

## ABSTRAK

Perusahaan kerupuk Jaya merupakan salah satu home industri yang memproduksi beberapa jenis kerupuk di kota Bojonegoro Jawa Timur yang ingin meningkatkan penjualan produk kerupuk seiring dengan banyak bermunculan perusahaan atau home industri serupa. Di dalam peningkatan penjualan, perusahaan menemui permasalahan dalam mengembangkan produk kerupuk sesuai dengan kebutuhan konsumen.

Oleh karena itu dibutuhkan suatu penelitian untuk mengetahui pendapat konsumen tentang hal-hal apa yang perlu dikembangkan sehingga memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen selain itu juga dapat menarik konsumen untuk membeli kerupuk Jaya. Penelitian dilakukan dengan melakukan survey awal melalui wawancara dengan pihak manajemen perusahaan maupun konsumen yang diwakili oleh 200 responden untuk mengetahui hal-hal apa yang perlu dikembangkan terhadap produk kerupuk Jaya melalui Identifikasi Kebutuhan Konsumen. Dari hasil tersebut dapat diketahui informasi tentang persepsi konsumen terhadap produk kerupuk Jaya. Persepsi ini di dapat dari hasil kuesioner yang disebarkan kepada konsumen pemakai, konsumen potensial merupakan konsumen yang belum pernah mengkonsumsi kerupuk Jaya dan distributor. Setelah kuesioner dinyatakan valid dan reliabel sebagai alat ukur kemudian dilakukan analisis lebih lanjut mengenai pendapat, keinginan dan kebutuhan konsumen dari sudut pandang konsumen yang berbeda-beda. sebagai dasar untuk merencanakan, mengembangkan, produk kerupuk Jaya (khususnya kemasan dan merk/label). Dari hasil analisis didapat hasil bahwa kemasan yang digunakan pada produk kerupuk Jaya adalah kemasan besar dengan spesifikasi ukuran 38 x 23 cm dan kemasan ukuran kecil 35 x 18 cm, dimana bahan kemasan yang dipilih adalah plastik transparan dengan ujung yang menggunakan klip agar kemasan mudah dibuka dan ditutup. Pada sisi atas kemasan terdapat lubang pegangan agar kemasan dapat dibawa, sisi depan kemasan dirancang dengan mencantumkan merk, promosi, dan jaminan bahwa produk Kerupuk Jaya tersebut halal. Untuk sisi belakang kemasan dirancang dengan mencantumkan komposisi bahan kerupuk, saran mengenai cara penyimpanan, dan tanggal kadaluwarsa. Dari hasil Perencanaan pengembangan produk tersebut serta analisis-analisis yang ada, maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi pemasaran produk kerupuk Jaya dengan tujuan untuk menarik daya beli konsumen. Strategi pemasaran itu yang disusun berdasarkan segmentasi pasar, target pasar, posisi, diferensiasi yang berhubungan dengan bauran pemasaran (*Marketing Mix*) sesuai dengan kondisi saat ini baik dalam hal pelayanan perusahaan, harga, promosi, tempat, maupun produk kerupuk Jaya tersebut

Dengan adanya informasi tersebut, maka perusahaan diharapkan dapat mencapai tujuannya, yaitu meningkatkan penjualan produk kerupuk Jaya.