

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi inovasi dan pengembangan varian saus ayam yang diterapkan oleh Wingz O Wingz di Bandung. Penelitian ini berfokus pada bagaimana Wingz O Wingz mengembangkan produk yang sesuai dengan preferensi konsumen melalui proses inovasi yang komprehensif, mulai dari pemilihan bahan, pengembangan resep, hingga pengujian produk sebelum peluncuran. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif, dan data dikumpulkan melalui observasi, studi dokumentasi, serta wawancara mendalam.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dalam pengembangan varian saus ayam memiliki dampak signifikan dalam meningkatkan daya tarik dan penerimaan produk di pasar. Faktor-faktor seperti penggunaan bahan-bahan unik, penyesuaian resep berdasarkan tren pasar, serta strategi pemasaran yang efektif turut berperan dalam memperkuat posisi Wingz O Wingz di industri kuliner Bandung. Inovasi yang dilakukan tidak hanya memenuhi kebutuhan konsumen tetapi juga menciptakan pengalaman rasa yang unik dan memuaskan.

Selain itu, strategi inovasi yang diterapkan oleh Wingz O Wingz telah berhasil meningkatkan loyalitas pelanggan dan membuka peluang baru untuk ekspansi produk. Proses kolaboratif antara tim pengembang dan pemilik, serta keterlibatan aktif karyawan dalam pengembangan produk, menjadi kunci kesuksesan dalam menghadirkan varian saus yang berbeda dan menarik. Ekspansi gerai yang terencana dan penggunaan teknologi digital juga memperkuat upaya pemasaran dan distribusi produk.

Penelitian ini merekomendasikan pentingnya terus melakukan inovasi yang berbasis pada kebutuhan konsumen serta eksplorasi lebih lanjut terhadap pasar potensial. Dengan demikian, Wingz O Wingz dapat terus mempertahankan relevansi produk di pasar yang kompetitif dan memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan di industri makanan cepat saji.

Kata Kunci: Inovasi, Pengembangan Produk, Varian Saus Ayam, Wingz O Wingz, Pemasaran, Loyalitas Pelanggan.

ABSTRACT

This study aims to analyze the innovation strategies and development of chicken sauce variants implemented by Wingz O Wingz in Bandung. The research focuses on how Wingz O Wingz develops products that meet consumer preferences through a comprehensive innovation process, from ingredient selection, recipe development, to product testing before launch. The research method used is qualitative with a descriptive approach, and data was collected through observation, documentation studies, and in-depth interviews.

The research findings show that innovation in developing chicken sauce variants has a significant impact on increasing the product's appeal and acceptance in the market. Factors such as the use of unique ingredients, recipe adjustments based on market trends, and effective marketing strategies have strengthened Wingz O Wingz's position in the Bandung culinary industry. The innovations not only meet consumer needs but also create unique and satisfying taste experiences.

Furthermore, the innovation strategies applied by Wingz O Wingz have successfully increased customer loyalty and opened new opportunities for product expansion. Collaborative processes between the development team and owners, along with active employee involvement in product development, have been key to success in presenting different and appealing sauce variants. Planned outlet expansion and the use of digital technology also enhance marketing and distribution efforts.

This study recommends the importance of continually innovating based on consumer needs and further exploring potential markets. In this way, Wingz O Wingz can continue to maintain product relevance in a competitive market and ensure sustainable growth in the fast-food industry.

Keywords: *Innovation, Product Development, Chicken Sauce Variants, Wingz O Wingz, Marketing, Customer Loyalty.*