MUSYTARI
ISSN : 3025-9495

Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

STRATEGI PRODUK DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN TOKO MINUMAN KOMUNAL DI UNIVERSITAS ANDALAS MELALUI OPTIMALISASI KUALITAS DAN VARIAN MENU

Febi Agustina, Cinta Putri Irawan, Firza Affri Dalius
Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Putra Indonesia "YPTK" Padang

Email: agustinafebi06@gmail.com, putriirawancinta@gmail.com ,
Ijakkariamotor12@gmail.com

ABSTRAK

Persaingan usaha toko minuman di lingkungan kampus semakin meningkat seiring berkembangnya UMKM mahasiswa. Kondisi ini menuntut pelaku usaha untuk menerapkan strategi produk yang tepat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi produk dalam meningkatkan penjualan toko minuman komunal di Universitas Andalas melalui optimalisasi kualitas produk dan pengembangan varian menu. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik observasi dan studi literatur. Hasil pembahasan menunjukkan bahwa kualitas produk yang konsisten dan variasi menu yang inovatif mampu meningkatkan kepuasan serta loyalitas konsumen. Dengan demikian, strategi produk yang berfokus pada kualitas dan variasi menu menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing toko minuman kampus.

Kata kunci: strategi produk, kualitas produk, varian menu, UMKM kampus

Article History
Received: Januari 2026
Reviewed: Januari 2026
Published: Januari 2026

Plagirism checker no 1706
Doi : prefix doi : 10.8734/musytari.v1i2.359
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di lingkungan kampus mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Salah satu bentuk UMKM yang banyak berkembang adalah toko minuman komunal yang dikelola oleh mahasiswa maupun alumni. Di Universitas Andalas, keberadaan toko minuman ini tidak hanya menjadi sarana kewirausahaan mahasiswa, tetapi juga bagian dari gaya hidup konsumtif mahasiswa.

Namun, tingginya persaingan antar pelaku usaha menuntut adanya strategi pemasaran yang tepat, khususnya strategi produk. Banyak usaha minuman yang belum mampu bertahan lama akibat kurangnya konsistensi kualitas produk dan minimnya inovasi menu. Padahal, mahasiswa sebagai konsumen utama memiliki karakteristik yang dinamis dan cenderung menyukai produk yang mengikuti tren.

Oleh karena itu, strategi produk yang menitikberatkan pada optimalisasi kualitas dan pengembangan varian menu perlu diterapkan secara berkelanjutan. Artikel ini membahas bagaimana strategi produk dapat meningkatkan penjualan toko minuman komunal di Universitas Andalas.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Manajemen, Ekonomi
Vol. 25 No. 2 Tahun 2026
Prefix DOI : 10.8734/mnmae.v1i2.359

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui observasi langsung pada toko minuman komunal di lingkungan Universitas Andalas serta studi literatur dari buku dan sumber ilmiah yang relevan. Metode ini digunakan untuk menggambarkan penerapan strategi produk dan dampaknya terhadap penjualan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa toko minuman yang menjaga kualitas rasa, kebersihan, dan penyajian produk secara konsisten memiliki tingkat kepuasan konsumen yang lebih tinggi. Konsumen cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan produk kepada teman sebayanya.

Selain itu, pengembangan varian menu juga menjadi faktor penting dalam menarik minat konsumen. Penambahan menu baru, inovasi rasa, serta tampilan produk yang menarik terbukti mampu meningkatkan daya tarik toko minuman. Strategi ini juga mendukung promosi dari mulut ke mulut yang efektif di lingkungan kampus.

KESIMPULAN

Strategi produk memiliki peranan penting dalam meningkatkan penjualan toko minuman komunal di Universitas Andalas. Optimalisasi kualitas produk dan pengembangan varian menu terbukti mampu meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen. Pelaku usaha disarankan untuk terus melakukan inovasi produk dan menjaga konsistensi kualitas guna meningkatkan daya saing usaha.

DAFTAR PUSTAKA

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson Education.
Tjiptono, F. (2017). Strategi Pemasaran. Andi Offset.