembangan produk dalam kegiatan operasionalnya. Hal ini bertujuan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan agar mampu bersaing dan menyesuaikan kondisi yang ada pada saat ini. Strategi bersaing yang tepat merupakan suatu cara bagi perusahaan untuk mendapatkan dan

¹ Yeni Novita Sari, “Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang” (Skripsi, UIN Malik Ibrahim, 2019), 1.

² Fandi Tjiptono, *Pemasaran Strategik* (Yogyakarta: CV. Andi Offest,2008).

mempertahankan konsumen. Pengembangan produk merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan. Pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen akan menimbulkan minat pembelian pada suatu produk. Pada saat ini, rata-rata banyak perusahaan yang bergerak di bidang jasa maupun produk (barang) sudah melakukan strategi pengembangan produk untuk menambah omset penjualan.³

Menciptakan produk perlu adanya strategi produk, agar produk yang dipasarkan atau dijual sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga konsumen merasa puas. Strategi produk yang tepat akan menempatkan perusahaan dalam suatu posisi persaingan yang lebih unggul dari para pesaingnya. Dunia bisnis semakin penuh akan pesaing maka perencanaan strategi produk menduduki posisi yang sangat menentukan terhadap keunggulan persaingan (*competitive advantage*) yang dimiliki oleh perusahaan.⁴

Di dalam Al Qur`an disebutkan tentang fungsi akal dan tanda-tanda kebesaran Allah, sebagaimana firman Allah SWT sebagai berikut :

إِنَّ فِي خَلْقِ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضِ وَاجْتِذَا فِي اللَّيْلِ وَالنَّهَارِ لآيَاتٍ لِّأُولِي
الْأَلْبَابِ ۝

³ Titik Cuciana, “Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD. Widagdo Rahayu Pacitan” (Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021), 1-2.

⁴ Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta, 2000), 175.

Artinya : “Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan pergantian malam dan siang terdapat tanda-tanda (kebesaran Allah) bagi orang yang berakal.” (QS.Ali-Imran : 190).⁵

Dalam ayat tersebut menjelaskan bahwa salah satu fungsi akal yang diberikan oleh Tuhan kepada semua manusia, yaitu agar mereka dapat menggunakan akal tersebut untuk merenung tanda-tanda yang telah diberikan oleh Allah SWT. Ayat tersebut merangsang akal manusia untuk terus meraih ilmu dan melakukan pengembangan diberbagai bidang termasuk suatu bisnis dan pengembangan produknya. Sehingga bisa menghasilkan produk yang unik dan bermanfaat dari produk yang sudah ada sebelumnya, yang mampu menjawab kebutuhan manusia terkait keberadaan semua hal yang ada di muka bumi ini dan di langit.⁶

Pengembangan produk adalah pencarian gagasan untuk barang dan jasa baru dan mengkonversikannya ke dalam tambahan lini produk yang berhasil secara komersial. Pencarian produk baru didasarkan pada asumsi bahwa para pelanggan menginginkan unsur-unsur dan pengenalan produk baru akan membantu mencapai tujuan perusahaan.⁷ Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi penjualan dan pengiriman produk ke konsumen.⁸

⁵ Kementerian Agama RI, Halimah “*Al-Qur`an Tajwid, Terjemah, Tafsir Untuk Wanita*”, (Bandung:Marwah,2009), 75.

⁶ Syaikh Imam Al Qurthubi, *Tasfir Al Qurthubi*, (Jakarta: Pustaka Azzam, 2008), h. 768.

⁷ Henry Simamora, *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid 1*, (Jakarta. Salemba Empat, 2000), 458.

⁸ Gitosudarmo, 175.

Air merupakan salah satu kebutuhan hidup manusia yang sangat penting karena untuk hidup sehat manusia membutuhkan air bersih, karena semakin lama air bersih akan semakin sulit untuk didapatkan. Salah satu cara untuk mengatasi masalah kesulitan perolehan air bersih, aman, dan sehat terutama di kota-kota besar adalah melalui produksi Air Minum Dalam Kemasan (AMDK). AMDK merupakan air yang telah diproses tanpa bahan tambahan lalu dikemas dan aman dikonsumsi, adapun jenis produksi AMDK terdiri dari air mineral, air demineral, air mineral alami dan air minum embun.⁹ Definisi air minum dalam kemasan (AMDK) adalah air yang telah diolah dengan perlakuan khusus dan dikemas dalam botol atau kemasan lain dan memenuhi persyaratan air minum. Air mineral adalah air yang diperoleh langsung dari sumbernya, dikemas di dekat lokasi sumber air, memiliki syarat kandungan mineral tertentu, dan juga dikemas dalam botol ataupun kemasan lainnya.¹⁰

Air minum dalam kemasan ini pada awalnya dicetuskan oleh Tirta Utomo sejak tahun 1973 yang diberi merek Aqua. Pada saat air minum dalam kemasan (AMDK) diperkenalkan kepada masyarakat, banyak orang beranggapan bahwa ide tersebut sebagai sesuatu yang mengada-ada. Seiring dengan semakin positifnya tanggapan masyarakat terhadap AMDK, bisnis tersebut semakin berkembang dan saat ini telah banyak pengusaha yang terjun di bidang usaha AMDK. Perusahaan yang menggarap bisnis air minum

⁹ Peraturan Menteri Republik Indonesia tentang, *Perindustrian Nomor 78 Tahun 2016*.

¹⁰ Standar Nasional Indonesia, *Air Minum Dalam Kemasan*.

dalam kemasan semakin banyak dan terus melakukan ekspansi untuk memperluas jaringan pasar produknya.¹¹

Pada dewasa ini, yang menjadi masalah di Indonesia adalah pertumbuhan penduduk, khususnya di Kabupaten Jember. Dimana setiap tahun semakin meningkat dan kesediaan maupun akses air bersih yang terbatas sehingga permintaan pada air minum dalam kemasan (AMDK) juga meningkat. Air minum merupakan kebutuhan utama makhluk hidup, termasuk manusia. Bila tidak terpenuhi maka akan mengganggu ketahanan dan kelangsungan hidup manusia. Saat ini ada beberapa jenis produk AMDK yang diproduksi antara lain botol, cup, dan galon. Tersedianya beberapa jenis produk tersebut tentunya memiliki alasan tersendiri dari perusahaan sebelum memproduksinya, karena tidak serta merta perusahaan mengeluarkan lini produk jika tidak menyangkut pangsa pasar dan ketahanan hidup perusahaan. Serta perusahaan pasti memikirkan terlebih dahulu apa strategi yang tepat untuk mengembangkan produknya, dan bagaimana dampak dari pengembangan produk tersebut terhadap perusahaan.¹²

Wilayah Kabupaten Jember merupakan daerah dengan pertumbuhan penduduk dan industri yang cukup pesat. Melimpahnya sumber mata air seperti sumur bor yang terdapat di daerah Jember secara tidak langsung membuat penduduknya tidak kekurangan air. Namun, pada kenyataannya dengan melimpahnya sumber mata air tersebut dimanfaatkan juga oleh para pelaku bisnis untuk memanfaatkan peluang yang sangat menguntungkan

¹¹ AS Kristanto, *Air Minum Dalam Kemasan*, 2008.

¹² Erlinda Khoirunnisa, diwawancarai oleh penulis, Jember, 6 Januari 2023.

dengan bahan baku tersebut. Berikut ini daftar perusahaan air mineral dalam kemasan (AMDK) di Kabupaten Jember :

Tabel 1.1
Daftar Perusahaan AMDK Kabupaten Jember

No	Nama Perusahaan	Nama Merek	Alamat
1	PT.PDAM	Hazora	Jl.Trunojoyo No.73 Jember
2	PT.Lisa Jaya Mandiri Food	Ampo	Jl.Raya Ampo KMI No.100 Jember
3	PT.Tujuh Impian Bersama	Al Qodiri	Jl.Cendrawasih No.9 Jember
4	CV.Sinar Jaya	Global	Jl.Argopuro Manggis

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2023)

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa produsen air minum dalam kemasan di Kabupaten Jember sangat beragam dengan berbagai macam merek atau brand, sehingga konsumen bebas memilih produk air minum mana yang akan dikonsumsi dengan memperhatikan beberapa faktor.

Salah satunya produsen air minum dalam kemasan di Kabupaten Jember yang dikenal masyarakat adalah PT.Tujuh Impian Bersama dengan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri. Pada awalnya perusahaan ini bernama CV.Sevendream, namun seiring perkembangan dan kemajuan perusahaan kami yang semakin pesat maka pada tanggal 4 Juni 2015 perusahaan kami berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT.Tujuh Impian Bersama(TIB) Jember. Perusahaan ini sebenarnya berdiri sejak 4 Mei 2012. Produk terus mengalami perkembangan dari yang semula hanya melayani kebutuhan internal perusahaan yang ditujukan untuk air minum jamaah pengajian manaqib di Pondok Pesantren Al Qodiri yang dilaksanakan setiap malam Jum`at manis/kliwon dengan jumlah jamaah ribuan orang

sampai ke Luar Negeri seperti Yaman, Brunei, Australia, dan Dalam Negeri seperti Kalimantan, Lampung, Bali, serta Sumatera.¹³

Fakta menarik dari PT.Tujuh Impian Bersama yaitu dari segi proses produksi yakni adanya *treatment* khusus bahan baku yang dilakukan setiap 15 menit sebelum produksi. Hal tersebut dilakukan karena air di Kabupaten Jember tidak bagus oleh karena itu perlu adanya *treatment* khusus untuk menghasilkan air yang berkualitas. Diantaranya *backwash* yaitu mencuci media filter tanpa harus mengeluarkan media filter dari tabung. *Backwash* dapat membersihkan sisa kotoran dan polutan yang mengendap pada dasar bak unit proses filtrasi, yang dapat membuat kondisi saat proses filtrasi menjadi jenuh dan air pada bak unit filtrasi meluap karena media filter sulit bekerja dengan maksimal akibat banyaknya sisa zat koto yang mengendap. Kedua, sanitasi sebagai suatu cara pemeliharaan kondisi yang mampu mencegah terjadinya kontaminasi atau timbulnya penyakit, sanitasi yang diterapkan PT.Tujuh Impian Bersama yaitu dengan cara membersihkan seluruh ruangan tempat produksi dengan air yang mengalir pada permukaan dinding, lantai, dan seluruh mesin. Serta pada karyawan yang mengoperasikan mesin harus menggunakan alat pelindung diri dan menyemprotkan *alcohol* pada seluruh badan. Ketiga, pengujian rutin dan pembersihan alat.¹⁴ Selain itu, PT.Tujuh Impian Bersama ini merupakan salah satu anak cabang dari Sevendream Group, perusahaan ini khusus yang Al Qodiri yang juga paling banyak dikenal masyarakat. Beberapa anak cabang

¹³ Abdur Rohim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 7 Januari 2023.

¹⁴ Erna Novi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

perusahaan bergerak dalam bidangnya masing-masing. Hal tersebut dapat menjadi nilai tambah sehingga bisa menjangkau pasar yang lebih luas.¹⁵

Berikut 7 anak cabang perusahaan :

Tabel 1.2
Daftar 7 Anak Cabang Perusahaan

No	Nama Perusahaan	Bidang
1	PT.Klik ADV Jaya Internasional	City Sevendream
2	PT.Usaha Cinderamata Indonesia	Sevendream Syariah Hotel
3	CV.Sevendream	Rien Collection, Muslim Mode
4	PT.Tujuh Impian Bersama	AMDK Al Qodiri
5	PT.Tujuh Impian Indonesia	Sevendream Farm (peternakan ayam broiler)
6	PT.Kasih Solusindo Media	IT Supporting Staf
7	PT.Impian Teknologi Indonesia	Financial Technology

Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Pada kenyataan di lapangan air minum dalam kemasan Al Qodiri ini laku keras di pasaran, bahkan produk ini sudah masuk dalam ritel *modern market* seperti Indomaret atau Alfamart seluruh Karesidenan Besuki. Produk ini menjadi satu-satunya produk AMDK lokal Jember yang masuk *modern market* di Karesidenan Besuki. Serta telah memiliki jaringan lebih dari 50 agen, wholesale, dan 5.000 outlet retail aktif. Dan jaringan distribusi maupun wilayah operasional seJawa-Bali yang begitu luas.¹⁶ Sehingga sampai saat ini perusahaan memiliki kurang lebih sekitar 93 karyawan keseluruhan dari direktur, borongan, harian, perjanjian kerja waktu tertentu (PKWT), perjanjian kerja waktu tidak tertentu (PKWTT), dan karyawan tetap.¹⁷ Jadi saya sebagai peneliti tertarik untuk mengetahui strategi apa yang digunakan

¹⁵ Puri, diwawancarai oleh penulis, Jember, 26 Desember 2022.

¹⁶ PT.Tujuh Impian, <https://tujuhimpian.com/tentang-kami/>

¹⁷ Puri, Jumlah Karyawan, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

perusahaan untuk membuat produknya laku keras di pasaran, meski wilayah Jember telah memiliki sumber mata air yang melimpah yang membuat penduduknya tidak kekurangan air.

Al Qodiri merupakan produk AMDK pertama di Kabupaten Jember yang berkonsep syariah Islam yang telah memiliki *International Standardization Organization (ISO)* dengan nomor SNI ISO 9001:2015. Produk PT.TIB ini merupakan satu-satunya AMDK lokal yang memiliki sertifikat internasional. Konsep inovasi yang berbasis syariah ini, telah mampu mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian pada produk ini serta sumber mata air yang digunakan sangat terawat dan terjaga dan bebas dari polusi dan pencemaran lainnya. Selain itu, harga yang ditawarkan juga terjangkau lebih murah dibandingkan dengan beberapa produk AMDK yang diproduksi oleh perusahaan lainnya. Tentu saja harga yang lebih murah tersebut menjadi daya saing tersendiri yang diperhitungkan oleh perusahaan AMDK lainnya.

Perusahaan air mineral dengan merek Al Qodiri ini, produknya yang dipasarkan oleh perusahaan dalam kemasannya telah dituliskan label yang sudah sesuai dengan sertifikasi produk yang berkonsep syariah Islam seperti SNI, BPOM, ISO, Halal dari MUI. Tujuannya jelas bahwa ingin menunjukkan bahwa produk tersebut aman untuk dikonsumsi oleh konsumen. Perusahaan berlomba-lomba untuk memaksimalkan kinerja strateginya untuk menarik hati konsumen. Konsumen saat ini semakin beruntung karena dapat

memilih secara bebas beragam macam produk yang sesuai dengan kebutuhannya.

PT.Tujuh Impian Bersama telah menerima beberapa penghargaan bergengsi yang dianugerahkan pada produk AMDK Al Qodiri antara lain *The Best Quality Product of The Year* pada tahun 2017, *The Best Product With Highly Recommended of The Year* pada tahun 2017, *The Best Quality Product & Customer Satisfaction of The Year* pada tahun 2017, *Exellent Product in Mineral Water of The Year* pada tahun 2017, dan *Best Category in Industry* pada tahun 2018. Dari beberapa penghargaan tersebut serta keunggulan-keunggulan lainnya menjadi kelebihan dan kekuatan bagi AMDK Al Qodiri dibandingkan produk AMDK lokal lain yang masih kekurangan dari segi legalitas produknya. Hal tersebut menjadi nilai tambah bagi AMDK Al Qodiri untuk lebih memperluas jangkauan pemasaran produknya.

UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER



Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Gambar 1.1
Penghargaan AMDK Al Qodiri

Berdasarkan uraian latar belakang diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Perusahaan ini, maka dari itu peneliti menentukan tema penelitian tentang **“STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) AL QODIRI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI PT.TUJUH IMPIAN BERSAMA (TIB) JEMBER”**.

B. Fokus Penelitian

Perumusan masalah dalam penelitian kualitatif disebut dengan istilah fokus penelitian. Bagian ini mencantumkan semua fokus permasalahan. Yang akan dicari jawabannya melalui proses penelitian. Fokus penelitian harus

disusun secara singkat, jelas, tegas, spesifik, operasional yang dituangkan dalam bentuk kalimat tanya.¹⁸

1. Bagaimana strategi pengembangan produk di perusahaan air minum dalam kemasan Al-Qodiri PT.TIB Jember?
2. Bagaimana dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan di perusahaan air minum dalam kemasan Al-Qodiri PT.TIB Jember?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan gambaran tentang arah yang akan dituju dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian harus mengacu kepada masalah-masalah yang telah dirumuskan sebelumnya.¹⁹ Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tentang strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember
2. Untuk mengetahui tentang dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian berisi tentang kontribusi apa yang akan diberikan setelah selesai melakukan penelitian. Kegunaan dapat berupa kegunaan yang

¹⁸ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember", 45.

¹⁹ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember", 45.

bersifat teoritis dan kegunaan praktis, seperti kegunaan bagi penulis, instansi dan masyarakat secara keseluruhan. Kegunaan penelitian harus realistis.²⁰ Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat bagi pihak, antara lain sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat yang baik bagi berbagai pihak serta dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan dapat dijadikan referensi ataupun bahan bacaan.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi perusahaan, hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam strategi pengembangan produk.
- b. Bagi Perguruan Tinggi Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember (UIN KHAS Jember), khususnya Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Program Studi Ekonomi Syariah. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan bacaan maupun bahan referensi bagi mahasiswa UIN KHAS Jember guna menambah wawasan mengenai strategi pengembangan produk.
- c. Bagi peneliti, hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan manfaat berupa ilmu pengetahuan baru tentang strategi pengembangan produk bagi kalangan akademisi maupun masyarakat umum.

²⁰ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*", 45.

E. Definisi Istilah

Definisi istilah berisi tentang pengertian istilah-istilah penting yang menjadi titik perhatian peneliti di dalam judul penelitian. Tujuannya agar tidak terjadi kesalahpahaman terhadap makna istilah sebagaimana dimaksud oleh peneliti.²¹

1. Strategi

Strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplementasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut.²² Strategi merupakan sebuah cara atau proses yang digunakan untuk mencapai tujuan yang telah disusun sejak awal.

2. Pengembangan

Pengembangan merupakan upaya meningkatkan pengetahuan yang mungkin digunakan segera atau sering untuk kepentingan di masa depan. Pengembangan adalah suatu usaha untuk meningkatkan kemampuan teknis, teoritis, konseptual, dan moral karyawan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan/jabatan melalui pendidikan dan pelatihan. Selain itu, pengembangan juga termasuk setiap usaha memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang, dengan memberikan informasi mempengaruhi sikap-sikap atau menambah kecakapan.²³ Dapat disimpulkan bahwa pengembangan adalah segala sesuatu yang dilakukan

²¹ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*", 45-46.

²² Siagian, *Manajemen Strategik*, (2016:29).

²³ AY Lubis, *Pengembangan Usaha*, repository.usu.ac.id>bitstream, 9.

untuk memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang sekarang maupun yang akan datang dalam pengembangan usaha.

Dapat ditarik kesimpulan dari pembahasan diatas bahwa strategi pengembangan adalah suatu proses untuk meningkatkan kemampuan serta memperbaiki pelaksanaan pekerjaan pada usaha tertentu saat ini maupun yang akan datang.

3. Produk

Produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan atau dibuat oleh produsen kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan mampu memberikan kepuasan bagi penggunanya. Konsep produk juga secara lebih rinci meliputi barang, kemasan, merek, label, pelayanan, dan jaminan. Produk yaitu segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapat perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.²⁴

4. Air Minum Dalam Kemasan (AMDK)

Air minum dalam kemasan atau disebut AMDK adalah air yang telah diproses, tanpa bahan pangan lainnya dan bahan tambahan pangan, dikemas, serta aman untuk diminum.²⁵ Air minum merupakan kebutuhan utama makhluk hidup termasuk manusia, jika tidak terpenuhi maka akan berpengaruh terhadap ketahanan hidup manusia. Kebutuhan untuk air yang berasal dari industri AMDK, diperkirakan akan semakin meningkat dari waktu ke waktu karena untuk memperoleh air minumnya lebih praktis.

²⁴ Kotler, Armstrong, (2000).

²⁵ Peraturan Menteri Perindustrian RI, “*Persyaratan Teknis Industri Air Minum Dalam Kemasan*”, Pasal 1, 2011.

F. Sistematika Pembahasan

Sistematika Pembahasan berisi tentang deskripsi alur pembahasan skripsi yang dimulai dari bab pendahuluan hingga penutup. Sistematika pembahasan dari penelitian adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini peneliti memperkuat dasar dalam sistematika penelitian skripsi, yang mengemukakan latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, definisi istilah, dan diakhiri sistematika pembahasan. Hal tersebut berfungsi sebagai gambaran secara umum penelitian skripsi.

