STRATEGI PENGEMBANGAN PRODUK DALAM UPAYA MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN

(Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Wiwik Bakery, Kec.Ungaran Timur, Kab.Semarang, Jawa Tengah)

Disusun Oleh:

Adam Wihesa
C1210287

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Dosen Pembimbing 1:
Dr. M. Ardi Nupi Hasyim, SE., MAB., CFP

Dosen Pembimbing 2:
Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc

PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KOPERASI INDONESIA

2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Wiwik Bakery, Kec.Ungaran Timur, Kab.Semarang, Jawa Tengah)

Nama : Adam Wihesa

Nomor Pokok : C1210287

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Program Studi : Sarjana Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

Menyetujui dan Mengesahkan

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. M. Ardi Nupi Hasyim, SE., MAB., CFP	**Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis	Ketua Program Studi Sarjana Manajemen
Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si	**Dr, Ami Purnamawati, Dra., M.Si**

Dipindai dengan CamScanner

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan skripsi dengan judul "Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan" (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Wiwik Bakery, Kec.Ungaran Timur, Kab.Semarang, Jawa Tengah) adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Sumber informasi berasal dari atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam daftar pustaka di bagian akhir laporan akhir skripsi ini

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Universitas Koperasi Indonesia.

Jatinangor, Agustus 2025

Adam Wihesa

C1210287

IKOF University

RIWAYAT HIDUP



ADAM WIHESA, lahir pada tanggal 5 November 2002 di Kabupaten Banyuwangi, Jawa Tengah. Penulis merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari pasangan Almarhum Bapak Hery Haryono dan ibu Wiwik Rusdiana. Berikut adalah pendidikan yang telah ditempuh oleh penulis :

1. TK Angkasa Lanud Soewondo Medan (Tahun 2007-2008)
2. SDN Sidomulyo 3 (Tahun 2009-2014)
3. SMPN 02 Ungaran (Tahun 2014-2017)
4. SMAN 02 Ungaran.(Tahun 2017-2020)

Selanjutnya tahun 2021, penulis tercatat sebagai mahasiswa Universitas Koperasi Indonesia, Program Studi S1 Manajemen konsentrasi Manajemen Bisnis sekaligus menjadi salah satu penerima beasiswa dari PT. Sriboga Flour Mill. Selama menjadi mahasiswa penulis pernah mengikuti beberapa kegiatan di Universitas Koperasi Indonesia, berikut diantaranya:

1. Asisten Laboratorium Statistika sebagai Anggota Divisi SDM periode 2023-2024
2. Koordinator Umum Laboratorium Statistika periode 2024-2025

IKOPIN University

ABSTRACT

ADAM WIHESA. 2025. *Product Development Strategy in an Effort to Increase Sales Volume (Case Study on Wiwik Bakery Micro, Small, and Medium Enterprises, Ungaran Timur District, Semarang Regency). This research was directly supervised by M. Ardi Nupi Hasyim and Nurhayat Indra.*

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in Indonesia's economic growth, including Wiwik Bakery, which operates in the production of pastries and cookies. However, this MSME faces challenges such as declining sales volume and an inability to meet set sales targets. This study aims to analyze product development strategies that can increase the sales volume of Wiwik Bakery using the Business Model Canvas (BMC) approach.

The research method employed is a case study with a qualitative approach. Data was collected through interviews, observations, and questionnaires distributed to 40 customer respondents. The results indicate that Wiwik Bakery needs to focus on product development, particularly in flavor variations and packaging design, to meet customer demands for higher-quality and more visually appealing products. The BMC analysis identified weaknesses in the business model, such as a lack of product innovation and effective marketing.

Based on the analysis, the study recommends a product development strategy through stages including idea generation, idea screening, concept development and testing, marketing strategy development, business analysis, product development, market testing, and commercialization. The implementation of this strategy is expected to increase sales volume by 20% annually, with significant profit projections from products such as bolen Pastry and strudel. Additionally, improving packaging quality and diversifying flavors are expected to expand the market and strengthen Wiwik Bakery's competitiveness.

Keywords: Product Development Strategy, Sales Volume, Business Model Canvas.

