

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK UMKM NAJA JAYA SNACK DALAM MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Naja Jaya Snack, Kec. Welahan,
Kab.Jepara, Prov. Jawa Tengah)

Disusun Oleh :

Aditya Naja Pratama

C1190321

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Konsentrasi Manajemen Bisnis**

Pembimbing :

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M. Sc



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA
TAHUN 2023**

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Analisis Strategi Pengembangan Produk UMKM Naja Jaya Snack
Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada
Usaha Mikro Kecil Menengah Naja Jaya Snack, Kec. Welahan,
Kab.Jepara, Prov. Jawa Tengah)

Nama : Aditya Naja Pratama

NIM : C1190321

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : S-1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan mengesahkan
Pembimbing 1

Drs. H. Shofwan Azhar Solihin., M.Sc

Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi
Sarjana Manajemen

Dr. Heri Nugraha.,SE.,M.Si

Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

RIWAYAT HIDUP

ADITYA NAJA PRATAMA, lahir pada tanggal 1 Oktober 2001 di Kabupaten Jepara, Jawa Tengah. Penulis merupakan anak pertama dari tiga bersaudara pasangan bapak Sugianto dan ibu Sri Watini. Berikut adalah pendidikan yang ditempuh oleh penulis:

1. TK Nurul Ulum (Tahun 2006-2007)
2. SD Negeri 3 Welahan (Tahun 2007-2013)
3. SMP Negeri 2 Welahan (Tahun 2013-2016)
4. SMK NU MA'ARIF KUDUS (Tahun 2016-2019)

Selanjutnya pada bulan september 2019 penulis tercatat sebagai mahasiswa IKOPIN University, Program Studi S1 Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis dan sebagai salah satu mahasiswa penerima beasiswa dari PT. Sriboga Flour Mill. Adapun kegiatan kemahasiswaan yang pernah diikuti oleh penulis selama menjadi mahasiswa IKOPIN University adalah sebagai berikut :

1. Ketua Federasi Mahasiswa Sriboga (FEMASI) (2021-2022)
2. Koordinator Kominfo Labkom (2021-2022)
3. Koordinator Creative ECI (2021-2022)

ABSTRACT

Aditya Naja Pratama, 2023, Analysis of Product Development Strategies of UMKM Naja Jaya Snack in Increasing Sales Volume (Case Study at UMKM Naja Jaya Snack, which is located at Ds Welahan Rt04/RW04 Kec. Welahan, Kab. Jepara Prov. Central Java 59464). This research was conducted under the guidance of Shofwan Azhar Solihin.

UMKM Naja Jaya Snack is a business engaged in the culinary field, especially snacks. The business that was run was established in 2013 and already has a Household Industry Food Production (PIRT). The owner is a member of Kopinkra Mitra Boga Utama, which is a cooperative under PT Sriboga Flour Mill. The Naja Jaya Snack business, from its initial year of establishment until now, has never innovated its products. This is a big threat if the products offered do not change, which will result in consumers tending to get bored and switch to other products. To overcome this, Naja Jaya Snack plans to develop its products in terms of packaging and flavor variations.

The purpose of this study is to determine the process and product development strategies applied as well as the conditions of strengths, weaknesses, opportunities, and threats through the IFAS and EFAS matrices and the SWOT matrix. The methods used in this research are SWOT analysis and the product development process.

From the results of the SWOT analysis, it is known that Naja Jaya Snack is in quadrant II, which supports a diversification strategy, which is the most optimal situation for the company. So the strategy that can be carried out by Naja Jaya Snack is to add product variants that adjust consumer tastes and market desires, improve product quality and prices in the market to win the competition, utilize capital to make good products and quality raw materials, monitor global and national economic conditions to anticipate any impact caused, and maximize known brands to win competition in the market.