Bab II Kajian Kepustakaan

Dalam bab ini peneliti membahas tentang kajian kepustakaan yang didalamnya memuat penelitian terdahulu, pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian skripsi. Setelah itu masuk pada kajian teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian, yaitu tentang strategi pengembangan produk.

Bab III Metode Penelitian

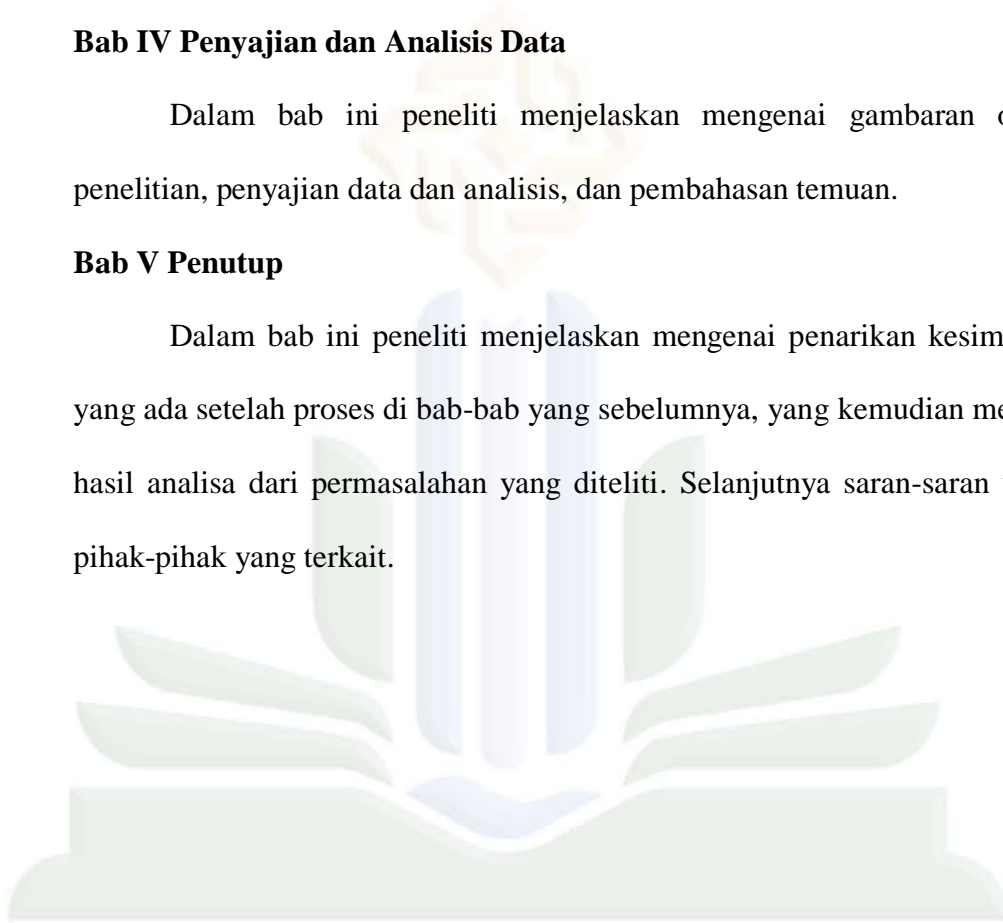
Dalam bab ini peneliti membahas tentang pendekatan dan jenis penelitian, lokasi penelitian, subyek penelitian, teknik pengumpulan data, analisis data, keabsahan data, dan tahap-tahap penelitian yang dilakukan peneliti.

Bab IV Penyajian dan Analisis Data

Dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai gambaran obyek penelitian, penyajian data dan analisis, dan pembahasan temuan.

Bab V Penutup

Dalam bab ini peneliti menjelaskan mengenai penarikan kesimpulan yang ada setelah proses di bab-bab yang sebelumnya, yang kemudian menjadi hasil analisa dari permasalahan yang diteliti. Selanjutnya saran-saran untuk pihak-pihak yang terkait.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB II

KAJIAN KEPUSTAKAAN

A. Penelitian Terdahulu

Pada bagian ini peneliti mencantumkan berbagai hasil penelitian terdahulu yang terkait dengan penelitian yang hendak dilakukan, kemudian membuat ringkasannya, baik penelitian yang sudah terpublikasikan atau belum terpublikasikan (skripsi, tesis, disertasi, artikel yang dimuat pada jurnal ilmiah, dan sebagainya). Dengan melakukan langkah ini, maka akan dapat dilihat sampai sejauh mana orisinalitas dan posisi penelitian yang hendak dilakukan.²⁶

Untuk menghindari terjadinya duplikasi pada penelitian ini, maka penulis melakukan pengkajian terhadap karya-karya yang sudah ada.

Beberapa penelitian sebagai berikut:

1. Titik Cuciana. 2021. *"Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD.Widagdo Rahayu Pacitan"* Institut Agama Islam Negeri Ponorogo.²⁷

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Mengenai Peranan Pengembangan Produk Pemimpin UD. Widagdo Rahayu Pacitan dalam upaya meningkatkan volume penjualan.

Hasil dari penelitian ini adalah dengan adanya penambahan produk yang dilakukan oleh UD Widagdo Rahayu Pacitan penjualan dari tahun ke

²⁶ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, *"Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember"*, 46.

²⁷ Titik Cuciana, *"Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD.Widagdo Rahayu Pacitan"*, (IAIN Ponorogo, 2021).

tahun mengalami kenaikan sehingga perusahaan juga mendapatkan keuntungan. Presentase kenaikan produk dalam 5 tahun terakhir (2015 s/d 2019) mengalami kenaikan yang cukup tinggi hingga sebesar 0,23%.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitian bagaimana peranan pengembangan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan pada UD. Widagdo Rahayu Pacitan, sedangkan penelitian yang dilakukan berfokus pada bagaimana strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama Jember dalam meningkatkan penjualan. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penggunaan metode kualitatif yang bersifat deskriptif.

2. Leli Farida. 2018. *“Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)”* Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.²⁸

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode penelitian ini berjenis penelitian lapangan (*field research*).

Hasil penelitian tersebut adalah strategi pengembangan produk pangan lokal dan strategi industri kreatif di Kecamatan Bandar Sribawono mengalami kendala dalam proses pengembangan. Berikut beberapa alternatif strategi para pelaku industri kreatif yang bersifat diferensiasi,

²⁸ Leli Farida, *“Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)”*, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, (2018).

intensif, dan integrasi. Diantaranya, mengikuti pelatihan, meningkatkan kualitas produk, melakukan kerjasama dengan pemerintah atau lembaga-lembaga terkait, mengoptimalkan kegiatan produksi, harga terjangkau, memperluas jangkauan pemasaran, menggunakan bauran pemasaran meliputi produk yang halal, Strategi yang digunakan industri kreatif di Kecamatan Bandar Sribawono dalam penyediaan bahan baku proses produksi dan dampaknya terhadap lingkungan sekitar secara keseluruhan sudah sesuai dengan konsep ekonomi Islam yaitu halal, baik dan aman, dan tidak merusak lingkungan sekitar.

Perbedaan pada penelitian ini terletak pada fokus penelitiannya yaitu mengetahui strategi pengembangan potensi pangan lokal untuk meningkatkan industri kreatif di Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur. Sedangkan penelitian yang peneliti lakukan berfokus pada strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan dalam meningkatkan penjualan. Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada pembahasan strategi pengembangan produk , metode penelitian kualitatif serta teknik pengumpulan data yang digunakan.

3. Ulul Azmiyatur Rahmah. 2019. *“Strategi Promosi Dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo”* Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.²⁹

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Jenis penelitian yaitu penelitian lapangan di Yayasan Pondok Pesantren Mukmin Mandiri. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif, digunakan untuk menggambarkan keadaan yang sebenarnya tentang bagaimana strategi promosi dan pengembangan produk kopi Mahkota Raja Blend Doa yang dilakukan di lapangan.

Hasil penelitian tersebut adalah dalam pengembangan produk, produk yang dihasilkan halal, bermutu dan berkualitas, tidak mengandung unsur *gharar* yang artinya barang yang diperjual belikan jelas dan memiliki manfaat bagi konsumen yang mengkonsumsinya. Apabila dari segi pemasaran perspektif Islam bahwa strategi promosi yang dilakukan telah menerapkan etika dalam menjual seperti etika marketing Rasulullah, seperti selalu menjaga hubungan dengan pelanggan, berpakaian rapi dan lain sebagainya.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada pembahasan strategi pengembangan produk dibawah naungan pondok pesantren, metode yang digunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif serta teknik pengumpulan data. Perbedaan

²⁹ Ulul Azmiyatur Rahmah, *“Strategi Promosi Dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo”*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, (2019).

penelitian dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh peneliti lebih terlihat pada fokus pembahasan yang mana penelitian ini lebih kepada strategi promosi dan pengembangan produk menurut pemasaran perspektif Islam, sedangkan penelitian yang dilakukan lebih kepada pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan.

4. Yernita Fitri. 2019. “*Analisis Strategi Pengembangan Produk Funding Pada BMT Taqwa Tanjung Medan Kab.Agam*” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) BukitTinggi.³⁰

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik analisis deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan melakukan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian tersebut adalah strategi pengembangan yang dipilih oleh BMT adalah strategi S-O (*Strength Opportunity*), strategi dengan total skor sebesar 5,35. Strategi pengembangan produk *funding* mampu menggunakan seluruh kekuatan internal perusahaan untuk memanfaatkan peluang yang ada.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus permasalahan mengenai strategi pengembangan produk dan metode penelitian yaitu menggunakan metode kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada pembahasan dalam penelitian ini menganalisis strategi pengembangan produk *funding* BMT, sedangkan penelitian yang

³⁰ Yernita Fitri, “*Analisis Strategi Pengembangan Produk Funding Pada BMT Taqwa Tanjung Medan Kab.Agam*”, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) BukitTinggi, (2019).

dilakukan lebih kepada strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan dalam meningkatkan penjualan. Serta teknik analisis data, pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT dengan mengidentifikasi berbagai sektor secara sistematis untuk merumuskan strategi instansi.

5. Yeni Novita Sari. 2019. *“Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur”* Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.³¹

Penelitian ini menggunakan penelitian deskripsi dengan pendekatan kualitatif serta penarikan kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah dengan mengembangkan penampilan produk baru dan variasi produk melalui mengubah, mengganti, dan mengembangkan penampilan yang sudah ada atau membuat produk dengan kualitas yang lebih bagus. Dengan adanya pengembangan produk akan mencegah kebosanan konsumen. Strategi pengembangan produk yang dilakukan untuk mencegah agar konsumen tidak bosan terhadap produk PT.Golden Leaves Jaya Abadi Malang.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penggunaan metode penelitian kualitatif. Persamaannya juga terletak pada pembahasan dari penelitian yaitu strategi pengembangan produk dalam upaya meningkatkan volume penjualan. Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada tujuan

³¹ Yeni Novita Sari, *“Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur”*, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, (2019).

penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hambatan dan strategi pengembangan produk PT. Golden Leaves Jaya Abadi. Sedangkan penelitian yang dilakukan bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan produk dan dampaknya dalam meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan.

6. Dhesilva HR. 2021. *“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Di Masa Pandemi Covid-19(CV Depra Produksi Air Minum Kemasan Di Kota Malili)”* Institut Agama Islam Negeri Palopo.³²

Penelitian tersebut menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan menerapkan bauran pemasaran yaitu 4p (*product, price, place, and promotion*) dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut adalah strategi yang paling berpengaruh dalam meningkatkan penjualan CV Depra dengan menerapkan strategi produk. Strategi produk yang dilakukan perusahaan ini yaitu menjaga kebersihan produk dengan memiliki produk yang bersih pelanggan akan merasa puas. Dengan strategi produk dapat melihat kualitas bahan baku yang ada serta atribut yang diperlukan dalam sebuah produk. Strategi produk merupakan cara perusahaan untuk mempromosikan produknya kepada calon konsumen, dengan memberikan hasil produk dengan kualitas yang baik sesuai dengan apa yang diinginkan calon konsumen.

³² Dhesilva HR, *“Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Di Masa Pandemi Covid-19(CV Depra Produksi Air Minum Kemasan Di Kota Malili),* Institut Agama Islam Negeri Palopo, (2021).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penggunaan metode penelitian kualitatif. Persamaannya juga terletak pada pembahasan yaitu upaya dalam meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus penelitian, yang mana dalam penelitian ini adalah strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan di masa pandemi Covid-19. Sedangkan penelitian yang dilakukan lebih kepada strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan.

7. Selvia Amri Nur. 2021. *“Strategi Pemasaran Perusahaan Air Minum Kemasan PT.Karunia Tirtamas Abadi Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Bulanan Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan”* Universitas Muhammadiyah Makassar.³³

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, yaitu menguraikan data-data yang diperoleh dari perusahaan kemudian dikaitkan dengan teori-teori yang relevan dengan pelaporan yang mengacu pada konsep 4P bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*).

Hasil penelitian tersebut adalah strategi pemasaran yang digunakan oleh perusahaan dilihat strategi promosi, lokasi, pesaing, kompetensi karyawan, dan sarana prasarananya. Pada perusahaan tersebut setiap bulannya hasil penjualan air botol dan air gelas memiliki hasil penjualan yang berbeda serta selalu naik turun. PT.Karunia Tirtamas Abadi

³³ Selvia Amri Nur, *“Strategi Pemasaran Perusahaan Air Minum Kemasan PT.Karunia Tirtamas Abadi Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Bulanan Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan”*, Universitas Muhammadiyah Makassar, (2021).

menggunakan bauran pemasaran 4P yaitu *product, price, place, and promotion* dan juga menggunakan analisis SWOT (*strength, weaknesses, opportunities, threats*) melalui analisis IFAS (*internal strategic factors analysis summary*) dan EFAS (*external strategic factors analysis summary*).

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menganalisis strategi perusahaan air minum dalam kemasan dalam meningkatkan penjualan serta menggunakan metode penelitian kualitatif. Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terikat pada fokus masalah dan pembahasan berfokus tentang strategi pemasaran dan kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman PT.Karunia Tirtamas Abadi dalam meningkatkan hasil penjualan bulanan. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti berfokus pada strategi pengembangan produk PT.Tujuh Impian Bersama dalam meningkatkan penjualan.

8. Yulia Sahara Lubis. 2019. “*Analisis Potensi Dan Pengembangan Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas*” Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.³⁴

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif . Dengan analisis data yaitu analisis SWOT(*strength, weaknesses, opportunities, threats*) untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan.

³⁴ Yulia Sahara Lubis, “*Analisis Potensi Dan Pengembangan Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas*, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, (2019).

Hasil penelitian tersebut adalah potensi produk unggulan yang ditetapkan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas dengan cara menganalisis potensi yang manakah yang memenuhi persyaratan untuk menjadi produk unggulan . Maka dari itu bubuk kopi dan tenun (paroppa sadun) layak dijadikan sebagai produk unggulan di Kabupaten Padang Lawas. Strategi pengembangan produk unggulan agar dapat mensejahterakan perekonomian di Kabupaten Padang Lawas yaitu dengan menggunakan analisis SWOT yaitu mempertahankan citarasa dan kekhasan serta kualitas produk, meningkatkan kemitraan dengan pemerintah maupun pihak ekspedisi, melakukan promosi serta perluasan pemasaran baik melalui media cetak ataupun elektronik, membuat kemasan agar terlihat menarik, dan selalu melakukan inovasi agar sesuai dengan tren dan selera konsumen.

Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan peneliti lebih terlihat pada fokus masalah yaitu terfokus dengan menganalisis potensi produk yang akan ditetapkan sebagai produk unggulan daerah di Kabupaten Padang Lawas. Sedangkan peneliti terfokus pada strategi pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penggunaan metode penelitian kualitatif. Persamaannya juga terletak pada teori strategi pengembangan produk.

9. Umi Rusilowati, Fitrah Jaya Atmaja. 2019. “*Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Sangdo Agriculture*” Universitas Pamulang.³⁵

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan *single case study*. Karena metode ini memiliki penekanan pada lingkungan yang alamiah, induksi, fleksibel pengalaman secara langsung, kedalaman, dan partisipasi aktif dari partisipan.

Hasil penelitian tersebut adalah PT.Altrak 1978 memanfaatkan dealer network yang mencakup lebih dari 40 cabang perusahaan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia. Dengan menggunakan kekuatan *exclusive dealership* dari *principal* sebagai proteksi atas produk yang dipasarkan. Strategi pengembangan *product* Sangdo Agriculture yang di rekomendasikan adalah pertumbuhan agresif (*growth oriented strategy*) dengan empat strategi alternatif yaitu strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T.

Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus masalah dan pembahasan menganalisis strategi pengembangan pemasaran serta pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT sehingga dapat menghasilkan suatu rumusan strategi pengembangan peningkatan daya saing PT.Altrak 1978. Persamaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penggunaan metode penelitian kualitatif.

³⁵ Umi Rusilowati, Fitrah Jaya Atmaja, “*Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Sangdo Agriculture*”, Universitas Pamulang, (2019).

10. Lina Karlinda Sari, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati. 2020. *“Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan(Studi Pada CV. Kajeye Food Blimbing-Malang)”* Universitas Islam Malang.³⁶

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Dengan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil penelitian tersebut adalah dalam mengembangkan produknya CV.Kajeye Food melakukan strategi dengan cara memodifikasi produk yang sebelumnya dan menciptakan produk baru yang berbeda dari sebelumnya. Modifikasi produk yang dilakukan adalah dengan memperbaiki kualitas produk yang sudah ada dan memperbaiki ciri khas yang dimiliki produk sebelumnya. Serta memperluas *product line* (diversifikasi konsentrasi).

Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada pembahasan hambatan, faktor, dan hambatan pengembangan produk CV.Kajeye Food. Sedangkan penelitian yang dilakukan lebih kepada strategi dan dampak pengembangan produk PT.Tujuh Impian Bersama.

Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada fokus permasalahan strategi pengembangan produk guna meningkatkan penjualan serta pada penggunaan metode penelitian kualitatif.

³⁶ Lina Karlinda Sari, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati, *“Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan(Studi Pada CV. Kajeye Food Blimbing-Malang)”*, Universitas Islam Malang , (2020).

Tabel 2.1
Tabulasi Penelitian Terdahulu

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
1	Leli Farida (2018)	<i>Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan tentang strategi pengembangan produk, metode penelitian, teknik pengumpulan data.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada tahun penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian, fokus penelitian.
2	Ulul Azmiyatur Rahmah (2019)	<i>Strategi Promosi Dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan pengembangan produk dibawah naungan pondok pesantren, dan metode penelitian.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian.
3	Umi Rusilowati, Fitrah Jaya Atmaja (2019)	<i>Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Sangdo Agriculture.</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan metode kualitatif, jenis penelitian deskriptif.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus masalah dan pembahasan, lokasi penelitian.
4	Yernita Fitri (2019)	<i>Analisis Strategi Pengembangan Produk Funding Pada BMT Taqwa Tanjung Medan Kab.Agam</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah fokus	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada pembahasan

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
			permasalahan strategi pengembangan produk, metode penelitian, teknik pengumpulan data.	penelitian, lokasi penelitian, teknik analisis data.
5	Yeni Novita Sari (2019)	<i>Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah pembahasan penelitian strategi pengembangan produk, metode penelitian.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada tujuan penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian.
6	Yulia Sahara Lubis (2019)	<i>Analisis Potensi Dan Pengembangan Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas.</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah teori strategi pengembangan produk, metode penelitian.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus permasalahan, lokasi penelitian.
7	Lina Karlinda Sari, Sri Nuringwahyu, Ratna Nikin Hardati (2020)	<i>Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan (Studi Pada CV.Kajeye Food Blimbing-Malang).</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan metode kualitatif, fokus permasalahan.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pembahasan hambatan, faktor, dan hambatan pengembangan produk, lokasi penelitian, subjek penelitian.
8	Dhesilva HR (2021)	<i>Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Minum Dalam</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada

No	Penulis	Judul	Persamaan	Perbedaan
		<i>Kemasan Di Masa Pandemi Covid-19(CV Depra Produksi Air Minum Kemasan Di Kota Malili)</i>	terdapat pada metode penelitian yaitu metode kualitatif dan deskriptif dan pembahasan penelitian.	fokus penelitian, lokasi penelitian yaitu di kota Malili, serta pada penelitian ini menggunakan analisis SWOT.
9	Selvia Amri Nur (2021)	<i>Strategi Pemasaran Perusahaan Air Minum Kemasan PT.Karunia Tirtamas Abadi Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Bulanan Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdapat pada metode penelitian yaitu metode kualitatif deskriptif serta strategi perusahaan air minum dalam kemasan dalam meningkatkan penjualan.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus dan pembahasan penelitian, lokasi penelitian, serta analisis SWOT (<i>strength, weaknesses, opportunities, threats</i>).
10	Titik Cuciana (2021)	<i>Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD.Widagdo Rahayu Pacitan</i>	Persamaan dari penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah meneliti tentang pengembangan produk, metode penelitian kualitatif.	Perbedaan dari penelitian ini dan penelitian yang dilakukan lebih terlihat pada fokus penelitian, lokasi penelitian, subjek penelitian.