IKOPIN University

ABSTRAK

ADAM WIHESA. 2025. Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan (Studi Kasus pada Usaha Mikro Kecil Menengah Wiwik Bakery, kec. Ungaran timur, Kab. Semarang), Penelitian ini dibimbing langsung oleh M. Ardi Nupi Hasyim dan Nurhayat Indra.

Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi Indonesia, termasuk UMKM Wiwik Bakery yang bergerak di bidang produksi Pastry dan kue kering. Namun, UMKM ini menghadapi tantangan berupa penurunan volume penjualan dan ketidakmampuan mencapai target penjualan yang ditetapkan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan produk yang dapat meningkatkan volume penjualan UMKM Wiwik Bakery dengan pendekatan Business Model Canvas (BMC).

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan kuesioner terhadap 40 responden pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Wiwik Bakery perlu melakukan pengembangan produk, terutama dalam hal variasi rasa dan desain kemasan, untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang menginginkan produk dengan kualitas dan tampilan yang lebih menarik. Analisis BMC mengidentifikasi kelemahan dalam model bisnis, seperti kurangnya inovasi produk dan pemasaran yang efektif.

Berdasarkan hasil analisis, direkomendasikan strategi pengembangan produk melalui tahapan ideas generation, ideas screening, concept development and testing, marketing strategy development, business analysis, product development, market testing, dan commercialization. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan volume penjualan sebesar 20% per tahun, dengan estimasi laba yang signifikan dari produk bolen Pastry dan strudell. Selain itu, peningkatan kualitas kemasan dan diversifikasi rasa diharapkan dapat memperluas pasar dan memperkuat daya saing UMKM Wiwik Bakery.

Kata Kunci: ***Strategi Pengembangan Produk, Volume Penjualan, Business Model Canvas.***

IKOPIN University

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Strategi Pengembangan Produk Dalam Upaya Meningkatkan Volume Penjualan" (Studi Kasus Pada Usaha Mikro Kecil Menengah Wiwik Bakery, Kec.Ungaran Timur, Kab.Semarang, Jawa Tengah). Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi sarjana Manajemen Konsentrasi Manajemen Bisnis di IKOPIN University, Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mama dan Almarhum Papa yang telah mendoakan dengan tulus dan iklas tanpa henti, mendukung baik moril maupun materil, serta kasih sayang sepanjang waktu. penulis menyadari bahwa dengan bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. M. Ardi Nupi Hasyim, SE., MAB., CFP selaku dosen pembimbing I yang bersedia memberi waktu, pikiran dan tenaga mengarahkan penulis dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ir. H. Nurhayat Indra, M.Sc selaku dosen pembimbing II yang bersedia memberi waktu, pikiran dan tenaga mengarahkan penulis dengan sabar dalam penyusunan skripsi ini.
3. Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku dosen penelaah koperasi yang telah memberikan masukan dan arahannya dalam penulisan skripsi ini.

4. Drs. H. Shofwan Azhar Solihin, M.sc selaku dosen penelaah konsentrasi sekaligus dosen favorit dan panutan penulis yang telah memberikan masukan dan arahannya dalam selama penulisan skripsi ini.
5. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT. Sriboga Flour Mill yang sudah memberikan program beasiswa untuk berkuliah di Universitas Koperasi Indonesia.
6. Prof Dr. Ir. Agus Pakpahan, M.S.,Ph.D selaku rektor IKOPIN University
7. Dr. Heri Nugraha, SE., M.Si selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
8. Dr. Ami Purnamawati, Dra., Msi selaku Kepala Prodi Studi Manajemen.
9. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Koperasi Indonesia yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama perkuliahan.
10. Almarhum Kedua Kakak penulis, Yusuf Wihesa dan Jacob Adjie Wihesa yang sampai akhir khayatnya selalu mendukung secara moril dan materil sehingga penulis dapat terus menjalani hidup dengan bahagia hingga hari ini.
11. Aisyah Wihesa, yang sudah menjadi adik yang baik dan nurut selama ini, banyak membanggakan penulis karena sudah meraih banyak prestasi selama ini.
12. Dara Husna Mahara, sebagai partner yang selalu menemani dalam suka dan duka dalam menjalani penulisan skripsi ini. Terima kasih atas semua dukungan yang secara tulus dan sabar diberikan kepada penulis, dan menjadi motivasi penulis untuk bangkit dari semua cobaan yang menerpa.
13. Chelsea FC,*King of London* dan *Champion of The World* sebagai Club Sepak Bola kebanggaan yang menjadi motivasi penulis.

