

**INOVASI BISNIS MARTABAK SHIMA FOOD MENGGUNAKAN 10 TYPE OF INNOVATION
MELALUI CHANNEL DAN PRODUCT PERFORMANCE DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN**

SKRIPSI



Oleh:
ALWI RIZKY NUR SHAHFANI
NIM: 180304019

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2022**

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, kami dapat menyelesaikan penulisan skripsi. Tidak lupa shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang syafaatnya kita nantikan kelak.

Proposal skripsi ini dibuat untuk memenuhi persyaratan kelulusan di Program Studi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Gresik. Dalam penyusunan skripsi ini, tentu saja tidak lepas dari pengarahan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa hormat serta terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penulisan skripsi. Pihak-pihak yang berkaitan dengan laporan ini, diantaranya:

1. Bapak Dr. Eko Budi Leksono, S.T., M.T. selaku Universitas Muhammadiyah Gresik
2. Bapak Dr. Tumirin, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik
3. Bapak Aries Kurniawan, S.E., M.Hum selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Muhammadiyah Gresik.
4. Bapak Aries Kurniawan, S.E., M.Hum selaku sebagai dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan ilmu, dukungan, dan evaluasi dalam penyusunan skripsi dengan penuh kelapangan hati dan kesabaran sehingga kami dapat memahami, mengerti dan bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu
5. Kedua orang tua yang tidak henti-hentinya mendoakan dan memberikan dukungan serta motivasi secara materil dan non materil sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca guna perbaikan dalam penulisan laporan ini. Terima kasih atas segala bentuk dukungan kepada penulis. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua, khususnya bagi penulis

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Gresik, 22 Maret 2022

Alwi Rizky Nur Shahfani

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Literatur.....	6
2.1.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.1.2 Landasan Teori.....	9
2.2 Metodologi.....	24
2.3 Kerangka Berpikir.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Lokasi / Tempat Penelitian.....	27
3.3 Unit Analisis.....	27
3.4 Jenis Data.....	28
3.5 Sumber Data.....	28
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis.....	41
3.8 Uji Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN	45
4.1 Gambaran Subjek Penelitian.....	45
4.1.1 Sejarah Singkat Martabak Shima Food.....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	46
4.1.3 Lokasi Martabak Shima Food.....	47
4.1.4 Struktur Organisasi Perusahaan.....	47
4.1.5 Penjelasan Tugas dan Fungsi Struktur Organisasi.....	48
4.2 Hasil Penelitian.....	49
4.2.1 Strategi Menciptakan Added Functionality Pada Martabak Shima Food.....	49
4.2.2 Strategi Non-Traditional Channel Pada Martabak Shima Food.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	67

5.1 Kesimpulan	67
5.2 Rekomendasi	68
DAFTAR PUSTAKA	69
LAMPIRAN	73



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Business Model Canvas	16
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	25
Gambar 3.1 Teknik Analisis.....	43
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	47
Gambar 4.2 Grafik Pendapatan Martabak Shima Food.....	66



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
Tabel 3.2 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	31
Tabel 4.3 Tugas dan Fungsi Struktur	48
Tabel 4.4 Business Model Canvas Sebelum Inovasi Channel dan Performance Product.....	50
Tabel 4.5 Business Model Canvas Sesudah Inovasi Channel dan Performance Product.....	52
Tabel 4.6 Kesimpulan Pernyataan Responden pada 10 Type of Innovation	60



LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Berita Acara Bimbingan Skripsi	73
Lampiran 2 Surat Keterangan Bebas Plagiasi	73
Lampiran 3 Hasil Plagiasi	74
Lampiran 4 Dokumentasi Martabak Shima Food.....	74
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara dengan Owner Shima Food	75
Lampiran 6 Dokumentasi Wawancara dengan Pelanggan.....	75
Lampiran 7 Dokumentasi Wawancara dengan Pelanggan.....	76
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara dengan Pelanggan.....	76
Lampiran 9 Dokumentasi Wawancara dengan Karyawan	77
Lampiran 10 Dokumentasi Aplikasi Shopee Food	77
Lampiran 11 Dokumentasi Aplikasi Grab Food	78
Lampiran 12 Dokumentasi Aplikasi Go Food	78



ABSTRAK

Di Indonesia saat ini semakin maraknya masyarakat yang memulai untuk membangun bisnis kuliner. Pengusaha bergerak dalam bidang kuliner di Gresik, Jawa Timur terus berinovasi untuk mempertahankan bisnisnya di tengah persaingan yang sangat ketat. Bisnis yang menguntungkan dan banyak dibutuhkan oleh banyak orang, yaitu bisnis di bidang makanan. Bisnis kuliner sedang digemari bagi kalangan pengusaha, dari situlah persaingan yang ketat muncul. Dengan banyaknya masyarakat yang membangun bisnis makanan membuat tingkat persaingan semakin ketat. Pengusaha dihadapkan persaingan dengan bisnis yang telah lebih dulu ada dengan produk yang sama sehingga membuat pengusaha pendatang baru harus berfikir inovatif dalam menjalankan bisnis mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengamati, mengetahui dan menganalisa penerapan inovasi produk pada martabak shima. melalui *channel* dan *product performance* yang dapat meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskripsi yang berlokasi di martabak shima *Food* di jalan Kapten Darmo Sugondo Gang 12G No. 63, Desa Indro Legi, Kelurahan Indro, Kecamatan Kebomas, Kabupaten Gresik. Untuk memperoleh data penelitian ini menggunakan metode wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan metode pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa martabak Shima *Food* mampu menerapkan inovasi 10 *type of innovation*, martabak Shima *Food* telah menerapkan metode *Channel* dan *Product Performance*. Taktik *Non-traditional Channel* dengan menjual produk martabak ke media *online* agar konsumen yang belum terjangkau produk martabak bisa merasakan produk martabak sekarang dengan media *online*. Taktik *Added Functionality* menciptakan produk martabak yang berkualitas dengan bahan baku yang berkualitas juga, tetapi harga yang diberikan tetap masih bisa bersaing dengan para pesaing.

Kata kunci: inovasi produk, *Business Model Canvas*, 10 *type of innovation*, *channel*, *product performance*