Sumber : Diolah dari penelitian terdahulu

Dari beberapa jenis penelitian terdahulu yang telah dipaparkan di atas, terdapat persamaan dan perbedaan terhadap penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti. Persamaannya yaitu menggunakan metode penelitian kualitatif dengan membahas mengenai pengembangan produk. Perbedaannya dengan

peneliti yaitu objek yang dijadikan penelitian dan pembahasan pengembangan produk, yang mana pada obyek yang diambil peneliti sudah menjadi perusahaan lokal pertama di Kabupaten Jember yang memiliki Sertifikat Internasional (ISO) serta peneliti menambahkan teori-teorinya.

B. Kajian Teori

Bagian ini berisi tentang pembahasan teori yang dijadikan sebagai perspektif dalam melakukan penelitian. Pembahasan teori secara lebih luas dan mendalam akan semakin memperdalam wawasan peneliti dalam mengkaji permasalahan yang hendak dipecahkan sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.³⁷

1. Strategi

Secara etimologi, strategi berasal dari turunan kata dalam bahasa Yunani yaitu *strategos*, yang berarti komandan militer pada zaman demokrasi Athena. Karena pada awalnya kata ini dipergunakan untuk kepentingan militer saja tetapi kemudian berkembang ke berbagai bidang yang berbeda seperti strategi bisnis, olahraga (misalnya sepakbola dan tenis, catur, ekonomi, pemasaran, perdagangan, manajemen strategi, dll).³⁸

Secara bahasa strategi berasal dari kata *strategic* yang berarti siasat atau rencana dan *strategy* yang berarti ilmu siasat. Menurut istilah strategi

³⁷ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, “Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember”, 46.

³⁸ Yulia Sahara Lubis, “Analisis Potensi Dan Pengembangan Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas”, (Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019), 9.

adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.³⁹

Dari pengertian diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi adalah suatu proses yang direncanakan untuk mencapai sasaran perusahaan dalam jangka waktu yang panjang. Saat strategi telah diterapkan maka akan diketahui apakah gagal atau berhasil pada organisasi tersebut.

2. Pengembangan Produk

a. Pengertian dan Konsep Pengembangan Produk

Pengembangan yaitu membuat satu atau beberapa versi bentuk fisik dari konsep produk agar bisa menemukan sebuah tipe atau ciri khas yang memenuhi kriteria. Kemampuan perusahaan untuk bisa bertahan dalam persaingan bisnis yang ketat mengharuskan operasionalisasi berlangsung dengan efisien dan efektif. Perancangan dan pengembangan produk perlu memperhatikan hal ini sejak awal. Dinamika lingkungan bisnis memberikan dampak pada perubahan selera dan preferensi konsumen. Konsekuensinya perusahaan perlu memandang perubahan situasi bisnis dengan inovasi dan kreativitas.

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk.⁴⁰ Produk yang berhasil dikembangkan akan membutuhkan biaya investasi yang

³⁹ Tim Penyusun, *Kamus Besar Bahasa Indonesia, ed.3 cet. 3* (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), 423.

⁴⁰ Karl T Ulrich, Steven D Eppinger, *Perancangan Dan Pengembangan Produk*, (Jakarta: Salemba Teknik, 2001), 2.

besar apabila diproduksi dan dipasarkan secara komersial. Untuk memperoleh pengembalian investasi produk baru tersebut, maka strategi pemasaran yang handal sangat dibutuhkan. Banyak perusahaan semakin menyadari bahwa pengembangan produk baru dan perbaikan produk secara terus menerus merupakan kunci pertumbuhan dan kelangsungan hidup perusahaan. Dalam kondisi persaingan modern, perusahaan yang tidak melakukan usaha inovasi akan menghadapi risiko lebih besar untuk kehilangan pasarnya. Konsumen dan industri pemakai selalu menginginkan produk baru dan produk lebih baik yang dapat meningkatkan pemenuhan kepuasan konsumen.

Pengembangan produk juga merupakan aktivitas lintas disiplin yang membutuhkan kontribusi dari hampir semua fungsi yang ada di perusahaan, namun tiga fungsi yang selalu paling penting bagi proyek pengembangan proyek, yaitu:

- 1) Pemasaran . Fungsi pemasaran menjembatani interaksi antara perusahaan dengan pelanggan. Peranan lainnya adalah memfasilitasi proses identifikasi peluang produk, pendefinisian segmen pasar, dan identifikasi kebutuhan pelanggan. Bagian pemasaran juga secara khusus merancang komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, menetapkan target harga dan merancang peluncuran serta promosi produk. Orientasi manajemen pemasaran diantara lain sebagai berikut:

- a) Konsep produksi. Konsep ini menyatakan bahwa konsumen lebih menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal serta berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi massal.
- b) Konsep produk. Konsep ini berpendapat bahwa konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat.
- c) Konsep penjualan. Konsep ini berorientasi pada tingkat penjualan, dimana pemasaran beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi agar penjualan dapat meningkat.
- d) Konsep pemasaran. Konsep pemasaran beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih.
- e) Konsep pemasaran holistik. Konsep ini didasarkan atas pengembangan, desain, dan pengimplementasian program pemasaran, proses, dan aktivitas-aktivitas yang menyadari keluasan dan sifat saling ketergantungannya. Pemasaran holistik adalah suatu pendekatan yang berusaha menyadari dan

mendamaikan ruang lingkup dan kompleksitas aktivitas pemasaran.⁴¹

- 2) Perancangan. Fungsi perancangan memainkan peranan penting dalam mendefinisikan bentuk fisik produk agar dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Dalam konteks tersebut tugas bagian perancangan mencakup desain *engineering* (mekanik, elektrik, *software* dan lain-lain) dan desain industri (estetika, ergonomi, *user interface*).
- 3) Manufaktur. Fungsi manufaktur terutama bertanggung jawab untuk merancang dan mengoperasikan sistem produksi pada proses produksi produk. Secara luas, fungsi manufaktur seringkali mencakup pembelian, distribusi dan instalasi. Kumpulan aktivitas-aktivitas ini disebut juga sebagai rantai pemasok (*supply chain*).⁴²

b. Strategi Pengembangan Produk

Setiap perusahaan harus mempunyai strategi dalam melakukan pengembangan produk. Dalam melakukan pengembangan produk, perusahaan menghadapi berbagai kendala. Untuk menghadapi kendala-kendala tersebut maka perusahaan harus mempunyai seperangkat strategi dalam menghadapi setiap perubahan bisnis yang mungkin terjadi. Hal tersebut bertujuan agar produk yang akan dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan konsumen yang sudah ada tetap tertarik dengan penawaran yang diberikan oleh perusahaan.

⁴¹ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2008), 19-21.

⁴² Karl T Ulrich, Steven D Eppinger, *Perancangan Dan Pengembangan Produk*, (Jakarta:Salemba Teknik, 2001), 3-4.

Terdapat tiga strategi pengembangan produk, yaitu :

- 1) Strategi peningkatan kualitas, produsen dapat meningkatkan daya tahan produk atau dengan meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayan terhadap konsumen.
- 2) Strategi peningkatan keistimewaan produk, ada empat indikator yang dapat meningkatkan keistimewaan suatu produk, seperti kualitas bahan yang dipakai, keanekaragaman, kenyamanan dalam pemakaian suatu produk bagi penggunaannya dan aksesoris tambahan.
- 3) Strategi peningkatan gaya produk, produsen bisa meningkatkan nilai suatu produk dari segi pemilihan warna kemasan tersebut, rancangan atau desain yang menarik dan yang terakhir adalah kemasan yang dapat memberi nilai tambah bagi produk tersebut.⁴³

3. Produk

Produk adalah hasil dari kegiatan produksi yang berwujud barang (*tangible product*) dan dapat disentuh dilihat, dirasakan, dan dimanfaatkan. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk merupakan seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk didalamnya masalah warna, harga, nama baik, pabrik, nama baik toko yang menjual

⁴³ Fandy Tjiptono, "*Strategi Pemasaran*", (Yogyakarta : Andi, 2008).

(pengecer) dan pelayanan pabrik serta pelayanan pengecer yang diterima oleh pembeli guna memuaskan keinginannya.⁴⁴

Dari beberapa definisi diatas dapat dipahami bahwa produk adalah benda berwujud (pakaian, makanan) maupun benda tidak berwujud (pelayanan jasa) yang disediakan oleh sebuah perusahaan untuk ditawarkan kepada masyarakat demi memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen guna mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Dari kebutuhan dan keinginan ini, maka perusahaan mentransformasikannya kedalam suatu bentuk produk yang mempunyai nilai manfaat.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa dalam pengembangan produk, perusahaan telah memikirkan baik dari segi daya tahan, wujud, peruntukan penggunaan baik untuk konsumen maupun industri. Sehingga jelas manfaat dan fungsinya, yang akhirnya produk tersebut benar-benar tepat pada sasaran dan memiliki pangsa pasar yang menjanjikan.

⁴⁴ William J Stanton, Dikutip Oleh Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa* (Bandung :Alfabeta, 2013), 139.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif, serta jenis penelitian yang bersifat deskriptif yaitu penelitian yang berusaha mendefinisikan suatu gejala, peristiwa,. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif peneliti langsung mengetahui dari perilaku tempat penelitian yaitu menyajikan data, menganalisis, dan mengintegrasikannya. Data yang terkumpul berbentuk kata-kata, sehingga tidak menekankan pada angka. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.⁴⁵

Penelitian ini dilakukan dengan terjun langsung ke lapangan di PT. Tujuh Impian Bersama yang berada di Jl.Cendrawasih No.9 Puring, Slawu Kecamatan Patrang Kabupaten Jember 68116, guna mendapatkan data yang sesuai dengan keadaan di lapangan.

B. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Tujuh Impian Bersama yang berada di Jl.Cendrawasih No.9 Puring, Slawu Kecamatan Patrang Kabupaten Jember 68116.⁴⁶

Alasan peneliti memilih lokasi ini karena PT.Tujuh Impian Bersama merupakan salah satu produsen air minum dalam kemasan yang memberikan

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 9-292.

⁴⁶ Al Qodiri, diakses 22 Oktober 2022, <https://tujuhimpian.com/tentang-kami/>,

banyak perkembangan pada perusahaan terutama pada produksi produk air minum dalam kemasannya baik dari segi beragamnya kemasan dan *second product* perusahaan air minum dalam kemasan JC. Serta pengembangan dan kemajuan perusahaan yang kemudian berubah menjadi Perseroan Terbatas (PT.Tujuh Impian Bersama), dimana pada awalnya perusahaan ini yaitu CV.Sevendream dan merupakan perusahaan lokal pertama yang memiliki sertifikat Internasional ISO (*International Organization for Standardization*). Pada awalnya air minum Al Qodiri ini hanya untuk memenuhi kebutuhan internal Al Qodiri sebagai air minum jamaah pengajian manaqib di Pondok Pesantren Al Qodiri, dan kemudian dikembangkan menjadi konsumsi masyarakat luas karena kebutuhan dan keinginan masyarakat untuk berlangganan air minum dalam kemasan Al Qodiri ini. Selain itu, PT.Tujuh Impian Bersama juga seringkali mengadakan beberapa event atau kegiatan promosi di daerah Jember dan mensupport atau mensponsori berbagai event lainnya.

C. Subyek Penelitian

Pada bagian ini dilaporkan jenis data dan sumber data.Uraian tersebut meliputi data apa saja yang ingin diperoleh,siapa yang hendak dijadikan informan atau subyek penelitian,bagaimana data akan dicari dan dijangin sehingga validitasnya dapat dijamin.⁴⁷ Penentuan subyek penelitian menggunakan *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel sumber

⁴⁷ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, "*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*", 47.

data dengan pertimbangan tertentu.⁴⁸ Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut merupakan orang yang dianggap paling tahu tentang apa yang peneliti lakukan.

Dalam penelitian ini, yang menjadi subyek penelitian dalam penelitian ini, diantaranya :

1. Bapak Abdur Rohim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama Jember
2. Ibu Puri selaku HRD PT.Tujuh Impian Bersama Jember
3. Ibu Erna Novi selaku divisi *Quality Control* PT.Tujuh Impian Bersama Jember
4. Bapak Rahmat selaku divisi Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember
5. Ibu Erlinda Khoirunnisa selaku divisi admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember
6. Ibu Kasih selaku pemilik Toko Kasih pihak yang dititipi air minum Al Qodiri
7. Ibu Sofi selaku pemilik Toko SRC B Sofik pihak yang dititipi air minum Al Qodiri

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 218-219.

mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan.⁴⁹ Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah :

1. Observasi

Observasi adalah dasar ilmu pengetahuan.⁵⁰ Observasi atau pengamatan secara langsung merupakan proses perolehan data informasi dari informan. Jenis observasi yang digunakan peneliti adalah menggunakan metode observasi non-partisipatif.

Peneliti menggunakan observasi non-partisipatif karena dalam penelitiannya peneliti tidak ikut andil dalam segala kegiatan/kehidupan yang dilakukan oleh subyek penelitian. Adapun data yang ingin diperoleh dengan teknik ini yaitu tentang strategi pengembangan produk dan dampak dari pengembangan produk dalam meningkatkan penjualan air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama (TIB) Jember.

2. Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.⁵¹ Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu wawancara semi terstruktur (semi structure interview) yakni peneliti telah membuat instrumen sebagai pedoman saat melakukan

⁴⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 224.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017),

226.

⁵¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 231.

wawancara, tetapi pelaksanaan wawancara tidak terikat penuh oleh pedoman dan lebih bersifat terbuka. Pedoman wawancara digunakan untuk menghindari beberapa permasalahan yang terlupakan oleh peneliti dan digunakan sebagai bimbingan sehingga proses wawancara bisa lebih terarah dan terstruktur.

Dalam kegiatan wawancara peneliti mengetahui informasi-informasi secara lebih mendalam dari informan untuk memecahkan masalah yang diteliti. Data yang diperoleh dari wawancara ini adalah :

- a. Strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama jember.
- b. Dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan air minum dalam kemasan Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama jember.

3. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.⁵² Hasil penelitian dari observasi dan wawancara, akan lebih dipercaya jika didukung oleh foto-foto kegiatan yang berjalan selama penelitian.

Dalam kegiatan dokumentasi peneliti mengetahui bukti maupun hasil yang lebih akurat dalam bentuk foto atau gambar yang telah

⁵² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 240.

dilakukan selama proses penelitian. Adapun data pendukung yang diperoleh dari metode dokumentasi ini adalah :

- a. Profil PT.TIB Jember.
- b. Foto wawancara dengan informan.
- c. Visi dan misi PT.TIB Jember.
- d. Struktur Organisasi dan data-data yang mencakup PT.TIB Jember.
- e. Dokumentasi.
- f. Data penjualan produk dan target produksi PT.TIB Jember.
- g. Dokumen lain yang relevan dari berbagai sumber yang diakui validitasnya dalam memperkuat analisis obyek penelitian.

E. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.⁵³

Adapun aktivitas dalam analisis data, yaitu :

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih

⁵³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 244.

jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan.⁵⁴

Peneliti dalam hal ini bersifat selektif, sebagai konsekuensinya peneliti mengumpulkan dan menganalisis informasi yang didapatkan terhadap segala variabel yang berhubungan dengan topik bahasan. Selanjutnya, membuat inti bahasan yang didapat sehingga ditemukan poin-poin penting kajian bahasan suatu penelitian.

2. Penyajian Data (*Data Display*)

Dengan mendisplaykan data, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja selanjutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.⁵⁵

Penyajian data dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart* dan sejenisnya. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

3. Verifikasi (*Conclusion Drawing*)

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa rumusan masalah dan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan. Temuan dapat berupa deskripsi atau

⁵⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 247.

⁵⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 249.

gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap sehingga setelah diteliti menjadi jelas.⁵⁶

Peneliti dalam mengambil kesimpulan berupa narasi yang tersusun dalam bentuk narasi atau deskriptif yang didukung oleh bukti yang valid dan konsisten saat peneliti mengumpulkan data. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada.

F. Keabsahan Data

Pengecekan keabsahan data sangat perlu dilakukan agar data yang dihasilkan dapat dipercaya dan dipertanggung jawabkan secara ilmiah. Untuk memeriksa keabsahan data, maka peneliti menggunakan teknik *triangulasi*. *Triangulasi* merupakan pengecekan dengan pemeriksaan ulang, baik sebelum dan atau sesudah data dianalisis.⁵⁷ Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian perbandingan atau mengecek baik informasi yang telah diperoleh sumber lainnya.⁵⁸ *Triangulasi* sumber untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.⁵⁹

Peneliti memeriksa keabsahan data sebagai membuktikan temuan hasil penelitian dengan kenyataan di lapangan. Pada penelitian ini peneliti menguji keabsahan data yang diperoleh menggunakan *triangulasi* sumber.

⁵⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Bandung:ALFABETA, 2017), 252-253.

⁵⁷ Nusa Putra, *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan* (Jakarta:Raja Grafindo Persada, 2012),103.

⁵⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 247.

⁵⁹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, 274.

G. Tahapan –Tahapan Penelitian

Bagian ini menguraikan rencana pelaksanaan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, mulai dari penelitian pendahuluan, pengembangan desain, penelitian sebenarnya dan sampai pada penulisan laporan.⁶⁰

1. Tahap pra-lapangan

Dalam penelitian ini sebelum turun langsung ke lapangan peneliti mempersiapkan proposal penelitian sebagai rancangan awal nantinya ketika dilapangan.⁶¹

Peneliti dalam mempersiapkan tahapan penelitian pra lapangan terdapat tujuh tahapan yakni:

- a. Menyusun rancangan penelitian, peneliti membuat rancangan penelitian.
- b. Memilih obyek penelitian.
- c. Mengkonfirmasi dan melakukan peninjauan observasi terdahulu terkait obyek penelitian yang telah ditentukan.
- d. Mengurus perizinan.
- e. Melakukan survey keadaan lapangan.
- f. Menentukan dan memanfaatkan informan sesuai data-data yang dibutuhkan.

⁶⁰ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*”, 48.

⁶¹ Lexy J Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Remaja: Rosdakarya, 1990), 127.

- g. Menyiapkan perlengkapan penelitian yang diperlukan saat melakukan penelitian, diantaranya seperti buku catatan, alat tulis, buku referensi dan lainnya.

2. Tahap pekerjaan lapangan

Pada tahap pekerjaan lapangan dibagi menjadi tiga bagian diantaranya adalah memahami latar belakang penelitian dan persiapan diri, memasuki lapangan dan berperan serta sambil mengumpulkan data.⁶²

Pada tahap ini kegiatan yang dilakukan peneliti yaitu :

- a. Memahami latar penelitian dan persiapan diri.
- b. Memasuki lapangan.
- c. Berperan serta mengumpulkan data.

3. Tahap analisis data

Pada tahap ini, data yang terkumpul masih campur aduk dan bersifat tumpang tindih seperti hasil pengamatan, wawancara, dokumen, gambar, foto dan sebagainya. Maka dari itu, perlu diatur, diorganisir, dikelompokkan dan dibuat kategorisasi sehingga menjadi data yang mempunyai arti dan makna.⁶³

Aktivitas peneliti pada tahap ini yang harus dilakukan yaitu :

- a. Data yang sudah terkumpul dianalisis secara keseluruhan dan dideskripsikan dalam bentuk teks.
- b. Menyusun data.
- c. Penarikan kesimpulan terhadap data-data yang sudah terkumpul.

⁶² Lexy J Moeleong, *Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung, Remaja: Rosdakarya, 1990), 127.

⁶³ Djamal, *Paradigma Penelitian Kualitatif* (Yogyakarta: Pustaka Belajar, 2015), 59.

BAB IV

PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS

A. Gambaran Obyek Penelitian

1. Profil PT.Tujuh Impian Bersama

PT.Tujuh Impian Bersama merupakan sebuah perusahaan yang berkecimpung dalam industri air minum dalam kemasan Al Qodiri. PT.TIB ini berada dibawah kepemilikan Bapak Aruna Hidayatullah, secara *structural* dikelola oleh pemilik sendiri beserta karyawan. Perusahaan air minum dalam kemasan ini berdiri sejak tahun 2012 hingga saat ini, sehingga perusahaan ini telah berjalan selama kurang lebih sebelas tahun. Produksi PT.Tujuh Impian Bersama memiliki bahan dasar sumber air yang memiliki kualitas bagus, lebih segar, dan jernih dari air minum dalam kemasan lainnya.