14. 7 Deadly Sins (Tama, Kevin, Aang, Mekel, Sabun,dan Iqbal) yang menjadi sahabat yang setia menemani, bertukar pikiran, menjadi tempat bercerita, dan berbagi tawa dimasa suka maupun duka sedari SMA.
15. Bayu Fathan Faturahman dan Thoriq Syafar Albani, sebagai sahabat yang selalu memberikan semangat dan dukungan penulis selama penyusunan skripsi.
16. SIGMABOY (Bayu, Azis, Satria, Adit, Ikyy, Luki, Aci, Syahrul dan Diki) yang menjadi sahabat – sahabat yang mewarnai perkuliahan penulis.
17. Asisten Laboratorium Statistika Angkatan 2022 yang menjadi kolega sekaligus sahabat selama perkuliahan. Dan berjuang bersama selama masa – masa yang berat.
18. Keluarga FEMASI dari angkatan 2018-2024 yang saya tidak bisa sebutkan satu–persatu, sahabat sekaligus keluarga yang sudah memberikan banyak sekali dukungan selama masa perantauan penulis di Jatinangor.
19. Penghuni Kos Amanda (Thoriq, Ervin, Uzi, Bang Maul, Mas Alang, Mas Adit,Mba ara, dan Dewa) yang menjadi teman satu atap selama ini.
20. 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**
ABSTRACT ..... **ii**
ABSTRAK ..... **iii**
KATA PENGANTAR ..... **iv**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Penelitian **1**
1.2 Identifikasi Masalah **13**
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian **13**
1.3.1 Maksud Penelitian 13
1.3.2 Tujuan Penelitian 13
1.4 Kegunaan Penelitian **14**
1.4.1 Kegunaan Teoretis 14
1.4.2 Kegunaan Praktis 14

BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN **15**
2.1 Pendekatan Masalah **15**
2.1.1 Pendekatan Manajemen Bisnis 15
2.1.2 Pendekatan UMKM 17
2.1.3 Pendekatan Strategi Pengembangan Produk 19
2.1.4 Pendekatan Metode BMC 28
2.1.5 Pendekatan Volume Penjualan 40
2.1.6 Penelitian Terdahulu 42
2.1.7 Kerangka Pikir 43

2.2 Metode Penelitian 46
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan 46
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel) 46
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya 48
2.2.4 Teknik Pengumpulan Data 50
2.2.5 Analisis Data 51
2.2.6 Tempat/Lokasi Penelitian 52
2.2.7 Jadwal Penelitian 52

BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN 53
3.1 Keadaan Umum Usaha 53
3.1.1 Sejarah Usaha UMKM Wiwik Bakery 53
3.1.2 Struktur Organisasi UMKM Wiwik Bakery 54
3.1.3 Permodalan UMKM Wiwik Bakery 55
3.2 Fungsi Operasional Perusahaan 57
3.2.1 Manajemen Produksi 57
3.2.2 Manajemen Pemasaran 57
3.2.3 Manajemen Sumber Daya Manusia 58
3.2.4 Manajemen Keuangan 58

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 59
4.1 Profil informan dan responden 59
4.1.1 Profil Informan 59
4.1.2 Karakteristik Responden 59
4.2 Pengembangan Produk pada UMKM Wiwik Bakery 64
4.2.1 *Ideas Generation* 64
4.2.2 *Ideas Screening* 65
4.2.3 *Concept Development and Testing* 66
4.2.4 Pengembangan Strategi Pemasaran 69
4.2.5 *Business Analyisis* 70
4.3.6 *Product Development* 84
4.3.7 *Market Testing* 85

4.3.8 *Commercialization* 86
4.3 Analisis Model Bisnis UMKM Wiwik Bakery Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* 86
4.4 Strategi Pengembangan Produk yang Sebaiknya Dilakukan Berdasarkan BMC UMKM Wiwik Bakery 97

BAB V SIMPULAN DAN SARAN 101
5.1 Simpulan 101
5.2 Saran-saran 102

DAFTAR PUSTAKA 104
LAMPIRAN 107

IKOPIN University