Keywords: Product Development, SWOT analysis, Sales Volume

ABSTRAK

Aditya Naja Pratama. 2023, Analisis Strategi Pengembangan Produk UMKM Naja Jaya Snack Dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi kasus pada UMKM Naja Jaya Snack yang beralamat di Ds Welahan Rt 04/Rw04 Kec.Welahan, Kab.Jepara Prov.Jawa Tengah 59464). Penelitian ini dibawah bimbingan oleh Shofwan Azhar Solihin

UMKM Naja Jaya Snack merupakan usaha yang bergerak di bidang kuliner khususnya Snack dan makanan ringan. Usaha yang dijalankan berdiri pada tahun 2013 dan sudah mempunyai Produksi Pangan Industri Rumah Tangga (PIRT). Pemilik merupakan anggota dari Kopinkra Mitra Boga Utama yang merupakan koperasi dibawah naungan PT Sriboga Flour Mill. Usaha Naja Jaya Snack dari tahun awal berdiri sampai sekarang belum pernah melakukan inovasi terhadap produknya, hal tersebut merupakan ancaman yang besar jika produk yang ditawarkan tidak berubah yang akan mengakibatkan konsumen cenderung akan bosan dan beralih ke produk yang lain. Untuk mengatasi hal tersebut Naja Jaya Snack berencana untuk mengembangkan produknya dari segi kemasan dan variasi rasanya.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui Proses dan strategi pengembangan produk yang diterapkan serta kondisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman melalui matrik IFAS dan EFAS dan matrik SWOT. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis SWOT dan Proses Pengembangan produk.

Dari hasil analisis SWOT diketahui untuk Naja Jaya Snack berada pada kuadran II yaitu mendukung strategi diversifikasi yang merupakan situasi yang paling optimal bagi perusahaan. Maka strategi yang dapat dilakukan oleh Naja Jaya Snack menambahkan varian produk yang menyesuaikan selera konsumen dan keinginan pasar, meningkatkan kualitas produk dan harga di pasar untuk memenangkan persaingan, memanfaatkan modal untuk membuat produk yang baik dan bahan baku yang berkualitas, memantau kondisi perekonomian global maupun nasional untuk mengantisipasi adanya dampak yang ditimbulkan, Memaksimalkan merk yang sudah dikenal guna memenangkan persaingan di pasar

Kata Kunci : Pengembangan Produk, analisis SWOT, Volume Penjualan

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah Swt , karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Produk UMKM Naja Jaya Snack Dalam Meningkatkan Volume Penjualan**” (Studi kasus pada usaha Naja Jaya Snack Kab.Jepara Jawa Tengah). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi sarjana Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis di IKOPIN University, penulis menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam menyusun skripsi ini.
2. Ir. Hj. Nanik Risnawati, M.Si selaku dosen penelaah konsentrasi yang telah memberikan masukan dan arahannya dalam penyusunan skripsi ini.
3. Drs. Sukmahadi, M.Si., Ak Selaku dosen penelaah koperasi yang sudah memberikan masukan dan arahannya.
4. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT. Sriboga Flour Mill yang merupakan pemberi beasiswa untuk berkesempatan mengikuti perkuliahan di IKOPIN University dan seluruh pihak PT. Sriboga Flour Mill yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
5. Prof Dr. Ir. Agus Pakpahan, M.S.,Ph.D selaku rektor IKOPIN University.

6. Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Dr. Ami Purnamawati, Dra., Msi selaku Kepala Prodi Studi Manajemen.
8. Bapak/Ibu dosen pengajar IKOPIN University yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan.
9. Orang tua tercinta Bapak Sugianto dan Ibu Sri Watini untuk setiap doa yang mengalir, dukungan baik moril maupun materil, kasih, cinta, motivasi yang diberikan.
10. Bapak Sugianto selaku pemilik dari Naja Jaya Snack atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan.
11. Kedua adik saya Ahmad Afif Rifqiyanto dan Muhammad Arfan Alfarizi yang telah memberikan dukungan dan doanya.
12. Terima kasih kepada Puspitaning Tiyas yang selalu mendukung, dan memberikan motivasi, menyediakan waktu serta menjadi *Support System* dalam penulisan skripsi ini.
13. Sahabat sekaligus keluarga FEMASI 2019 (Viky, Ara dan Salsa) atas bantuan, semangat, dan dukungannya selama ini, serta mahasiswa FEMASI dari angkatan 2020,2021 dan 2022 yang tak mungkin terlupakan serta FEMASI ALL yang sudah membantu dalam penulisan skripsi ini..
14. Teman seperjuangan Labkom Angkatan 2019 (Fadil, Wahyu, Salsa,Pipo, Ena,dan Alifia) yang selalu memberikan *support* serta saran selama penulisan skripsi ini.