Tujuan PT.Tujuh Impian Bersama dalam memproduksi AMDK Al Qodiri yaitu menjadi penyedia produk air minum dalam kemasan yang unggul dalam pelayanan. Dalam proses produksi dengan treatment khusus yang ditangani oleh tenaga ahli dan terampil di bidangnya yang berbeda dengan air minum dalam kemasan biasanya yaitu AMDK Al Qodiri dengan kualitas terbaik untuk meningkatkan perkembangan perusahaan agar konsumen lebih tertarik untuk mengkonsumsi air minum dalam kemasan Al Qodiri ini. Perusahaan juga memberikan pilihan kemasan pada produknya dengan macam kemasan yang beragam. Berikut profil PT.Tujuh Impian Bersama Jember :

Nama Perusahaan : PT.Tujuh Impian Bersama

Nama *Brand* : Al Qodiri

Tahun Didirikan : 2012

Pendiri Perusahaan : Aruna Hidayatullah

Alamat : Jl.Cendrawasih No.9, Puring, Slawu,
Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa
Timur 68116

Jenis Usaha : Industri air minum dalam kemasan (Al
Qodiri)



Sumber : <https://tujuhimpian.com/tentang-kami/>

Gambar 4.1
Produk air mineral Al Qodiri

Gambar di atas adalah tampilan produk PT.TIB Jember, air minum dalam kemasan Al Qodiri yang awal mula hanya memiliki 1 kemasan

botol 1500ml akhirnya dengan perkembangan perusahaan agar bisa bersaing dengan kompetitor dan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan berlangganan air minum dalam kemasan, akhirnya mengalami perkembangan produk dengan berbagai macam kemasan dan *second product* JC yang menjadikan air minum ini unggul dan lebih berkualitas.

Berdasarkan *company profile* PT.Tujuh Impian Bersama produk air minum memiliki beberapa keunggulan tersendiri yaitu produk air minum dalam kemasan Al Qodiri memiliki kemasan bahan baku plastik lebih tebal dan berkualitas termasuk ukuran sedotan lebih besar, khusus pada kemasan botol 1500ml terdapat hanger agar mudah dibawa, serta melewati beberapa tes pengujian laboratorium terlebih dahulu, memiliki legalitas lengkap dan harga pokok yang lebih ekonomis sehingga harga jual lebih kompetitive. Selain itu, juga terdapat program Air Al Qodiri Berbagi merupakan program sosial. Perusahaan memberi bantuan kepada Yayasan Yatim Mandiri, Program Air Al Qodiri Berbagi, dan turut aktif memberikan bantuan kepada korban bencana alam. Dengan adanya program tersebut perusahaan melakukan investasi jangka panjang yang berguna untuk meningkatkan nama baik perusahaan dimata masyarakat serta menjadi amal baik di dunia maupun akhirat.



Sumber : Dokumentasi PT.Tujuh Impian Bersama

Gambar 4.2
Kegiatan Air Al Qodiri Berbagi

Legalitas produk PT.Tujuh Impian Bersama adalah air minum dalam kemasan Al Qodiri yang menghasilkan air minum yang jernih dan lebih segar dari air minum lainnya. Berdiri sejak 2012 dan terus berkomitmen untuk menjaga kualitas, unggul dalam pelayanan, menciptakan produk yang halal dan berlegalitas adalah suatu hal yang sangat penting dalam suatu perusahaan. Adapun legalitas produk yang dimiliki PT.Tujuh Impian Bersama sebagai berikut :

- a. Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) : 503/0487/411/2015
- b. Nomor Induk Berusaha (NIB) : 9120302872781
- c. Sertifikat Halal : 471/SPKP/MUI-
JATIM/V/2021
- d. Standar Nasional Indonesia : 3553:2015
- e. Sertifikat Manajemen Mutu SNI : ISO 9001:2015

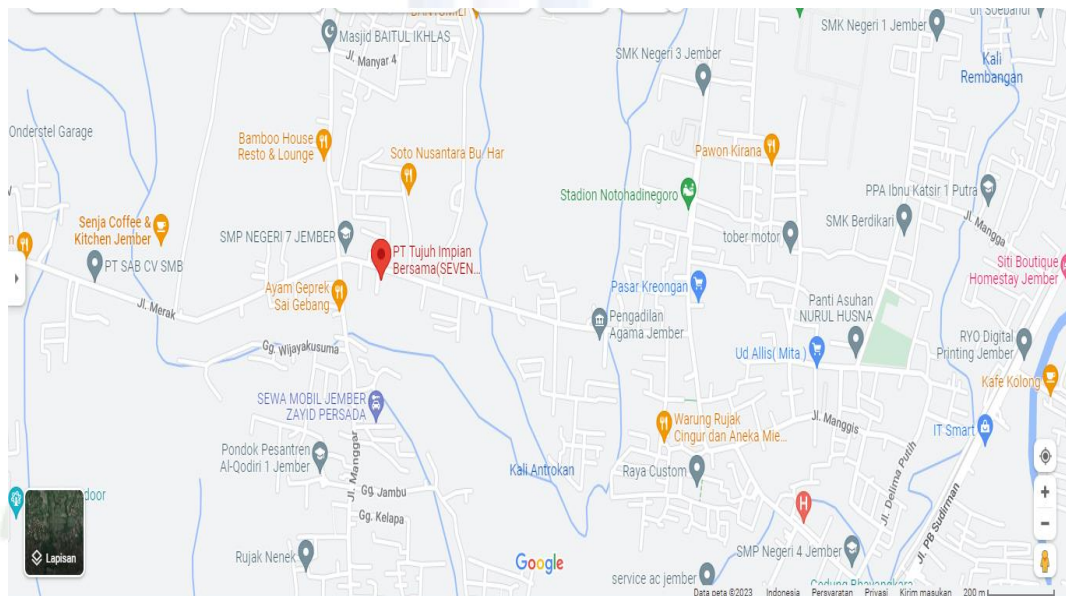
2. Sejarah PT.Tujuh Impian Bersama

PT.Tujuh Impian Bersama adalah produsen air minum dalam kemasan dengan merek produk Al Qodiri yang berada dibawah kepemilikan Bapak Aruna Hidayatullah, pada awalnya perusahaan ini bernama CV.Sevendream yang berdiri tanggal 5 Mei 2012 dan sejak tanggal 4 Juni 2015 perusahaan ini berubah menjadi Perseroan Terbatas dengan nama PT.Tujuh Impian Bersama. Awal mula berdirinya PT.TIB ini hanya ditujukan untuk melayani internal Al Qodiri sebagai air minum jamaah pengajian manakib di Pondok Pesantren Al Qodiri yang dilaksanakan setiap malam Jum`at manis/kliwon sampai saat ini. Maka, hal tersebutlah yang menjadi alasan kenapa air minum dalam kemasan ini diberi nama AMDK Al Qodiri.

Air minum dalam kemasan Al Qodiri menjadi lebih luas dengan melayani kebutuhan konsumen umum dibawah pengelolaan dan manajemen Seven Dream air Al Qodiri sampai saat ini terus mengalami perkembangan. Inovasi dan kualitas produk yang menjadi fokus utama kami diterima masyarakat Jember dan bahkan saat ini telah mencapai Karesidenan Besuki dan sekitarnya. Menjawab hal itu, perusahaan berusaha meningkatkan kapasitas produksi dan layanan kepada pelanggan. Keseriusan ini kemudian dilanjutkan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan mutu produk dan layanan kepada pelanggan dengan diperolehnya label halal dan berlegalitas.

3. Lokasi PT.Tujuh Impian Bersama

Lokasi PT.Tujuh Impian Bersama Jember berada di Jalan Cenderawasih No.9, Puring, Slawu, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur 68116. Serta memiliki logo dengan ciri khas dari perusahaannya, berikut ini logonya :



Sumber : <https://www.google.com/maps/place/PT+Tujuh+Impian+Bersama>

Gambar 4.3
Lokasi PT.Tujuh Impian Bersama

4. Visi dan Misi PT.Tujuh Impian Bersama (TIB)

Visi dan misi perusahaan merupakan salah satu aspek yang sangat penting sebagai dasar pelaksanaan berbagai kegiatan perusahaan untuk membangun dan mencapai tujuan perusahaan. Berikut visi misi PT.Tujuh Impian Bersama :

a. Visi

Menjadi penyedia produk air minum dalam kemasan yang unggul dalam layanan.

b. Misi

- 1) Melakukan inovasi dan pengembangan produk secara kontinyu.
- 2) Melakukan proses produksi modern dan berwawasan lingkungan.
- 3) Menjaga dan meningkatkan kualitas produk dan layanan kepada pelanggan.
- 4) Melakukan perbaikan yang berkesinambungan.

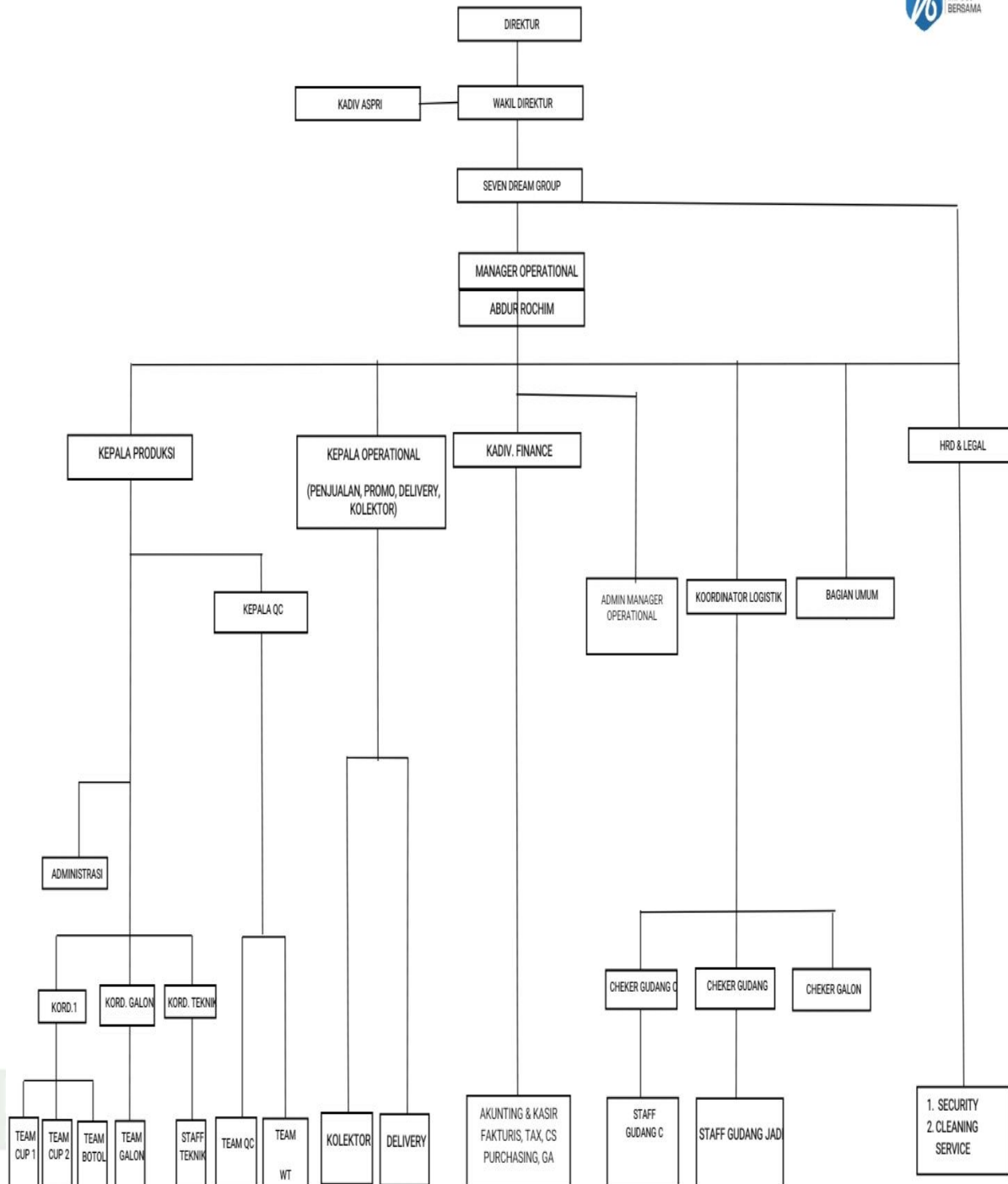
5. Struktur Organisasi PT.Tujuh Impian Bersama (TIB)

Dalam melaksanakan suatu bisnis khususnya perusahaan yang relatif besar pastinya membutuhkan kerjasama seluruh karyawan untuk mencapai hasil yang efektif dalam menyelesaikan pekerjaan, maka setiap orang yang terlibat dalam sistem pekerjaan harus mengetahui dengan jelas tugas dan fungsinya masing-masing dalam menyelesaikan pekerjaannya. Maka dari itu, sebuah perusahaan perlu membentuk struktur organisasi untuk mengetahui jelas pembagian tugas atau pekerjaan yang akan dilakukan. Adapun struktur organisasi, tugas, dan fungsi PT.Tujuh Impian Bersama Jember :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

STRUKTUR ORGANISASI PT. TUJUH IMPIAN BERSAMA



Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Gambar 4.4
Struktur Organisasi PT.Tujuh Impian Bersama

Berikut adalah keterangan berupa *job description* dari struktur PT.TIB Jember :

a. CEO (*Chief Executif Officer*)

Direktur utama merupakan jabatan tertinggi dalam suatu perusahaan dan bertanggung jawab atas kelangsungan dan kelancaran untuk keseluruhan visi dan arah perusahaan. Tugas dan fungsi CEO adalah sebagai berikut :

- 1) Menetapkan kebijakan perusahaan dengan menentukan rencana dan tujuan perusahaan baik jangka pendek maupun jangka panjang.
- 2) Mengkoordinir dan mengawasi seluruh aktivitas yang dilaksanakan dalam perusahaan.
- 3) Bertanggung jawab atas terjaganya citra perusahaan.

b. COO (*Chief Operating Officer*)

COO merupakan direktur operasional atau direktur operasi yang berada satu tingkat dibawah CEO. Bertugas mengelola kegiatan internal dalam perusahaan, menghubungkan antara CEO dan karyawan atau sebaliknya, dan juga mengelola pelaksanaan bidang bisnis inti perusahaan. Tugas dan fungsi COO adalah sebagai berikut :

- 1) Mendukung pelaksanaan strategi dan rencana bisnis perusahaan.
- 2) Memastikan sukses yang selaras dengan strategi perusahaan.
- 3) Mengatur operasional dan prosedur perusahaan melalui perencanaan dan pelaksanaan yang efisien dan efektif.

c. HRD (*Human Resource Development*)

HRD bertugas memaksimalkan produktivitas karyawan serta melindungi perusahaan perusahaan dari masalah apapun yang mungkin timbul dalam angkatan kerja. Tugas dan fungsi HRD adalah sebagai berikut :

- 1) Melakukan perencanaan SDM, perekrutan, penentuan gaji atau kompensasi.
- 2) Menghimpun administrasi data, data karyawan, dan sistem kontrak kerja.
- 3) Memastikan karyawan bekerja dengan produktif serta kondusif.

d. Divisi QC (*Quality Control*)

QC bertanggung jawab terhadap monitoring, uji tes dan memeriksa semua proses produksi yang terlibat dalam produksi produk. Serta memastikan standar kualitas dipenuhi oleh setiap komponen dari produk atau layanan yang disediakan oleh perusahaan. Tugas dan fungsi QC adalah sebagai berikut :

- 1) Memastikan produk memenuhi standar perusahaan dan standar mutu yang berlaku seperti SNI, ISO, dan peraturan pemerintah tentang Air Minum Dalam Kemasan.
- 2) Bertanggung jawab untuk dokumentasi inspeksi dan tes yang dilakukan pada produk.
- 3) Mengidentifikasi masalah dan isu-isu mengenai kualitas produk dan membuat rekomendasi perbaikan kepada Divisi Produksi.

e. Divisi Produksi

Divisi produksi sebagai pemimpin bagian produksi perusahaan bertanggung jawab atas segala mekanisme manajemen produksi secara teknis meliputi pengawasan dan pengendalian proses produksi. Tugas dan fungsi Divisi Produksi adalah sebagai berikut :

- 1) Bertanggung jawab terhadap perencanaan produksi, teknis, *maintenance* mesin, dan prosedur kualitas produk sesuai dengan ketentuan perusahaan.
- 2) Melaksanakan rencana produksi sesuai dengan ketentuan yang sudah ditargetkan perusahaan.
- 3) Melaksanakan pengontrolan dan pengaturan bahan baku proses produksi menjadi produk jadi dengan ketentuan yang sudah ditargetkan oleh perusahaan.

f. Departemen Produksi

Bagian ini bertanggung jawab terhadap kegiatan produksi berlangsung secara lancar dan efisien dalam memenuhi target produksi yang ditetapkan oleh perusahaan. Tugas dan fungsi Departemen Produksi adalah sebagai berikut :

1. Mengawasi semua kegiatan proses produksi yang berlangsung dilantai pabrik seperti sortir, *filling*, *packaging*, dan proses lainnya.
2. Mengkoordinir dan mengarahkan setiap bawahannya serta menentukan pembagian tugas bagi setiap bawahannya.

3. Mengawasi dan mengevaluasi seluruh kegiatan produksi agar dapat mengetahui kekurangan dan penyimpangan/kesalahan sehingga dapat dilakukan perbaikan untuk kegiatan berikutnya.

g. *Kadiv Finance*

Bagian ini bertanggung jawab dalam merencanakan, menganggarkan, memeriksa, mengelola dan menyimpan dana yang dimiliki oleh perusahaan termasuk merencanakan dan memproyeksikan beberapa aspek dalam perusahaan terkait administrasi umum dan keuangan perusahaan. Tugas dan fungsi *Kadiv Finance* adalah sebagai berikut :

- 1) Mengelola arus kas perusahaan, termasuk menghubungkan perusahaan dengan perbankan untuk mendapatkan pinjaman atau menerbitkan surat berharga.
- 2) Menerapkan pedoman sistem akuntansi yang telah ditetapkan dalam kebijakan akuntansi, penyusunan laporan keuangan serta analisisnya untuk kepentingan pengelolaan operasional perusahaan.
- 3) Melaksanakan kontrol pelaporan, serta pembayaran kewajiban pajak perusahaan agar efisien, akurat dan sesuai dengan peraturan pemerintah yang berlaku.

h. *Divisi Operasional*

Divisi ini bertanggung jawab untuk memastikan organisasi berjalan sebaik mungkin dalam memberikan pelayanan dan memenuhi

harapan para pelanggan dengan cara efektif dan efisien. Tugas dan fungsi Divisi Operasional:

- 1) Melakukan perencanaan strategis untuk mengelola dan meningkatkan efektivitas dan efisiensi operasi perusahaan.
- 2) Memangkas habis biaya-biaya operasi yang sama sekali tidak menguntungkan perusahaan.
- 3) Meningkatkan sistem operasional, proses, dan kebijakan dalam mendukung visi dan misi perusahaan.

6. Harga dan Produk PT.Tujuh Impian Bersama (TIB)

Harga merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Dilihat dari segi harga, penetapan harga air minum dalam kemasan Al Qodiri sangat terjangkau. Penentuan harga ini juga dilakukan agar memposisikan air minum dalam kemasan Al Qodiri sebagai air minum dengan harga yang premium. Berikut daftar harga dan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri :

Tabel 4.1
Harga Produk

No	Produk	Size	Isi	Harga (Rp)
1	Cup	120 ml	32	Rp.12.500
2]	Cup	220 ml	48	Rp.15.000
3	Botol	330 ml	24	Rp.28.000
4	Botol	600 ml	24	Rp.34.000
5	Botol	1500 ml	12	Rp.34.000
6	Galon Refill	19 liter	1	Rp.15.000
7	Cup JC	220 ml	48	Rp.13.000

Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Tabel 4.1 merupakan data daftar harga AMDK Al Qodiri yang memiliki 6 kemasan produk yaitu, cup 120ml, cup 220ml, botol 330ml,

botol 600ml, botol 1500ml, galon refill 19liter dan *second product* cup Jember City 220ml. Terlihat dari tabel harga diatas Al Qodiri memiliki harga yang sangat terjangkau dan ramah dikantong dibandingkan dengan produk AMDK lainnya seperti Aqua, Le Mineral, atau Club. Hal tersebut lah yang membuat produk AMDK ini memiliki persentase pasar yang tinggi yang hampir mendekati produk AMDK nasional lainnya.

