

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Fokus Penelitian	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Batasan Masalah.....	10
E. Manfaat Penelitian	10
F. Penegasan Istilah.....	12
G. Sistematika Penulisan Skripsi	13

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	15
1. Pengertian UMKM.....	15
2. Azas dan Prinsip Pemberdayaan UMKM	17
3. Ciri-ciri UMKM	21
B. Pengembangan Produk	23
1. Pengertian Pengembangan Produk	23

2. Pengertian Produk Baru	28
3. Tujuan Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk Baru	29
4. Tahap-tahap Pengembangan Produk.....	30
5. Strategi Pengembangan Produk.....	36
6. Faktor-faktor yang Mendorong Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk.....	39
7. Faktor-faktor yang Menghambat Perusahaan Melakukan Pengembangan Produk.....	41
8. Menganggarkan Pengembangan Produk.....	42
C. Produk.....	43
1. Pengertian Produk.....	43
2. Klasifikasi Produk.....	44
3. Siklus Hidup Produk.....	48
D. Volume Penjualan.....	51
1. Pengertian Volume Penjualan.....	51
2. Faktor yang Mempengaruhi Volume Penjualan.....	53
3. Hubungan Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan.....	54
E. Penelitian Terdahulu.....	55
F. Kerangka Berpikir.....	62

BAB III METODELOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	63
B. Jenis Penelitian	64
C. Kehadiran Penelitian	64
D. Sumber Data.....	65
E. Teknik Pengumpulan Data.....	66
F. Instrumen Penelitian	67
G. Teknik Analisis Data.....	68
H. Pengecekan Keabsahan Data.....	70
I. Tahap-tahap Penelitian.....	72

BAB IV PAPARAN DATA DAN TEMUAN PENELITIAN

A. Paparan Data	74
B.....	Te

muan Penelitian	108
-----------------------	-----

BAB V PEMBAHASAN PENELITIAN

A. Upaya Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara"	114
B.....	S
trategi Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara".	118
C.....	F
aktor Pendorong Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara".	120
D.....	F
aktor Penghambat Pengembangan Produk dalam Meningkatkan Volume Penjualan pada Usaha Kripik Singkong Cap "Menara".	122

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	125
B. Saran	126

DAFTAR PUSTAKA	127
-----------------------------	------------

LAMPIRAN