15. Teman Kos Amanda (Dimas, Tiara, Thoriq, Daeng, Dewa, Viky, Ara, Alang dan Majid) yang selalu memberikan tawa serta tempat berbagi kritik serta saran dan bertukar pikiran.
16. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu dalam persiapan hingga terlaksananya skripsi ini. Saya ucapkan terima kasih sebesar besarnya.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya. Dan semoga Allah Swt membalas segala kebaikan saudara – saudara sekalian. Terima Kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarokatuh.

DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	12
1.3.1 Maksud Penelitian	12
1.3.2 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan Penelitian	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis	13
1.4.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN	14
2.1 Pendekatan Masalah	14
2.1.1 Manajemen Bisnis	14
2.1.2 UMKM	16
2.1.3 Siklus Kehidupan Produk (<i>Product Life Cycle</i>)	18
2.1.4 Strategi Pengembangan Produk	19
2.1.5 Proses Pengembangan Produk	21
2.1.6 Analisis SWOT	26
2.1.7 Volume Penjualan	31
2.2 Metode Penelitian	33
2.2.1 Metode Penelitian yang digunakan	33
2.2.2 Data yang diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	33
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya	36

2.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	38
2.2.5 Analisis Data.....	38
2.2.6 Tempat Penelitian	43
2.2.7 Jadwal Penelitian	43
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....	45
3.1 Keadaan Umum Usaha.....	45
3.1.1 Sejarah Usaha Naja Jaya Snack	45
3.1.2 Struktur Organisasi Usaha Naja Jaya Snack.....	46
3.1.3 Permodalan	48
3.2 Fungsi Operasional Perusahaan	49
3.2.1 Manajemen Produksi	49
3.2.2 Manajemen Pemasaran	49
3.2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia	50
3.2.4 Manajemen Keuangan	51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Profil Informan dan Responden	55
4.1.1 Profil Informan	55
4.1.3 Profil Responden.....	56
4.2 Pengembangan Produk pada Naja Jaya Snack.....	57
4.2.1 Menggali Gagasan (<i>ideas generation</i>).....	59
4.2.2 Menyaring gagasan (<i>ideas screening</i>)	59
4.2.3 Pengembangan Konsep Dan Pengujian Produk.....	60
4.2.3 Pengembangan Strategi Pemasaran	62
4.2.4 Analisis Bisnis (<i>Business Analysis</i>)	63
4.2.5 Pengembangan Produk (<i>Product Development</i>).....	90
4.2.6 Uji Pemasaran (<i>Market Testing</i>)	91
4.2.7 Komersialisasi (<i>Commercialization</i>)	91
4.3 Kekuatan, Kelemahan, Peluang dan Ancaman Naja Jaya Snack Dalam Mengembangkan Produknya	91
4.3.1 Analisis Faktor IFAS dan EFAS Usaha Naja Jaya Snack	93
4.4 Strategi Pengembangan Produk Yang Sebaiknya Dilakukan	97
4.4.1 Matriks SWOT Usaha Naja Jaya Snack	97

4.4.2 Penentuan Strategi Pengembangan Produk Naja Jaya Snack.....	103
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	105
5.1 Simpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR PUSTAKA	xvi
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

No	Judul	Hal
Tabel		
1.1	Perkembangan Penjualan pada perusahaan Naja Jaya Snack 2018-2022	6
1.2	Daftar Harga Produk Naja Jaya Snack dan Pesaing	7
2.1	Matriks SWOT	30
2.2	Operasionalisasi Variabel	34
2.3	Matriks IFAS	40
2.4	Matriks EFAS	42
3.1	Peralatan Naja Jaya Snack	48
3.2	Kriteria Rasio Rentabilitas	52
3.3	Rasio Rentabilitas Usaha Naja Jaya Snack	52
3.4	Aktiva Lancar Naja Jaya Snack	53
3.5	Total Aktiva Naja Jaya Snack	54
4.1	Karakteristik Responden Konsumen Naja Jaya Snack	56
4.2	Alamat Reseller Naja Jaya Snack	57
4.3	Penjualan Produk Dalam lima tahun	58
4.4	Kemasan Naja Jaya Snack	60
4.5	Perkiraan Permintaan Kue Tambang Per Tahun	65
4.6	Perkiraan Penjualan Kue Tambang (Rp) Per Tahun	66
4.7	Rencana Penjualan Kue Tambang Per Tahun	66