B. Penyajian Data dan Analisis

Berdasarkan tehnik pengumpulan data yaitu menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi maka diperoleh data-data hasil penelitian yang mengacu pada fokus penelitian. Berikut disajikan data hasil wawancara tentang Strategi Pengembangan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Dalam Meningkatkan Penjualan Di PT.Tujuh Impian Bersama (TIB) Jember.

1. Strategi Pengembangan Produk di Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember

Pada dasarnya, suatu bisnis tidak terlepas dari perhatian konsumen apabila perusahaan memiliki produk yang menarik dan berbeda dari perusahaan lainnya, produk yang menarik memiliki daya tarik sendiri bagi konsumen. Dengan terus mendorong perusahaan untuk berinovasi dalam mengembangkan produknya. Pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri yang dilakukan oleh PT.TIB Jember yaitu dengan terus melakukan inovasi, mengembangkan ide, serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Pengembangan produk terhadap produk air minum dalam

kemasan Al Qodiri adalah dengan terus mengembangkan dan meningkatkan produk yang sudah ada serta menambah lini produk baru. Hal tersebut dikuatkan oleh Ibu Erna Novi selaku divisi *Quality Control* PT.Tujuh Impian Bersama yang fokus di pengendalian dan pengembangan mutu produk pada tanggal 26 Desember 2022 beliau menyatakan :

Jadi begini mbak, produk awal dari air minum dalam kemasan Al Qodiri yang dilakukan oleh PT.Tujuh Impian Bersama adalah kemasan cup 120ml. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan pasar, perusahaan perlu melakukan inovasi untuk pengembangan produknya. Dan akhirnya diproduksi suatu produk baru dengan berbagai macam kemasan mulai dari botol, cup, galon refill dengan berbagai macam takaran/isi pada suatu kemasan. Bermula dari produksi dengan skala kecil untuk memenuhi kebutuhan internal Al Qodiri . Selanjutnya air minum dalam kemasan Al Qodiri mulai berkembang dengan dilihat melalui diterimanya produk oleh masyarakat luas, dan pasaran. Hal tersebut membuat perusahaan untuk terus melakukan inovasi-inovasi baru pada produknya, baik inovasi dalam kemasan maupun yang lainnya seperti perusahaan sampai memiliki *second product* dengan merek Jember City 220ml. Serta produk baru yang bekerjasama dengan RS.Dr Soebandi dan RSUK.⁶⁴

Pernyataan yang sama disampaikan oleh Bapak Abdur Rohim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, pada saat wawancara 07 Januari 2023, beliau menyatakan :

Produk air minum dalam kemasan Al Qodiri ini pertama kali beroperasi pada tahun 2012 mbak, pada awalnya perusahaan ini bernama CV.Seven Dream kemudian seiring perkembangan dan kemajuan perusahaan kami yang semakin pesat, maka pada tanggal 4 Juni 2015 menjadi PT.Tujuh Impian Bersama, kenapa diberi nama tersebut karena memang jika sudah menjadi PT itu tidak boleh memakai nama yang berbahasa asing, maka dari itu kita mengartikannya menjadi Tujuh Impian Bersama. Pertama kali

⁶⁴ Erna Novi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

berdiri hanya untuk melayani internal Al Qodiri untuk jamaah pengajian manaqib di Pondok Pesantren Al Qodiri yang dilaksanakan setiap malam Jum`at Manis/Kliwon yang masih tetap ada sampai saat ini. Bahkan diikuti oleh ribuan jamaah dari luar Jawa diantaranya Kalimantan, Lampung, Bali, dan Sumatera. Tidak hanya dari dalam negeri saja bahkan sampai dari luar Negeri juga mbak jamaahnya diantara lain Malaysia, Brunai Darussalam, Yaman, Australia, dan Singapura. Produk awal yang kami produksi pada saat itu yaitu kemasan botol 1500ml mbak yang memang waktu itu untuk kebutuhan pengajian manaqib saja karena banyak permintaan dari luar ingin mengkonsumsi dan berlangganan Al Qodiri jadi dikembangkanlah air minum dalam kemasan ini jadi dipasarkan diluar juga sampai memiliki beberapa kemasan produk dan lini produk baru (*second product*) Jember City. Sehingga dari tahun ke tahun kami dapat mengembangkan berbagai macam produk air minum dalam kemasan Al Qodiri yang dapat dengan mudah ditemukan oleh masyarakat.⁶⁵

Tabel 4.2
Tahun produksi produk

No	Kemasan	Size	Tahun Produksi
1	Botol	1500ml	2012
2	Botol	600ml	2012
3	Cup	220ml	2012
4	Botol	330ml	2015
5	Galon	19liter	2017
6	Cup JC	220ml	2019
7	Cup	120ml	2019

Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Dari data di atas menyatakan bahwa pengembangan produk memang menjadi salah satu tujuan dan konsentrasi PT.Tujuh Impian Bersama, pengembangan produk yang dilakukan oleh PT.TIB dimana dengan terus melakukan inovasi-inovasi baru pada produknya, baik inovasi dalam kemasan maupun yang lainnya serta mengembangkan lini produk baru

⁶⁵ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023.

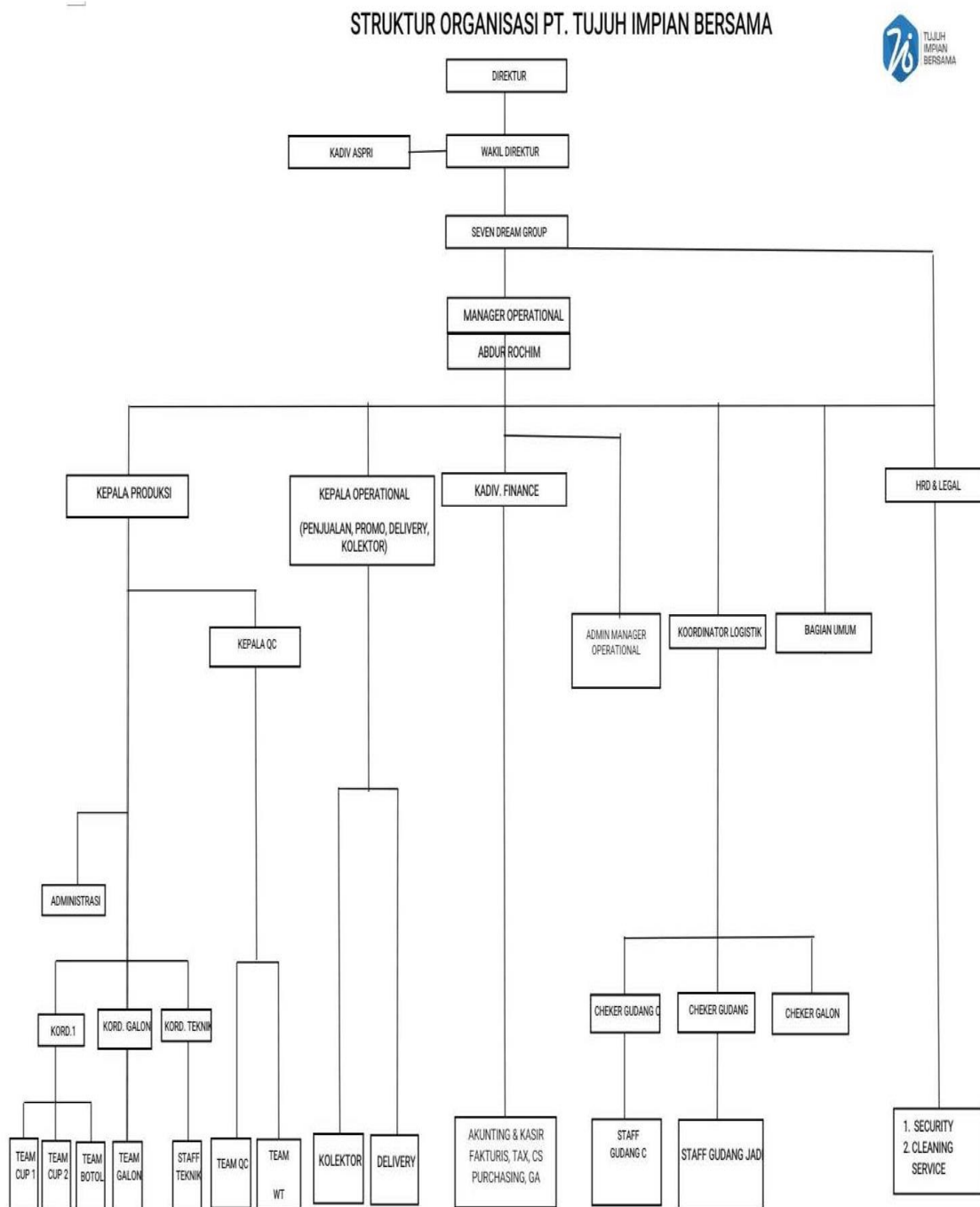
second product air minum dalam kemasan Jember City. Sehingga dari tahun ke tahun terus mengalami perkembangan sampai saat ini bisa memiliki 7 kemasan produk seperti botol, cup, dan galon dengan isi yang berbeda-beda yang memudahkan konsumen dalam memilih kebutuhan air bersih yang siap minum.

a. Strategi Peningkatan Kualitas

Salah satu strategi terpenting dalam pengembangan produk meliputi strategi peningkatan kualitas, dimana berfokus untuk terus meningkatkan kinerja fungsional produk, daya tahan produk serta kehandalan dan kecepatan pelayanan. Oleh karena itu PT.Tujuh Impian Bersama Jember menjaga kualitas produk dari segi komposisi agar sesuai dengan standar produksi air minum dalam kemasan yang sudah layak dikonsumsi. Sebagaimana pernyataan dari Ibu Erna Novi selaku divisi *Quality Control* PT.TIB Jember pada saat wawancara tanggal 26 Desember 2022, beliau menyatakan :

Untuk peningkatan kualitas yang paling penting dari segi prosesnya mbak, sampai saat ini kami melakukan proses dengan ketentuan yang telah berlaku. Kami juga senantiasa selalu menjaga kualitas komposisi agar sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Kami juga meningkatkan kualitas air minum dengan menggunakan mesin RO (*Reverse Osmosis*) sehingga air yang dihasilkan mempunyai tingkat kejernihan yang sangat tinggi karena diproses menggunakan saringan atau filter lebih lembut dibandingkan dengan air lainnya. Selain itu, angka TDS (*Total Dissolve Solid*) juga kami *setting* sebaik mungkin diangka 100 artinya sangat baik untuk diminum dan lebih segar dari air minum dalam kemasan lainnya. Kalau menjaga kualitas produk

kami maksimalkan dari segi penyimpanannya mbak, daya tahan penyimpanan masing-masing produk yaitu 2 tahun.⁶⁶



Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Gambar 4.5
Alur Proses Produksi

⁶⁶ Erna Novi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

Gambar diatas menjelaskan proses produksi air minum dalam kemasan mempunyai prosedur yang cukup panjang mulai dari proses produksi hingga sampai akhir produksi, yang diawali dengan air dari sumur bor dengan kualitas air yang segar dan jernih. Sampai pada proses pengemasan dengan berbagai macam kemasan dan pengambilan sample produk jadi. Lalu ke proses yang cukup penting yaitu cek laboratorium oleh tim *quality control*.

Selanjutnya ditambahkan oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan :

Selama proses produksi juga pastinya ada hambatan mbak, hambatannya kadang kita pernah dulu keterlambatan bahan baku, perbaikan dan sanitasi mesin, serta pernah juga mengalami pemadaman listrik, tidak sering mbak namun pernah.⁶⁷

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Rahmat selaku Divisi Produksi PT.Tujuh Impian Bersama pada saat wawancara tanggal 27 Desember 2022, beliau menyatakan :

Tidak selamanya proses produksi itu berjalan dengan lancar mbak, pasti ada juga hambatannya. Selama ini kami juga terkadang mengalami hambatan seperti kendala mesin misalkan suhu liternya terlalu panas dan ada juga kadang botol dari *supplier* ada yang rusak.⁶⁸

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibu Kasih selaku pemilik Toko Kasih pihak yang dititipi air minum Al Qodiri pada saat wawancara tanggal 11 Juni 2023, beliau menyampaikan :

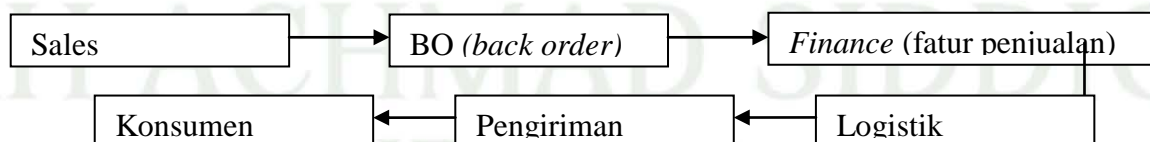
⁶⁷ Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023

⁶⁸ Rahmat, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 27 Desember 2022

Jika untuk pelayanan kepada kami sebagai pemilik toko gini mbak, pelayanannya baik dan ramah. Untuk memasok barang itu tidak tentu mbak kadang semingguan, sebulanan gitu. Enaknya air minum Al Qodiri ini mbak, kami itu tidak ribet dalam pemesanan, langsung dari pihak perusahaan sendiri diantar ke toko kami. Dan untuk ditoko kami ini memang hanya tersedia satu merek air minum saja mbak yaitu Al Qodiri, tidak mengambil yang lainnya karena memang pelanggan toko minat belinya sudah Al Qodiri, selain itu ya juga dari segi pelayanannya dan kecepatan pengiriman.⁶⁹

Pernyataan yang sama juga disampaikan oleh Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, saat wawancara pada 07 Januari 2023, beliau menyampaikan :

Jika ditanya mengenai strategi peningkatan kualitas perusahaan, selain dari peningkatan kualitas produk kami juga meningkatkan kualitas kecepatan dan kehandalan pelayanan kepada konsumen mbak. Karena jika dari segi kualitas produk InshaAllah produk kami ini selalu terjaga kualitasnya karena sudah melalui beberapa tahap proses produksi. Jika berbicara kualitas kehandalan dan kecepatan pelayanan kepada konsumen, kami selalu memprioritaskan yang order terlebih dahulu mbak. Untuk alur pemesanannya bisa langsung kepada sales kami. Namun, karena pada saat ini teknologi juga sudah modern jadi kecepatan pemesanan juga lebih efektif dan efisien, kemajuan teknologi ini memang sangat mempengaruhi mbak mulai dari percepatan bisnis, target produksi, dan sumber daya manusia. Kami juga memanfaatkan kemajuan teknologi dengan memiliki beberapa akun di sosial media seperti Ig dan Tik Tok.⁷⁰



Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

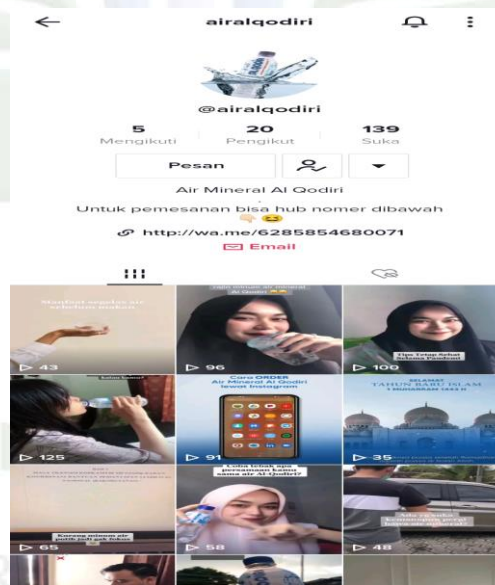
Gambar 4.6
Alur Pemesanan Barang

⁶⁹ Kasih, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 11 Juni 2023.

⁷⁰ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023



Gambar 4.7
Akun Ig AMDK Al Qodiri



Sumber : Instagram dan Tik Tok Air Al Qodiri

Gambar 4.8
Akun Tik Tok AMDK Al Qodiri

Hal serupa juga ditambahkan oleh Bapak Abdur Rochim selaku

Manajer Operasional pada tanggal 07 Januari 2023, beliau menyatakan :

Jika berbicara tentang pelayanan kepada konsumen pastinya kami juga akan berbicara tentang menjaga hubungan baik dengan konsumen, karena sejatinya suatu bisnis akan berjalan baik jika

ada *feedback* dari keduanya. Cara kami menjaga hubungan dengan konsumen yaitu melalui survey pelanggan setiap bulan mbak, dengan cara mengisi form pelanggan dan setiap hari raya kami juga memberikan bingkisan kepada konsumen.⁷¹

Berdasarkan data hasil wawancara di atas menyertakan bahwa peningkatan kualitas yang dilakukan oleh PT.Tujuh Impian Bersama yaitu dengan meningkatkan kualitas proses produksinya yang sesuai dengan ketentuan yang sudah berlaku agar sesuai dengan Standar Nasional Indonesia, proses produksi yang dilakukan sangat panjang dari awal produksi sampai akhir pengemasan produk serta kecepatan dan kehandalan pelayanan kepada konsumen dengan memprioritaskan yang memesan terlebih dahulu.

b. Strategi Peningkatan Keistimewaan Produk

Strategi yang juga tidak kalah penting yakni strategi peningkatan keistimewaan produk yang bertujuan untuk menambah keistimewaan baru atau *eye catching* bagi konsumen (seperti bahan, aksesoris tambahan, berat) yang memperluas keanekaragaman, keamanan, atau kenyamanan produk. Sebagaimana disampaikan oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan:

Sudah pasti bahan baku yang dipakai aman, sehat, dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas mbak. Karena sebelum kita produksi, sebelum bahan baku itu turun otomatis dari divisi Quality Control itu sudah mengecek terlebih dahulu kualitas

⁷¹ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023

barangnya itu seperti apa, kadar air, begitu juga airnya sebelum diproduksi sudah di lab terlebih dahulu. Air sebelum diproduksi itu di lab mbak, setelah jadi barang jadi juga di lab, apalagi bahan bakunya. Bahan baku sebelum kesini (PT.TIB) otomatis sudah di lab terlebih dahulu sebelum dipakai juga harus di lab. Jika untuk bahan-bahan seperti cup dan sejenisnya itu dari *supplier* mbak.⁷²

Pernyataan tersebut juga diperkuat oleh Ibu Erna Novi selaku divisi *Quality Control* PT.TIB Jember pada saat wawancara tanggal 26 Desember 2022, beliau menyatakan :

Bahan baku seperti air itu disini tidak bagus mbak makanya ada *treatment* khusus yang dilakukan setiap 15 menit sebelum proses produksi. Namun, masih tetap mengikuti Standar Nasional Indonesia (SNI). *Treatment* tersebut diantaranya *backwash* yaitu pencucian filter untuk membersihkan kotoran dari tabung filter yang dilakukan setiap hari. Kedua, sanitasi adalah proses desinfeksi yang bertujuan untuk menonaktifkan atau membunuh sebagian besar mikroorganisme dan bakteri patogen yang ada dalam air baku. Sanitasi yang dilakukan oleh PT.TIB air minum dalam kemasan Al Qodiri yaitu dengan cara membersihkan seluruh ruangan tempat produksi dengan air yang mengalir pada permukaan dinding, lantai, dan seluruh mesin. Serta pada karyawan yang mengoperasikan mesin harus menggunakan alat pelindung diri (APD) dan menyemprotkan *alcohol* pada seluruh badan. Ketiga, pengujian rutin dan yang terakhir pembersihan alat.⁷³

Selanjutnya ditambahkan oleh Bapak Rahmat selaku Divisi Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 27 Desember 2022, beliau menyatakan :

Selain itu, hal yang istimewa dari kemasan kami yaitu adanya aksesoris tambahan yaitu hanger mbak pada kemasan botol

⁷² Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023.

⁷³ Erna Novi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

1500ml, dulu kemasan kami tidak ada hangernya mbak dan menjadi kemasan pertama AMDK lokal yang memakai hanger.⁷⁴

Hal serupa juga ditambahkan oleh Ibu Sofi selaku pemilik Toko SRC B Sofik pihak yang dititipi air minum Al Qodiri pada saat wawancara tanggal 11 Juni 2023, beliau menyampaikan :

Kalau di toko kami ini mbak untuk yang kemasan botol biasanya saya letakkan di kulkas baru laku, disini saya hanya menyediakan air minum Al Qodiri dan Global saja. Jadi ya kalau tidak mau global ya Al Qodiri gitu, begitu juga sebaliknya. Biasanya kalau untuk diminum/dikonsumsi sendiri Al Qodiri, kalau untuk hajatan Global. Selain karena kemasan Al Qodiri yang praktis, kualitasnya juga bagus serta juga mendatangkan barokah bagi kami yang konsumsinya, hal tersebut diperkuat oleh tagline produk Al Qodiri “Air Sehat Penuh Barokah”.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan :

Gini mbak, pada kemasan botol 330ml itu ditenteng biasa kan masih enak dibawa jalan, botol 600ml tinggian sedikit masih enak juga dibawa jalan. Kalau botol 1500ml ditenteng biasa dibawa jalan apa enak mbak, kan pasti tidak enak kurang pas. Jadi kami itu juga menyesuaikan dengan kebutuhannya masyarakat, hal itu kami kembali lagi ke masyarakat, kebutuhannya masyarakat, minatnya masyarakat itu seperti apa kita alami lagi mbak.⁷⁵

⁷⁴ Rahmat, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 27 Desember 2022.

