

**SKRIPSI**

**PENGEMBANGAN LINI PRODUK AKSESORIS MONGGO SILVER**

**SECARA OFFLINE DAN ONLINE**



**DAVID STEVANUS SANTOSO**

**19.D1.0162**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGEMBANGAN LINI PRODUK AKSESORIS MONGGO SILVER**

**SECARA OFFLINE DAN ONLINE**

**Diajukan dalam rangka Memenuhi**

**Salah Satu Syarat Memperoleh**

**Gelar Sarjana**



**DAVID STEVANUS SANTOSO**

**19.D1.0162**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2024**

## ABSTRAK

Tujuan pada penelitian ini adalah mengembangkan upaya pengembangan lini produk “Monggo Silver” secara online maupun offline. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Objek pada penelitian ini adalah Monggo Silver. Hasil pada penelitian ini adalah pada sisi offline, Monggo Silver memperkenalkan produk baru yang dapat diakses langsung di toko fisik mereka. Ini termasuk kalung mutiara dan kalung titanium, yang melengkapi koleksi kalung rantai, anak, manik-manik, dan bunga yang sudah ada. Anting karakter khusus untuk event seperti Natal dan Imlek menambah variasi pada koleksi anting mutiara, huggie, drop, dan stud. Di sisi online, Monggo Silver memanfaatkan platform e-commerce seperti Shopee dan Tokopedia untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Shopee difokuskan pada koleksi aksesoris perempuan seperti kalung, gelang, anting, dan liontin, sementara Tokopedia ditujukan untuk aksesoris laki-laki seperti cincin, gelang, dan jam tangan.

**Kata Kunci:** Kewirausahaan, Lini Produk, Bisnis Offline dan Online

## ABSTRACT

The aim of this research is to develop efforts to develop the "Monggo Silver" product line online and offline. The research method used is qualitative. The object of this research is Monggo Silver. The results of this research are that on the offline side, Monggo Silver introduced new products that can be accessed directly in their physical stores. These include pearl necklaces and titanium necklaces, which complement the existing collection of chain, child, beaded and floral necklaces. Special character earrings for events such as Christmas and Chinese New Year add variety to the collection of pearl, huggie, drop and stud earrings. On the online side, Monggo Silver utilizes e-commerce platforms such as Shopee and Tokopedia to reach a wider audience. Shopee is focused on a collection of women's accessories such as necklaces, bracelets, earrings and pendants, while Tokopedia is aimed at men's accessories such as rings, bracelets and watches.

Keywords: Entrepreneurship, Product Line, Offline and Online Business