4.8	Perkiraan Permintaan Keripik Singkong Gadung (Pcs) per tahun	69
4.9	Perkiraan Penjualan Keripik Singkong (Rp) per tahun	69
4.10	Rencana Penjualan Keripik Singkong Gadung Per Tahun	70
4.11	Perkiraan Permintaan Kerupuk Bawang (Pcs) per Tahun	72
4.12	Perkiraan Penjualan Kerupuk Bawang (Rp) Per Tahun	73
4.13	Rencana Penjualan Kerupuk Bawang Per Tahun	73
4.14	Perkiraan Permintaan Makaroni (pcs) Per Tahun	75
4.15	Perkiraan Penjualan Makaroni (Rp) Per Tahun	76
4.16	Rencana Penjualan Makaroni Per Tahun	76
4.17	Aset Fisik Naja Jaya Snack	78
4.18	Estimasi Gaji Karyawan Per Bulan	78
4.19	Biaya Penyusutan Aset Per Bulan	79
4.20	Penawaran Harga Pesaing Naja Jaya Snack	80
4.21	Perhitungan Biaya Pembuatan Kue tambang , Mini, Red Velvet, Pandan dan Matcha.....	81
4.22	Perhitungan HPP pada produk Kue tambang , Mini, Red Velvet, Pandan dan Matcha Per Bulan	82
4.23	Perhitungan Jumlah Produksi Kue Tambang Kue tambang , Mini, Red Velvet, Pandan dan Matcha Per Bulan	82
4.24	Perhitungan Bahan Baku Pada Produk Keripik Singkong Gadung Manis, Pedas dan Presto	83
4.25	Perhitungan HPP Pada Produk Keripik Singkong Gadung Manis, Pedas dan Presto	84

4.26	Perhitungan Jumlah Produksi Keripik Singkong	84
4.27	Perhitungan Biaya Bahan Baku Kerupuk Bawang Wortel dan Sledri ...	85
4.28	Perhitungan HPP Produk Kerupuk Bawang	86
4.29	Perhitungan Jumlah Produk Kerupuk Bawang	87
4.30	Perhitungan Biaya Bahan Baku Makaroni Pedas, Rujak, Daun Jeruk/Bulan	87
4.31	Perhitungan HPP Produk Makaroni Pedas, Rujak, Daun Jeruk Per Bulan	88
4.32	Perhitungan Jumlah Produksi Makaroni	89
4.33	Total Pokok Penjualan dan Laba Per Bulan	89
4.34	Nama Produk Naja Jaya Snack	90
4.35	Kompetitor di Daerah Sekitar	92
4.36	Hasil IFAS Usaha Naja Jaya Snack	93
4.37	Hasil EFAS Usaha Naja Jaya Snack	95
4.38	Matriks SWOT Naja Jaya Snack	98

DAFTAR GAMBAR

No	Judul	Hal
Gambar		
1.1	Product Life Cycle Kue Tambang	7
1.2	Product Life Cycle Makaroni Asin	8
1.3	Product Life Cycle Keripik Singkong Gadung	8
1.4	Product Life Cycle Kerupuk Bawang	8
2.1	Product Life Cycle	19
2.2	Diagram Analisis SWOT	28
3.1	Struktur Organisasi Naja Jaya Snack	47
3.2	Skema Produksi Naja Jaya Snack	49
4.1	Diagram SWOT UMKM Naja Jaya Snack	97

DAFTAR LAMPIRAN

No	Judul	Hal
Lampiran		
1	Observasi	108
2	Pedoman Wawancara	110
3	Hasil Jawaban Wawancara	111
4	Pedoman Kuesioner Reseller Naja Jaya Snack	118
5	Hasil Jawaban Kuesioner	123
6	Pedoman Kuesioner SWOT Reseller	126
7	Hasil Rekap Skor Bobot dan Rating	130
8	Perhitungan Nilai Bobot dan Rating Matriks IFE dan EFE	138
9	Data Responden	142
10	Hasil Perhitungan Biaya yang dibutuhkan	143
11	Dokumentasi	147