⁷⁵ Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023.



Sumber : <https://tujuhimpian.com/produk-alqodiri/>

Gambar 4.9

Kemasan botol 1500ml ber-hanger

Dari data wawancara di atas menyatakan bahwa peningkatan keistimewaan produk yang dilakukan oleh PT.Tujuh Impian Bersama yaitu dengan menjaga, memastikan kualitas bahan baku yang digunakan dengan ditingkatkan melalui adanya *treatment* khusus serta uji lab yang dilakukan oleh orang yang sudah kompeten dibidangnya. Selain itu, aksesoris tambahan seperti hanger pada kemasan botol 1500ml juga menjadi keistimewaan tersendiri untuk *eye catching* konsumen kepada air minum dalam kemasan Al Qodiri ini.

c. Strategi Peningkatan Gaya Produk

Strategi terakhir yang tidak kalah penting yaitu strategi peningkatan gaya produk yang bertujuan untuk meningkatkan daya tarik suatu produk, seperti perusahaan mengenalkan pemilihan warna kemasan, desain kemasan yang dapat memberi nilai tambah pada suatu produk sehingga dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Sebagaimana disampaikan oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan :

Brand kemasan itu berpengaruh mbak, kami kan dari awal beroperasi sudah dengan nama Al Qodiri. Sebenarnya kembali lagi ke minatnya masyarakat, kami sudah terkenal dengan *brand* kemasan Al Qodiri misalkan kami ganti dengan nama Air Sari di produksi PT.TIB, pastinya kan masyarakat akan bertanya-tanya. Karena memang PT.TIB sudah dikenal masyarakat dengan brand kemasan Al Qodiri. Uniknya lagi yang paling dikenal dari kemasannya adalah huruf “Q” yang sangat mudah bagi konsumen untuk mengingatnya, yang tidak lain dari kata “Qodiri”. Huruf “Q” memang terlihat sederhana mbak tapi mudah diingat, selain itu ciri khasnya lagi yaitu tagline “Air Sehat Penuh Barokah” yang meyakinkan bahwa produk kami bukan hanya baik dan sehat tapi juga mendatangkan barokah bagi kami dan masyarakat luas.⁷⁶

Merek Al Qodiri diambil dari nama Pondok Pesantren Al Qodiri yang sudah dikenal baik oleh masyarakat Jember dan sekitarnya. Dengan desain/logo huruf “Q” menjadi tanda yang mudah dikenal dan diingat oleh konsumen, huru “Q” berarti dari kata Qodiri. Selain itu, tagline “Air Sehat Penuh Barokah” juga memiliki makna jika ingin tubuh sehat maka

⁷⁶ Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023.

konsumsilah air yang layak untuk dikonsumsi, jika tubuh sehat maka hidup akan penuh barokah.

Hal serupa juga dijelaskan kembali oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan:

Kami ini kan *brand* Al Qodiri ya mbak, warna khasnya juga warna biru dan putih sebagai latar belakangnya, kami juga *launching* JC dengan warna kuning. Dan ternyata di pasaran kami sudah terkenal dengan merek Al Qodiri, karena kita terkenal juga dengan Al Qodiri, jadi pengaruhnya juga nanti ke penjualannya dan minat masyarakat. Desain itu juga perlu mbak, kalau kami desainnya ngawur ya juga tidak enak dilihat dan juga tidak mencerminkan jika ini produk kami.⁷⁷

Dilihat dari segi visual, kemasan yang digunakan berwarna putih dan biru. Warna putih yang menjadi latar belakang pada kemasan memiliki makna bahwa produk layak untuk dikonsumsi kejernihan, bersih, higienis, dan sangat steril sehingga layak untuk dikonsumsi. Sedangkan warna biru untuk mengonsumsi rasa yakin, kesegaran, dan rasa aman. Begitu juga dengan air minum dalam kemasan Jember *City* dengan ke-khasan kemasan warna kuning untuk mengonsumsi intensitas paling tinggi dan mampu menarik perhatian bagi para konsumennya.

Dari data wawancara di atas menyatakan bahwa peningkatan gaya produk yang dilakukan oleh PT.Tujuh Impian Bersama Jember yaitu

⁷⁷ Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023.

dengan pemilihan warna kemasan, desain logo kemasan yang dapat memberi nilai tambah bagi produk. Air minum dalam kemasan Al Qodiri dari segi *tagline* merupakan produk Islami yang memiliki nilai tambah, dalam artian bahwa AMDK Al Qodiri tidak hanya sekedar memenuhi kebutuhan saja tetapi juga menyentuh secara spiritual masyarakat muslim.

2. Dampak Dari Strategi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Penjualan di Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember

a. Konsep Produksi

Pengembangan produk yang dilakukan PT.Tujuh Impian Bersama berdampak pada pencapaian efisiensi produksi yang tinggi. Dengan beraneka ragam kemasan produk maka kemasan tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal. Hal ini dibenarkan oleh Ibu Erna Novi selaku divisi *Quality Control* PT.TIB Jember pada saat wawancara tanggal 26 Desember 2022, beliau menyatakan :

Kapasitas produksinya otomatis akan bertambah mbak, kemarin kami itu sudah sekitar 100ribu karton sekarang bisa sampai 150ribu karton mbak. Berarti kan secara tidak langsung mengalami peningkatan yang lebih tinggi dari sebelumnya. Terdapat 4 tim mbak terus nanti dibagi 2, ada dua shift untuk tim ini shift pagi jam 07.30 s/d jam 16.00, shift 2 jam 16.00 s/d jam 00.00.⁷⁸

⁷⁸ Erna Novi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

Ditambahkan oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan :

Jika berbicara hasil produksi PT.Tujuh Impian bersama dari tahun 2021 ke 2022 itu lebih tinggi tahun 2022 mbak, pada tahun 2022 kurang lebih sekitar 155ribu karton.⁷⁹

Hal serupa juga dijelaskan oleh Ibu Sofi selaku pemilik Toko SRC B Sofik pihak yang dititipi air minum Al Qodiri pada saat wawancara tanggal 11 Juni 2023, beliau menyampaikan :

Jika berbicara air minum Al Qodiri pasti semua orang saya kira tahu ya mbak karena memang mereknya-pun sudah terkenal. Selain itu juga pihak perusahaannya itu menetapkan harga yang terjangkau bagi kami sebagai pemilik toko, sehingga dengan harga yang terjangkau menarik minat konsumen jadi lebih besar mbak. Untuk pemasukan barang biasanya kami masuk 50karton/kardus mbak dari sales. Saya menjual kepada konsumen dengan harga Rp.16.000.00 per kardus isi 48 cup Al Qodiri 220 ml.

Pernyataan tersebut diperkuat oleh Ibu Kasih selaku pemilik Toko Kasih pihak yang dititipi air minum Al Qodiri pada saat wawancara tanggal 11 Juni 2023, beliau menyatakan :

Jika berbicara terkait harga air minum Al Qodiri ini terbilang murah mbak, sudah termasuk harga yang standar. Tidak memasarkan harga dibawah atau diatas harga pasar.

⁷⁹ Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023.

Tabel 4.3
Target Produksi Per-hari

No	Kemasan	Size	Target Produksi(karton)
1	Cup	120ml	2.000(mesin 1)
		220ml	2.600(mesin 2)
2	Botol	330ml	800
		600ml	800
		1500ml	600
3	Galon	1liter	900liter

Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Dengan demikian tabel di atas menunjukkan target produksi yang dilakukan di PT.Tujuh Impian Bersama setiap hari dengan menggunakan mesin 1 dan mesin 2, yang mana masing-masing kemasan memiliki target produksi yang berbeda-beda. Dengan bertambahnya tingkat produksi maka bertambah juga *input* laba yang diterima oleh perusahaan, di dukung pula oleh jumlah kemasan produk air minum dalam kemasan yang dimiliki perusahaan beragam.

Dari hasil wawancara yang telah disampaikan tersebut bahwa ada dampak dari strategi pengembangan produk terhadap kapasitas produksi PT.Tujuh Impian Bersama semakin mengalami peningkatan yang lebih tinggi dari sebelumnya. Serta telah terdapat target produksi per-hari yang telah diterapkan oleh perusahaan sehingga dapat terhitung dengan jelas seberapa besar kapasitas produksinya. Dengan berbagai macam kemasan pasti dapat menambah jumlah produksi yang lebih tinggi dibanding pada saat masih memiliki 1 atau 2 kemasan.

b. Konsep Produk

Seiring berkembangnya produk maka kualitas dan fitur peralatan modern terbaik digunakan oleh PT.Tujuh Impian Bersama untuk membuat produknya lebih unggul. Hal ini dibenarkan oleh Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, saat wawancara pada 07 Januari 2023, beliau menyampaikan :

Produk air minum dalam kemasan Al Qodiri kami ini merupakan produk pertama yang masuk setapak kuda mbak, jadi kualitasnya sangat kami jaga karena cakupannya sudah setapak kuda. Kami menggunakan sistem Aqurit dan telah memiliki sertifikat nasional yang setara dengan produk nasional. Dalam menjamin kualitas air sebelumnya kami melakukan pemeriksaan organoleptic, kimia, fisika, lab mikrobiologi, dan radio aktif. Sehingga air terlindungi dari cemaran kimia dan mikrobiologi yang dapat merusak kesehatan tubuh.⁸⁰

Selanjutnya ditambahkan oleh Ibu Erna Novi selaku divisi

Quality Control PT.TIB Jember pada saat wawancara tanggal 26 Desember 2022, beliau menyatakan :

Dengan kemajuan teknologi yang ada kami juga menggunakan peralatan modern dan sistem mikrofiltrasi yang disterilkan menggunakan sinar UV yang telah sesuai Standar Nasional Indonesia (SNI). Serta dengan dilakukan setting TDS (Total Dissolved Solid) yang berfungsi untuk mengukur partikel padatan yang terlarut di dalam air minum yang tidak terlihat oleh mata.⁸¹

Dari data wawancara diatas disampaikan bahwa kualitas produk dan fitur peralatan modern yang digunakan oleh PT.Tujuh Impian Bersama dijaga dengan baik dan sebelumnya telah melalui proses

⁸⁰ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023.

⁸¹ Erna Novi, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 26 Desember 2022.

pemeriksaan organoleptic, kimia, fisika, lab mikrobiologi, dan radio aktif. Serta menggunakan mesin-mesin modern yang telah sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI).

c. Konsep Penjualan

Berbagai macam kemasan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri di PT.TIB Jember berdampak besar pada penjualan produk yang lebih banyak kepada lebih banyak konsumen secara lebih sering untuk menghasilkan lebih banyak uang sehingga dapat menghasilkan lebih banyak laba. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, saat wawancara pada 07 Januari 2023, beliau menyampaikan :

Yang jelas pengembangan produk untuk meningkatkan percepatan bisnis di perusahaan kami ini mbak agar lebih dikenal oleh masyarakat dan agar lebih cepat berkembang. Intinya ya juga nanti penjualan atau profit perusahaan juga meningkat, begitu juga pemasukan perusahaan. Sejak awal di produksi hingga saat ini penjualan produk menunjukkan kemajuan yang positif meskipun banyak muncul produsen baru air minum dalam kemasan di Kabupaten Jember.⁸²

Selanjutnya ditambahkan oleh saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember pada saat wawancara tanggal 06 Januari 2023, beliau menyatakan :

Otomatis ya laba kami meningkat ya mbak, kami nih ga mungkin mengembangkan produk kalau kami tidak ada target buat laba. Pasti ya kalau misal kami produksi ini saja labanya bisa 2.000, kalau kami tambah produksi ini laba kami akan jadi segini. Kami

⁸² Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023.

ada pengembangan produk ya otomatis kami juga ada laba yang dituju atau profit yang kami targetkan.⁸³

Tabel 4.4
Omset Penjualan

Tahun	Omset Penjualan
2020	Rp.11.130.300.250
2021	Rp.150.350.420.540
2022	Rp.154.480.568.917

Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

Dari tabel omset penjualan di atas pada tahun 2020 sebesar Rp.11.130.300.250 dan mengalami peningkatan pada tahun 2021 sebesar Rp.150.350.420.540, dan pada tahun 2022 omset penjualan produk mengalami kenaikan secara signifikan sebesar Rp.154.480.568.917. Penurunan] omset penjualan perusahaan pada tahun 2020 dipengaruhi oleh *launchingnya second brand* Jember City(JC) pada akhir tahun 2019 dengan harga yang lebih murah Rp.13.000 220ml isi 48 cup. Dan pada tahun-tahun berikutnya perusahaan ini mulai memasarkan produk air minum dalam kemasan Jember City sebagai strategi perusahaan untuk memperkuat posisi AMDK Al Qodiri untuk segmen pasar yang lebih luas lagi.

Dari data wawancara yang telah disampaikan tersebut bahwa PT.TIB Jember dalam penjualan produknya telah memiliki atau menyusun seberapa besar laba atau profit penjualan yang akan di dapatkan. Selain itu, juga untuk menunjang percepatan bisnis di PT.Tujuh Impian Bersama Jember. Sehingga dari tahun ke tahun

⁸³ Erlinda Khairunnisa, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 06 Januari 2023.

berikutnya mengalami kenaikan omset penjualan yang sangat signifikan bagi pemasukan perusahaan.

d. Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan hal penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Pemasaran dilakukan untuk memperoleh laba dan bisa tetap bertahan agar mampu bersaing dipasaran dengan semakin maraknya bisnis air minum dalam kemasan. PT.Tujuh Impian Bersama dengan produk AMDK Al Qodiri selalu menunjukkan eksistensinya dalam kegiatan pemasarannya. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, saat wawancara pada 07 Januari 2023, beliau menyampaikan :

Promosi kami lakukan melalui media cetak maupun media elektronik mbak, diantaranya itu ada promosi penjualan, sistem bonus, pemasangan billboard atau baliho, instagram, facebook, dan tik tok. Selain itu, kami juga bikin atau ikut event misalnya kegiatan olahraga, seni budaya, acara di alun-alun kota seperti kemarin ada acara angklung dan rekor muri, support produk di acara-acara instansi misalnya Politeknik dan Universitas Jember, serta acara-acara pengajian.⁸⁴

Hal serupa ditambahkan kembali oleh Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, saat wawancara pada 07 Januari 2023, beliau menyampaikan :

Kami pakai beberapa distributor ya mbak, mengandalkan adanya distributor. Jadi kami ada 3 distributor sementara ini mbak, diantaranya CV Air, JCM (Jember City Mart), dan Bunung. Jadi para distributor ini lah mbak yang memasarkan produk kami dengan cara di target. Jadi ada target buat para distributor. Kalau kami sendiri prinsipal mengelola yang *modern marketnya* seperti

⁸⁴ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023.

Roxy, Alfamart, Indomaret, Transmart, McDonald`s, Yoshinoya, Hotel Aston, Java Lotus. Untuk kawasan pemasarannya itu mbak, Jember Timur sebesar 60% (kota) diantaranya Patrang, Sumpersari, dan Kaliwates, Jember Barat sebesar 30%, dan 10% nya luar kota seperti Bali, Jakarta, Madiun, Yogyakarta, dan Surabaya mbak.⁸⁵



Sumber : Dokumen PT.TIB Jember

Gambar 4.10
Mitra Resmi Air Al Qodiri PT.TIB

⁸⁵ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023.

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa pemasaran yang dilakukan oleh PT.TIB Jember dengan melalui media cetak ataupun media elektronik berupa promosi penjualan, sistem bonus, pemasangan billboard atau baliho, instagram, facebook, dan tik tok. Selain itu, membuat atau mengikuti event misalnya kegiatan olahraga, seni budaya, acara di alun-alun kota seperti kemarin ada acara angklung dan rekor muri, support produk di acara-acara instansi misalnya Politeknik dan Universitas Jember, serta acara-acara pengajian. Selain itu juga ada 3 distributor diantaranya CV Air, JCM, dan Bunung dengan cara ditarget, serta kawasan pemasaran di Jember Timur sebesar 60% (Jember Kota), Jember Barat sebesar 30%, dan luar kota sebesar 10%.

e. Konsep Pemasaran Holistik

Pemasaran holistik ini adalah pemasaran secara keseluruhan yang memfokuskan untuk bagaimana mengimplementasikan program pemasaran agar dapat mengkomunikasikan langsung antara bagian perusahaan dengan pelanggan. Sesuai dengan yang disampaikan oleh Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, saat wawancara pada 07 Januari 2023, beliau menyampaikan :

Pada awalnya diproduksi air minum dalam kemasan ini kan atas dasar melayani internal Al Qodiri saja mbak, yaitu kepada jamaah pengajian manaqib. Maka, agar produk kami ini lebih dapat diterima, dan *brand* juga lebih dikenal dengan mudah di lapisan masyarakat kami menguatkan kembali dan mempertahankan strategi pemasarannya bersama jamaah pengajian manaqib, santri, alumni PP.Al Qodiri, institusi, hotel, restaurant, dan cafe. Selain itu mbak, kami juga ada sistem bonus pengambilan 100 karton bonus 1, pada saat hari raya lebaran kami juga memberikan THR

pada pelanggan mbak. Hal tersebut semua kami lakukan agar perusahaan dan bisnis kami semakin berkembang.⁸⁶

Dari dokumen PT.Tujuh Impian Bersama implementasi program pemasaran secara langsung kepada konsumen melalui program Al Qodiri Berbagi yang merupakan kegiatan sosial. Dimana perusahaan juga memberi bantuan langsung kepada Yayasan Yatim Mandiri, dan turut aktif memberikan bantuan kepada korban bencana alam. Maka, secara tidak langsung produk perusahaan akan semakin dikenal di masyarakat.⁸⁷

Dari data wawancara yang telah disampaikan tersebut bahwa PT.TIB dalam mengenalkan produknya dengan mempertahankan strategi pemasaran khususnya bersama jamaah pengajian manaqib, karena memang asal muasal diproduksinya air Al Qodiri didasarkan karena melayani internal Al Qodiri saja. Bersama santri, alumni, institusi, hotel, restaurant, dan cafe. Selain itu, program pemasaran secara langsung kepada konsumen melalui program Al Qodiri Berbagi, bantuan kepada Yayasan Yatim Mandiri, dan bantuan kepada korban bencana alam.

C. Pembahasan Temuan

Bab ini merupakan gagasan peneliti, keterkaitan antara kategori-kategori dan dimensi-dimensi, posisi temuan dengan temuan-temuan

⁸⁶ Abdur Rochim, diwawancarai oleh Penulis, Jember, 07 Januari 2023.

⁸⁷ Portofolio Bisnis PT.TIB Jember Tahun 2022.

sebelumnya, serta penafsiran dan penjelasan dari temuan yang diungkap dari lapangan.⁸⁸

1. Strategi Pengembangan Produk di Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember

Pengembangan produk merupakan serangkaian aktivitas yang dimulai dari analisis persepsi dan peluang pasar, kemudian diakhiri dengan tahap produksi, penjualan, dan pengiriman produk.⁸⁹ Pengembangan produk yang dilakukan oleh PT.Tujuh Impian Bersama Jember dengan produksi air minum dalam kemasan Al Qodiri yakni dengan terus melakukan inovasi, mengembangkan ide, serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk. PT.Tujuh Impian Bersama terus mengembangkan dan meningkatkan produknya yang sudah ada serta menambah lini produk baru air minum dalam kemasan Jember City (JC).

Sejatinya pengembangan produk merupakan salah satu aspek yang cukup penting, karena seiring berjalannya waktu dan pengembangan pasar perusahaan memang perlu untuk melakukan pengembangan produk, perusahaan yang memiliki produk berbeda dari perusahaan lainnya tentu akan menarik daya beli konsumen.

Dalam menentukan strategi-strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.Tujuh Impian Bersama Jember dapat dilihat dari serangkaian proses produksi dan mengaitkan antara teori dengan data temuan di lapangan. Jika dikaitkan dengan data temuan di

⁸⁸ Tim Penyusun Pedoman Karya Ilmiah, “*Pedoman Penulisan Karya Ilmiah IAIN Jember*”, 94.

⁸⁹ Gitosudarmo, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta,2000), 175.

lapangan, maka ditemukan beberapa strategi-strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.Tujuh Impian Bersama Jember sebagai berikut :

a. Strategi Peningkatan Kualitas

Strategi peningkatan kualitas adalah produsen dapat meningkatkan daya tahan produk atau dengan meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayanan terhadap konsumen.⁹⁰

Jika dikaitkan dengan temuan di lapangan dalam hal ini, salah satu strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama Jember salah satunya adalah strategi peningkatan kualitas. Peningkatan kualitas tersebut dari segi proses produksinya yang cukup panjang mulai dari proses produksi awal hingga akhir, yang diawali dengan air dari sumur bor sampai pada proses pengemasan yang senantiasa selalu menjaga kualitas agar sesuai dengan Standar Nasional Indonesia (SNI). Selanjutnya, angka pada mesin TDS (*Total Dissolve Solid*) di *setting* sebaik mungkin diangka 100 dalam artian air tersebut sangat baik untuk diminum dan lebih segar, yang memiliki daya tahan produk pada masing-masing kemasan adalah 2 tahun. Selain itu, kehandalan dan kecepatan pelayanan kepada konsumen selalu di prioritaskan yang memesan terlebih dahulu. Pemesanan langsung dilakukan kepada sales, dan juga memanfaatkan

⁹⁰ Fandy Tjiptono, "*Strategi Pemasaran*", (Yogyakarta : Andi, 2008).

teknologi modern untuk meningkatkan kualitas kecepatan dan pelayanan konsumen.

Berdasarkan kajian teori bahwa strategi peningkatan kualitas adalah produsen dapat meningkatkan daya tahan produk atau dengan meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayanan terhadap konsumen. Jika dikaitkan dengan hasil temuan, bahwa strategi peningkatan kualitas air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember dengan meningkatkan daya tahan produknya dengan daya tahan 2 tahun dan meningkatkan kehandalan dan kecepatan pelayanan terhadap konsumen yang memprioritaskan yang memesan terlebih dahulu. Selain itu, peningkatan kualitas dari segi proses produksinya yang cukup panjang mulai dari proses produksi awal hingga akhir.

Hal ini juga didukung dengan penelitian terdahulu oleh Yeni Novita Sari yang berjudul “Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur pada tahun 2019 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang” yang menyatakan hasil penelitian menunjukkan bahwa menerapkan peningkatan kualitas dengan cara memaksimalkan fungsi RND, membuka diri terhadap kelebihan-kelebihan produk kompetitor, dan bekerja sama secara optimal dengan BPOM dan MUI. Konsep pengembangan produk dengan peningkatan kualitas juga dengan mengembangkan penampilan produk baru dan variasi produk melalui

mengubah, mengganti, dan mengembangkan penampilan yang sudah ada atau membuat produk dengan kualitas yang lebih bagus akan mencegah kebosanan konsumen.⁹¹

b. Strategi Peningkatan Keistimewaan Produk

Strategi peningkatan keistimewaan produk yaitu produk terdapat empat indikator yang dapat meningkatkan keistimewaan produk, seperti kualitas bahan yang dipakai, keanekaragaman, kenyamanan dalam pemakaian suatu produk bagi penggunanya dan aksesoris tambahan.⁹²

Jika dikaitkan dengan data temuan di lapangan menunjukkan bahwa strategi peningkatan keistimewaan produk merupakan salah satu strategi yang tidak kalah penting, peningkatan keistimewaan produk oleh PT.TIB Jember dengan kualitas bahan baku yang aman, sehat dan layak dikonsumsi. Karena sebelum di proses telah di cek dan di lab oleh *Quality Control* terlebih dahulu. Selain itu, juga telah dilakukan *treatment* khusus diantaranya *backwash*, sanitasi, pengujian rutin, dan pembersihan alat. Selanjutnya, dengan keistimewaan produk adanya aksesoris tambahan seperti hanger pada kemasan botol 1500ml. Sebelum memberikan suatu hal yang baru pada kemasan, pasti telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan memikirkan jangka panjang kegunaan dan fungsi dengan adanya suatu hal baru tersebut.

⁹¹ Yeni Novita Sari, “Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur”, Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, (2019).

⁹² Fandy Tjiptono, “Strategi Pemasaran”, (Yogyakarta : Andi, 2008).

Dalam penyampaian informasi yang disampaikan oleh Ibu Erna Novi selaku divisi *Quality Control* PT.TIB Jember bahwa terdapat *treatment* khusus yang dilakukan setiap 15 menit sebelum proses produksi. *Treatment* tersebut diantaranya *backwash* yaitu pencucian filter untuk membersihkan kotoran dari tabung filter yang dilakukan setiap hari. Kedua, sanitasi adalah proses desinfeksi yang bertujuan untuk menonaktifkan atau membunuh sebagian besar mikroorganisme dan bakteri patogen yang ada dalam air baku. Ketiga, pengujian rutin dan yang terakhir pembersihan alat.

Sedangkan penyampaian informasi yang disampaikan oleh Bapak Rahmat selaku Divisi Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember hal lain yang istimewa dari kemasan air minum dalam kemasan Al Qodiri yaitu adanya hanger pada kemasan botol 1500ml, kemasan botol AMDK Al Qodiri menjadi kemasan pertama AMDk lokal yang memakai hanger.

Berdasarkan kajian teori, yang menjelaskan bahwa strategi peningkatan keistimewaan produk merupakan strategi yang mendukung berjalannya indikator seperti kualitas bahan baku yang dipakai dan aksesoris tambahan yang digunakan. Dan memberikan suatu hal yang baru pada kemasan, pasti telah disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat dan memikirkan jangka panjang kegunaan dan fungsi dengan adanya suatu hal baru tersebut.

c. Strategi Peningkatan Gaya Produk

Strategi peningkatan gaya produk merupakan dimana produsen bisa meningkatkan nilai suatu produk dari segi pemilihan warna produk tersebut, rancangan atau desain yang menarik dan yang terakhir adalah kemasan yang dapat memberi nilai tambah bagi produk tersebut.⁹³

Jika dikaitkan dengan data temuan di lapangan menunjukkan bahwa *brand* atau merek, desain, logo, dan warna kemasan merupakan strategi pengembangan produk yang dapat meningkatkan minat beli masyarakat. Hal tersebut yang membuat suatu bisnis dapat berkembang dan berhasil mengembangkan produknya menjadi beberapa lini kemasan dan lini produk baru sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pasar.

Strategi peningkatan gaya produk termasuk salah satu strategi yang dapat meningkatkan minat beli masyarakat sekaligus dapat memberi nilai tambah pada suatu produk kepada PT.Tujuh Impian Bersama Jember. Merek, desain, logo, dan warna kemasan berpengaruh terhadap penjualan dan minat masyarakat terhadap konsumsi air minum dalam kemasan.

Berdasarkan kajian teori, strategi peningkatan gaya produk yang dikemukakan oleh Tjiptono yaitu meningkatkan nilai pada suatu produk dilihat dari segi kemasan yang dapat memberi nilai tambah bagi produk tersebut. Peningkatan gaya produk menjadi skema atau strategi

⁹³ Fandy Tjiptono, "*Strategi Pemasaran*", (Yogyakarta : Andi, 2008).

terjadinya pengembangan produk yang dialami oleh PT.TIB Jember. Merek, desain, logo, dan warna kemasan menjadi indikasi atau penyebab terjadinya peningkatan gaya produk. Sehingga yang terjadi di PT.Tujuh Impian Bersama adalah peningkatan gaya produk yang diakibatkan oleh merek, desain, logo, dan warna kemasan sehingga berakibat pada pengembangan produk dan minat beli masyarakat yang semakin meningkat.

2. Dampak Dari Strategi Pengembangan Produk Terhadap Peningkatan Penjualan di Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Al Qodiri PT.TIB Jember

a. Konsep Produksi

Konsep produksi merupakan konsep dimana konsumen menyukai produk yang tersedia dalam jumlah banyak dan tidak mahal serta berkonsentrasi untuk mencapai efisiensi produksi yang tinggi, biaya rendah, dan distribusi massal.⁹⁴

Dari teori konsep produksi diatas didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember yaitu konsep produksi berdampak pada pencapaian efisiensi produksi yang tinggi. Sehingga jika berbicara hasil produksi PT.TIB Jember dari tahun ke tahun mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Kemasan produk yang tersedia dalam jumlah banyak tentu akan mengalami tingkat

⁹⁴ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2008), 19-21.

produksi yang lebih banyak pula melebihi target sebelumnya. Maka dalam hal ini tentu saja konsumen tertarik untuk mendapatkan produk, dan produsen akan memusatkan perhatian pada usahanya untuk meningkatkan produksi.

Tabel 4.5
Target Produksi Per-hari

No	Kemasan	Size	Target Produksi(karton)
1	Cup	120ml	2.000(mesin 1)
		220ml	2.600(mesin 2)
2	Botol	330ml	800
		600ml	800
		1500ml	600
3	Galon	1liter	900liter

Sumber : PT.Tujuh Impian Bersama

b. Konsep Produk

Konsep produk adalah konsep dimana konsumen menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif terbaik. Suatu produk baru tidak akan sukses jika tidak didukung oleh harga, distribusi, iklan, dan penjualan yang tepat.⁹⁵

Dari teori konsep produk di atas didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, dimana disampaikan bahwa produk air minum dalam kemasan Al Qodiri terjamin kualitasnya karena sebelumnya telah dilakukan pemeriksaan organoleptic, kimia, fisika, lab mikrobiologi, dan radio aktif. Sehingga air terlindungi dari cemaran kimia dan mikrobiologi yang dapat merusak kesehatan tubuh.

⁹⁵ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2008), 19-21.

Seiring perkembangan teknologi modern, peralatan terbaik untuk menghasilkan air minum yang berkualitas juga digunakan seperti mesin TDS (*Total Dissolved Solid*) yang berfungsi untuk mengukur partikel padatan yang terlarut di dalam air minum yang tidak terlihat oleh mata dan sinar lampu UV untuk membunuh mikroorganisme yang bersifat patogen penyebab pencemaran air minum.

c. Konsep Penjualan

Konsep penjualan adalah konsep yang berorientasi pada tingkat penjualan, dimana pemasaran beranggapan bahwa konsumen harus dipengaruhi agar penjualan dapat meningkat.⁹⁶

Dari teori konsep penjualan di atas didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan saudara Erlinda Khoirunnisa selaku Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember, jika pengembangan produk dilakukan maka ada laba atau profit yang di targetkan. Penjualan meningkat maka otomatis laba atau keuntungan perusahaan juga akan meningkat. Suatu bisnis tidak akan mengembangkan produknya jika tidak ada target untuk dicapai, sebelum memproduksi suatu produk sudah semestinya melihat pangsa pasar dan target pasar yang ingin dicapai agar produknya unggul dan menarik pelanggan baru serta mempertahankan pelanggan lama, sehingga sangat mungkin akan meningkatkan penjualan perusahaan.

⁹⁶ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2008), 19-21.

Hal ini juga didukung dengan penelitian terdahulu oleh Titik Cuciana yang berjudul “Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD.Widagdo Rahayu Pacitan pada tahun 2021 Institut Agama Islam Negeri Ponorogo” memaparkan bahwa volume penjualan mengalami peningkatan atau kenaikan ketika terjadi penambahan produk lain penjualan juga terus mengalami kenaikan meskipun tidak terlalu signifikan. Berdasarkan perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa presentasi kenaikan produk dalam lima tahun terakhir (2015 s/d 2019) nampak bahwa pada tahun 2016 mengalami kenaikan sebesar 1,03% dari tahun sebelumnya. Lalu pada tahun-tahun berikutnya juga mengalami kenaikan yang cukup tinggi sampai 0,23%.

d. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran merupakan konsep yang beranggapan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada pesaing dalam menciptakan, menghantarkan, dan mengomunikasikan nilai pelanggan yang lebih baik kepada pasar sasaran yang dipilih.⁹⁷

Dari teori konsep pemasaran di atas didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama yaitu dalam mempertahankan kontak atau hubungan dengan konsumen maka distributor perusahaan

⁹⁷ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2008), 19-21.

memegang peranan penting dalam pemasaran suatu produk. Distributor yang ada di PT.TIB diantaranya CV Air, JCM (Jember City Mart), dan Bunung. Sebelum memasarkan produknya para distributor tersebut sudah ada target terlebih dahulu dari perusahaan. Jika distribusi tidak berjalan dengan baik, maka barang dari produsen tidak akan bisa sampai ke tangan konsumen yang menjadi target penjualannya. Sehingga jalur distribusi yang efektif dan sesuai dengan produknya sangat penting bagi perusahaan.

e. Konsep Pemasaran Holistik

Konsep pemasaran holistik yaitu konsep yang didasarkan atas pengembangan, desain, dan pengimplementasian program pemasaran, proses, dan aktivitas-aktivitas yang menyadari keluasan dan sifat saling ketergantungannya. Pemasaran holistik adalah suatu pendekatan yang berusaha menyadari dan mendamaikan ruang lingkup dan kompleksitas aktivitas pemasaran.⁹⁸

Dari teori konsep pemasaran holistik di atas didukung dengan hasil wawancara peneliti dengan Bapak Abdur Rochim selaku Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama, dimana disampaikan bahwa pemasaran menjadi ujung tombak di dalam suatu perusahaan. Konsep pemasaran yang dilakukan oleh suatu perusahaan menentukan seberapa jauh perusahaan tersebut semakin berkembang. Pendekatan pemasaran holistik yang dilakukan oleh PT.TIB dengan sistem bonus pengambilan

⁹⁸ Kotler, Keller, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta:Erlangga 2008), 19-21.

100 karton bonus 1karton, pada saat hari raya lebaran memberikan THR pada pelanggan, air minum dalam kemasan Al Qodiri PT.TIB juga menjadi air minum unggul bagi jamaah pengajian manaqib sehingga mudah dikenal bahkan sampai ke luar negeri, dan melalui adanya program Al Qodiri Berbagi yang merupakan kegiatan sosial.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

1. Strategi Pengembangan Produk Di Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Al Qodiri PT.Tujuh Impian Bersama Jember

Strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri di PT.Tujuh Impian Bersama Jember dilakukan dengan melakukan inovasi baru terhadap kemasan produk, mengembangkan ide, serta menjaga dan meningkatkan kualitas produk. Selain itu, juga terus mengembangkan dan meningkatkan strategi produk yang sudah ada serta menambah lini produk baru. Strategi peningkatan kualitas, strategi peningkatan keistimewaan produk, dan strategi peningkatan gaya produk, selain strategi juga ada pengembangan *second product* atau *brand* air minum dalam kemasan Jember *City* (JC). Keseluruhan hal tersebut dilakukan untuk perkembangan dan kemajuan perusahaan yang semakin pesat, produk perusahaan agar semakin dikenal oleh masyarakat luas, dan percepatan bisnis.

2. Dampak Dari Strategi Pengembangan Produk Di Perusahaan Air Minum Dalam Kemasan Al Qodiri Terhadap Peningkatan Penjualan PT.Tujuh Impian Bersama Jember

Dampak dari strategi pengembangan produk air minum dalam kemasan (AMDK) Al Qodiri PT.Tujuh Impian Bersama Jember mengalami peningkatan pada target produksi yang juga diikuti dengan peningkatan

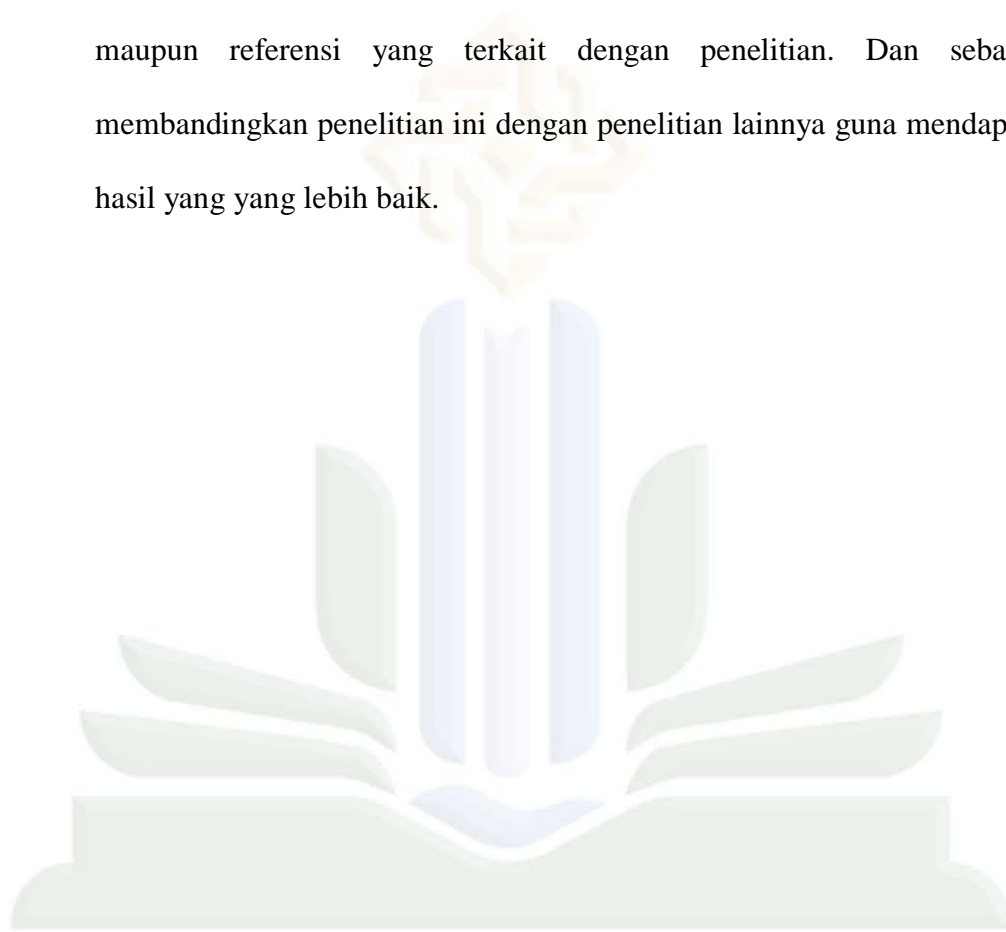
penjualan. Omset penjualan perusahaan mengalami peningkatan yang signifikan terbilang tahun 2022 sebesar Rp.154.480.568.917 dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya pada 2020 dan 2021. Dampak dari penambahan kemasan produk dan produk lain berpengaruh terhadap tingkat produksi dan penjualan produk. Konsep produksi, konsep produk, konsep penjualan, konsep pemasaran, dan konsep pemasaran holistik untuk mengukur dampak dari strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan.

B. Saran

Saran yang dituangkan hendaknya mengacu atau bersumber dari temuan penelitian, pembahasan, dan simpulan akhir hasil penelitian. Berdasarkan kesimpulan di atas, peneliti dapat memberikan saran terhadap apa yang menjadi permasalahan dalam pembahasan skripsi ini :

1. Bagi PT.Tujuh Impian Bersama Jember dalam melakukan promosi melalui sosial media agar lebih ditingkatkan, alangkah baiknya juga tersedia alat promosi melalui *market place* seperti shopee, tokopedia, dan sejenisnya. Hal tersebut dilakukan agar produk semakin dikenal oleh masyarakat luas dan memudahkan untuk menjangkau konsumen baru.
2. Dari segi pengiriman perlu ditingkatkan kembali untuk menjamin tidak terjadinya pengiriman overload ke tangan konsumen.
3. Dalam penelitian ini terdapat keterbatasan mengenai informan atau sumber data yang diperoleh. Oleh karena itu, diharapkan bagi peneliti selanjutnya bisa memperluas dalam cakupannya dan mengkaji lebih banyak sumber

maupun referensi yang terkait dengan penelitian. Dan sebaiknya membandingkan penelitian ini dengan penelitian lainnya guna mendapatkan hasil yang yang lebih baik.



UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

DAFTAR PUSTAKA

- Ayu N.P.Sc, Yuniarti. 2019. *Komunikasi Pemasaran Pada Perusahaan Air Mineral Dalam Kemasan Al Qodiri(PT.Tujuh Impian Bersama) Jember*. Skripsi, Universitas Jember.
- Craves, David. 1996. *Pemasaran Strategis*. Jakarta: Erlangga.
- Cuciana, Tutik. *Analisis Peranan Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan UD.Widagdo Rahayu Pacitan*. Skripsi, IAIN Ponorogo, 2021.
- Djamal. 2015. *Paradigma Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Farida, Leli. *Analisis Strategi Pengembangan Produk Pangan Lokal Dalam Meningkatkan Industri Kreatif Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kecamatan Bandar Sribawono Kabupaten Lampung Timur)*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, 2018.
- Fitri, Yernita. *Analisis Strategi Pengembangan Produk Funding Pada BMT Taqwa Tanjung Medan Kab.Agam*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) BukitTinggi, 2019.
- Gitosudarmo, I. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta:BPFE.
- HR, Dhesilva . *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Air Minum Dalam Kemasan Di Masa Pandemi Covid-19(CV Depra Produksi Air Minum Kemasan Di Kota Malili)*. Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Palopo, 2021.
- J. William, Stanton. 1984. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga. 2008.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran (analisis, perencanaan dan pengendalian)*, Jakarta: Erlangga.1996, Edisi ke-5 jilid-1.
- Kotler, Philip, *Manajemen Pemasaran (analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian)*, Jakarta: Erlangga, 1998, Alih bahasa oleh Drs. Jaka Wasana MSM, Edisi ke-6 Jilid-2.
- Kotler, Philip, dkk. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008, Alih bahasa oleh Bob Sabran, M.M, Eisi ke-12, Jilid 1.
- Lubis, AY. *Pengembangan Usaha*. repository.usu.ac.id.
- Lubis, Yulia Sahara. *Analisis Potensi Dan Pengembangan Produk Unggulan Di Kabupaten Padang Lawas*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, 2019.
- Moeleong , J Lexy. 1990. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.

- Novita Sari, Yeni. 2019. *Analisis Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan Di PT.Golden Leaves Jaya Abadi Kabupaten Malang Jawa Timur*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim.
- Nur, Selvia Amri. *Strategi Pemasaran Perusahaan Air Minum Kemasan PT.Karunia Tirtamas Abadi Dalam Meningkatkan Hasil Penjualan Bulanan Kabupaten Bantaeng, Provinsi Sulawesi Selatan*. Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makassar, 2021.
- Putra, Nusa. 2012. *Metode Penelitian Kualitatif Pendidikan*. Jakarta:Raja Grafindo Persada.
- Rahmah, Ulul Azmiyatur. *Strategi Promosi Dan Pengembangan Produk Kopi Mahkota Raja Blend Doa Menurut Pemasaran Perspektif Islam Di Pondok Pesantren Mukmin Mandiri Waru Sidoarjo*. Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2019.
- Rusilowati, Umi dkk. *Analisis Strategi Pengembangan Pemasaran Produk Sangdo Agriculture. Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis Kewirausahaan&Koperasi, No.1*, Universitas Pamulang, 2019.
- Sari, Lina Karlinda dkk. *Strategi Pengembangan Produk Guna Meningkatkan Penjualan(Studi Pada CV. Kajeye Food Blimbing-Malang)*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Universitas Islam Malang , 2020.
- Simamora, Henry. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional Jilid I*. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- T. Ulrich, Karl Dkk. 2001. *Perancangan Dan Pengembangan Produk*. Jakarta:Salemba Teknika.
- Tim Penyusun. 2019. *Pedoman Penulisan Karya Ilmiah*. Jember: IAIN Jember.
- Tjiptono, F Dkk. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV. Andi Offest.
- Wahyuningsih, Sri. 2013. *Metode Penelitian Studi Kasus*. Bangkalan:UTM Press.
- Wijoyo, Hadion. 2020. *Manajemen Pemasaran Di Era Globalisasi*. Jawa Tengah:CV.Pena Persada.

Website :

PT.Tujuh Impian, <https://tujuhimpian.com/tentang-kami/>

Undang-Undang :

Peraturan Menteri Republik Indonesia tentang, *Perindustrian Nomor 78 Tahun 2016.*

Standar Nasional Indonesia, *Air Minum Dalam Kemasan.*

Peraturan Menteri Perindustrian RI. *Undang-undang No.96 tahun 2011 tentang Persyaratan Teknis Industri Air Minum Dalam Kemasan.*



UIN

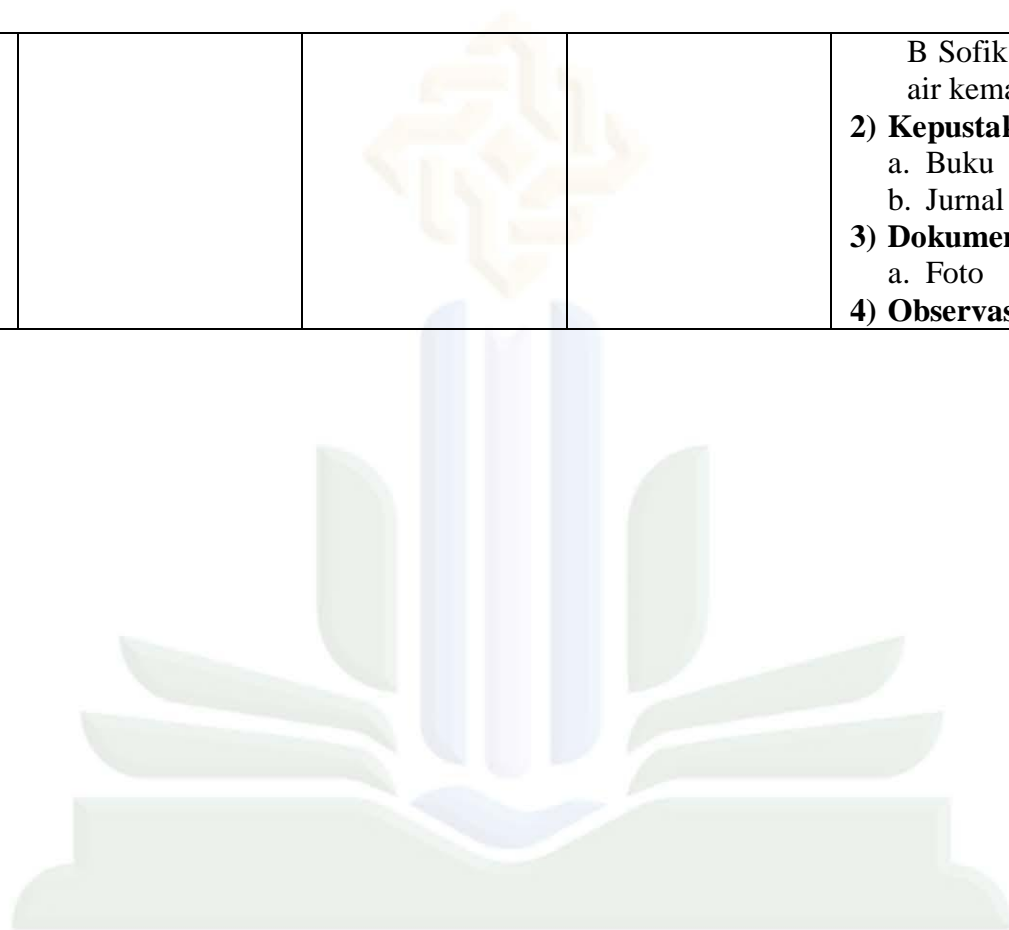
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

Matrik Penelitian

JUDUL	VARIABEL	SUB VARIABEL	INDIKATOR	SUMBER DATA	METODOLOGI PENELITIAN	FOKUS PENELITIAN
Strategi Pengembangan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Dalam Meningkatkan Penjualan Di PT.Tujuh Impian Bersama Jember	Pengembangan Produk	1. Strategi 2. Pengembangan Produk 3. Produk	1) Pengertian 1) Pengertian dan konsep 2) Strategi 1) Pengertian dan klasifikasi	1) Informan penelitian : a. Manajer Operasional PT.Tujuh Impian Bersama Jember b. HRD PT.Tujuh Impian Bersama Jember c. Divisi Quality Control PT.Tujuh Impian Bersama Jember d. Divisi Admin Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember e. Divisi Produksi PT.Tujuh Impian Bersama Jember f. Pemilik Toko Kasih yang dititipi air kemasan g. Pemilik Toko SRC	1) Pendekatan penelitian : Kualitatif 2) Jenis penelitian : Deskriptif 3) Lokasi penelitian : Jl.Cendrawasih No.9 Puring, Slawu Kecamatan Patrang Kabupaten Jember 68116. 4) Teknik pengumpulan data : a. Wawancara b. Observasi c. Dokumentasi 5) Analisis data : a. Reduksi data b. Penyajian data c. Verifikasi 6) Keabsahan data : Triangulasi sumber	1) Bagaimana strategi pengembangan produk di perusahaan air minum dalam kemasan Al-Qodiri PT.TIB Jember? 2) Bagaimana dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan di perusahaan air minum dalam kemasan Al-Qodiri PT.TIB Jember?

				<p>B Sofik yang dititipi air kemasan</p> <p>2) Kepustakaan</p> <p>a. Buku</p> <p>b. Jurnal dll</p> <p>3) Dokumen</p> <p>a. Foto</p> <p>4) Observasi</p>		
--	--	--	--	--	--	--



UIN

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Reza Resita Dewi
NIM : E20192221
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Institusi : Universitas Islam Negeri Kiai Haji Achmad Siddiq Jember

menyatakan dengan sebenarnya bahwa dalam hasil penelitian ini tidak terdapat unsur-unsur penjiplakan karya penelitian atau karya ilmiah yang pernah dilakukan atau dibuat orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari ternyata hasil penelitian ini terbukti terdapat unsur-unsur penjiplakan dan ada klaim dari pihak lain, maka saya bersedia untuk diproses sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Jember, 16 Februari 2023
Saya yang menyatakan,



Reza Resita Dewi
NIM.E20192221

PEDOMAN WAWANCARA

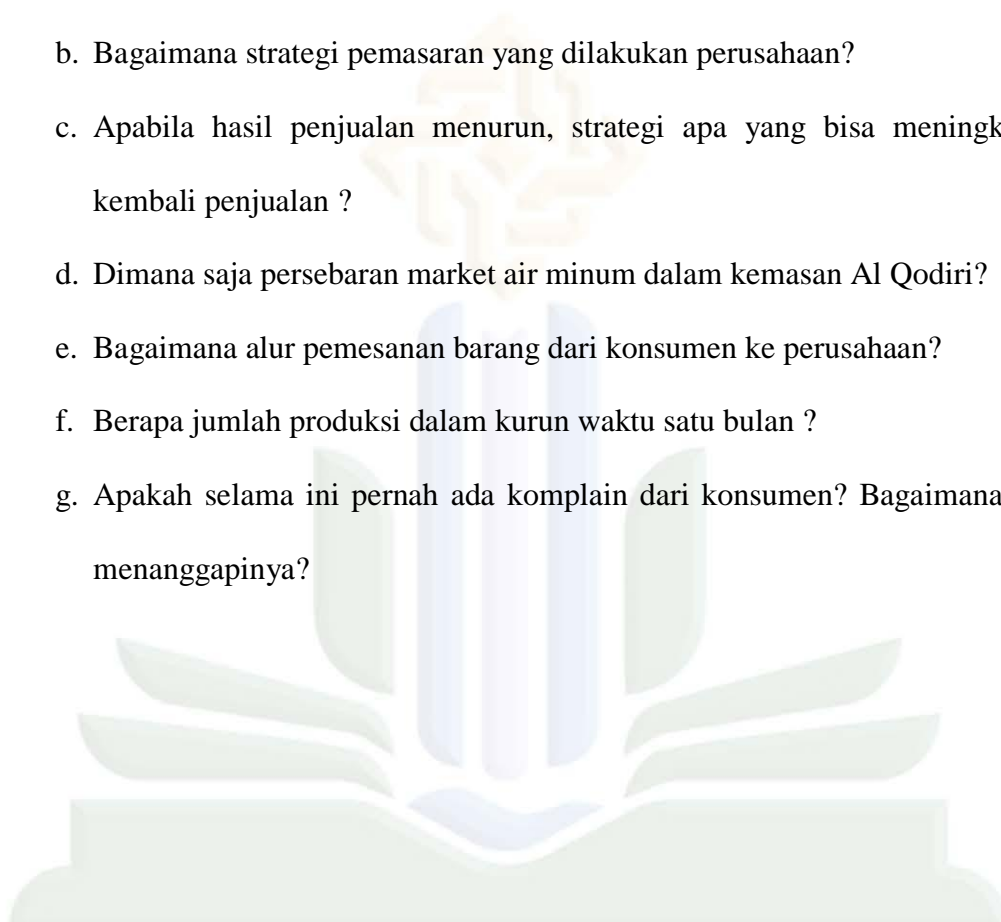
1. Fokus : Bagaimana strategi pengembangan produk di perusahaan air minum dalam kemasan Al-Qodiri PT.TIB Jember?

- a. Bagaimana strategi peningkatan kualitas yang dilakukan oleh perusahaan ?
- b. Bagaimana menjaga dan mempertahankan kualitas air minum sehingga layak dikonsumsi oleh masyarakat luas?
- c. Berapa lama masa daya tahan produk air minum disetiap kemasan?
- d. Bagaimana cara perusahaan menjaga dan meningkatkan kecepatan pelayanan kepada konsumen?
- e. Bagaimana strategi peningkatan keistimewaan produk?
- f. Apakah kualitas bahan baku yang dipakai sudah aman, sehat, dan layak untuk dikonsumsi masyarakat luas?
- g. Bagaimana strategi peningkatan gaya produk yang dilakukan oleh perusahaan?
- h. Apakah ada pengaruh dari pemilihan desain kemasan, warna kemasan terhadap lakunya produk?
- i. Bagaimana alur proses produksi air minum dalam kemasan?
- j. Apakah ada hambatan selama proses produksi air minum dalam kemasan?

2. Fokus : Bagaimana dampak dari strategi pengembangan produk terhadap peningkatan penjualan di perusahaan air minum dalam kemasan Al-Qodiri PT.TIB Jember?

- a. Apa dampak dari strategi pengembangan produk yang dilakukan oleh perusahaan?

- b. Bagaimana strategi pemasaran yang dilakukan perusahaan?
- c. Apabila hasil penjualan menurun, strategi apa yang bisa meningkatkan kembali penjualan ?
- d. Dimana saja persebaran market air minum dalam kemasan Al Qodiri?
- e. Bagaimana alur pemesanan barang dari konsumen ke perusahaan?
- f. Berapa jumlah produksi dalam kurun waktu satu bulan ?
- g. Apakah selama ini pernah ada komplain dari konsumen? Bagaimana anda menanggapinya?












UIN

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

KH ACHMAD SIDDIQ
JEMBER

JURNAL PENELITIAN

No	Hari/Tanggal	Jenis Kegiatan	Paraf
1.	Jum'at / 24 Juni 2022	Menyerahkan surat izin penelitian dan proposal permohonan penelitian	
2.	Selasa / 16 Agustus 2022	Menindak lanjuti kembali ke perusahaan di ACC atau tidaknya proposal dan surat izin penelitian	
3.	Kamis / 15 Desember 2022	Observasi awal, menceritakan garis besar penelitian, dan gambaran umum perusahaan dengan Ibu Puri selaku HRD PT.TIB Jember	
4.	Senin / 26 Desember 2022	Wawancara mengenai strategi pengembangan produk, pengendalian mutu produk, kualitas dan proses pengembangan produk dengan Ibu Erna Novi selaku divisi <i>Quality Control</i> PT.TIB Jember	
5.	Selasa / 27 Desember 2022	Wawancara mengenai peningkatan gaya produk dan hambatan selama proses produksi dengan Bapak Rahmat selaku divisi Produksi PT.TIB Jember	
6.	Jum'at / 06 Januari 2023	Wawancara mengenai dampak dari strategi pengembangan produk dan tentang produk perusahaan dengan Ibu Erlinda Khoirunnisa selaku divisi Admin Produksi PT.TIB Jember	
7.	Sabtu / 07 Januari 2023	Wawancara mengenai sejarah perusahaan dan produknya, perkembangan bisnis, strategi pemasaran, serta keseluruhan tentang perusahaan dengan Bapak Abdur Rohim selaku Manajer Operasional PT.TIB Jember	
8.	Minggu / 11 Juni 2023	Wawancara dengan Ibu Kasih selaku pemilik toko Kasih yang dititipi air minum dalam kemasan Al Qodiri	
9.	Minggu / 11 Juni 2023	Wawancara dengan Ibu Sofi selaku pemilik toko SRC B Sofik yang dititipi air minum dalam kemasan Al Qodiri	

DOKUMENTASI

Wawancara dengan Bapak Abdur Rohim (Manajer Operasional
PT.Tujuh Impian Bersama Jember)
(Tanggal 07 Januari 2023)



Wawancara dengan saudara Erlinda Khoirunnisa (Divisi Admin Produksi
PT.Tujuh Impian Bersama Jember)
(Tanggal 06 Januari 2023)



Wawancara dengan Bapak Rahmat (Divisi Produksi
PT.Tujuh Impian Bersama Jember)
(Tanggal 27 Desember 2022)



Kegiatan produksi dan packaging air minum Al Qodiri
yang dilakukan oleh karyawan PT.TIB Jember
(Tanggal 27 Desember 2022)



Tanggal : 13 Maret 2023
No : TIB/SK/2023/03/92
Perihal : Surat Pemberitahuan Selesai Penelitian
Lamp : -

Kepada Yth,
Bapak/Ibu Dekan Fakultas Ekonomi Syariah
UIN KHAS JEMBER
Di Tempat,-

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Puri Handayani
NPP : 2207255
Jabatan : HRD

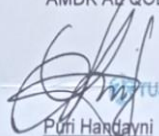
Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa:

Nama Mahasiswa : Reza Resita Dewi
NIM : **E20192221**
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syari'ah

Telah melaksanakan penelitian di PT. Tujuh Impian Bersama dengan jangka waktu selama 2 (dua) bulan, dimulai pada Awal bulan Desember s.d Akhir Januari 2023. Untuk memperoleh data guna penyusunan Tugas Akhir Skripsi dengan judul "Strategi Pengembangan Produk Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Al Qodiri Dalam Meningkatkan Penjualan Di PT. Tujuh Impian Bersama Jember Untuk inventori dan bukti mahasiswa yang tersebut diatas melakukan penyusunan Skripsi di Perusahaan PT.TIB maka kami meminta 1 bendel (buku) hasil penyusunan Skripsi yang sudah ditandatangani oleh pihak terkait.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

PT. TUJUH IMPIAN BERSAMA
AMDK AL QODIRI


Puri Handayani
HRD

PT. TUJUH IMPIAN BERSAMA Jl Cendrawasih No 9, Patrang, Jember, Jawa Timur, Indonesia. Telp/Fax 0331422777



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://febi.uinkhas.ac.id>

SURAT KETERANGAN

Kami yang bertandatangan di bawah ini, menerangkan bahwa :

Nama : Reza Resita Dewi
NIM : E20192221
Semester : VIII (Delapan)

Berdasarkan keterangan dari Dosen Pembimbing telah dinyatakan selesai bimbingan skripsi. Oleh karena itu mahasiswa tersebut diperkenankan mendaftarkan diri untuk mengikuti Ujian Skripsi.

Jember, 15 Maret 2023
Koordinator Prodi. Ekonomi Syariah,



Dr.M.F.Hidayatullah,S.H.I.,M.S.I
NIP.197608122008011015



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI KIAI HAJI ACHMAD SIDDIQ JEMBER
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Mataram No. 01 Mangli, Kaliwates, Jember, Jawa Timur. Kode Pos: 68136 Telp. (0331) 487550
 Fax (0331) 427005 e-mail: febi@uinkhas.ac.id Website: <http://uinkhas.ac.id>



SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Nomor : B-08.PS/Un.22/7.d/PP.00.9/03/2023

Bagian Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam menerangkan bahwa :

Nama : Reza Resita Dewi
 NIM : E20192221
 Program Studi : Ekonomi Syariah
 Judul : Strategi Pengembangan Produk Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Al Qodiri Di Pt.Tujuh Impian Bersama (Tib) Jember

Adalah benar-benar telah lulus pengecekan plagiasi dengan menggunakan aplikasi Turnitin, dengan tingkat kesamaan dari Naskah Publikasi Tugas Akhir pada aplikasi Turnitin kurang atau sama dengan 30%.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jember, 14 Maret 2023

An. Dekan

Kepala Bagian Akademik

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Syahid Mulyadi

BIODATA PENULIS**A. Biodata Pribadi**

1. Nama : Reza Resita Dewi
2. NIM : E20192221
3. Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 21 Maret 2001
4. Email : rezaresita34@gmail.com
5. Alamat : Dusun Suko Timur Rt.06 Rw.01 Desa Kramat
Sukoharjo Kecamatan Tanggul Kabupaten Jember
6. No.HP : 082337044695
7. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
8. Program Studi : Ekonomi Syariah

B. Riwayat Pendidikan

1. TK. Theobroma 1
2. SDN Kramat Sukoharjo 03
3. MTs Negeri 03 Jember
4. SMA Negeri 1 Tanggul
5. UIN KHAS Jember