

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HAMSTORE UNTUK
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Strata 1 pada Program
Studi S1 – Kewirausahaan



Disusun oleh :

Ilham Dafa Praditama

18.92.0095

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HAMSTORE UNTUK
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ilham Dafa Praditama

18.92.0095

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada tanggal 9 Desember 2022

Dosen Pembimbing



Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

NIK. 190302303

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA HAMSTORE UNTUK
MENINGKATKAN LOYALITAS KONSUMEN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ilham Dafa Praditama

18.92.0095

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 21 Desember 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

NIK. 190302303

Reza Widhar Pahlevi, S.E, M.M

NIK. 190302587

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM

NIK. 190302308



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Bisnis

Tanggal 21 Desember 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN

PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu instansi pendidikan tinggi manapun. Dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan diterbitkan orang lain. Kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yangh terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggung jawab pribadi.

Bekasi, 04 Desember 2022



Ilham Dafa Praditama

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas limpahan berkat dan rahmat-Nya sehingga Skripsi *Business Plan* ini dapat terselesaikan dengan baik. Terimakasih juga saya haturkan kepada seluruh pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam penyusunan Skripsi ini.

Pada Skripsi *Business Plan* ini dimungkinkan masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Selain itu, juga terdapat hasil yang kurang maksimal sehingga segala bentuk kritik dan saran akan diterima dengan senang hati dan diharapkan mampu membantu dalam penulisan laporan selanjutnya agar lebih baik lagi. Semoga Skripsi *Business Plan* ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca.

Bekasi, 19 November 2022

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL.....	ix
ABSTRAK.....	ix
BAB I.....	1
MASALAH, SOLUSI, DAN PRODUK/ JASA.....	1
1.1 Permasalahan.....	2
1.2 Solusi.....	2
1.3 Produk.....	3
BAB II.....	6
SUMBER DAYA.....	6
2.1 Bahan Baku.....	6
2.2 Alat Bantu.....	7
2.3 Tim Bisnis.....	8
BAB III.....	10
PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING.....	10
3.1 Pesaing dan Produk.....	10
3.2 Keunggulan dan Kelemahan Produk Pesaing.....	11
BAB IV.....	13
TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR.....	13
4.1 Target Pelanggan.....	13

4.2	Ketersediaan Pasar.....	13
BAB V.....		15
STRATEGI PEMASARAN DAN AKUISISI PASAR		15
5.1	Strategi Pemasaran	15
5.2	Akuisisi Pasar	21
BAB VI.....		23
<i>BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)</i>		23
6.1	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	23
6.2	<i>Milestone</i>	26
6.3	Strategi Pencapaian <i>Milestone</i>	28
BAB VII.....		29
RENCANA PENGEMBANGAN		29
7.1.	Analisis SWOT.....	29
7.2.	Rencana Pengembangan Bisnis Jangka Pendek.....	30
7.3.	Rencana Pengembangan Bisnis Jangka Panjang.....	31
BAB VIII.....		33
LAPORAN KEUANGAN		33
8.1.	Laporan Keuangan.....	33
DAFTAR PUSTAKA		41
LAMPIRAN.....		42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Struktur Tim Bisnis	10
Gambar 3. 1 Positioning Map	12
Gambar 4.1 Grafik Nilai Impor Sepatu.....	13
Gambar 4. 2 Grafik Nilai Ekspor Sepatu	14
Gambar 5. 1 Struktur Tim Bisnis	16
Gambar 5. 2 Flow Process Hamstore.....	16
Gambar 5. 3 Tiktok	17
Gambar 5. 4 Shopee	18
Gambar 5. 5 Instagram.....	19
Gambar 5. 6 Stock Produk	19
Gambar 5. 7 Stock Produk	20
Gambar 5. 8 Tampilan Offline Store.....	20
Gambar 5. 9 Tampilan Display Offline Store	21

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Produk Hamstore.....	3
Tabel 1. 2 Keunggulan Produk.....	5
Tabel 2. 1 Bahan Baku.....	6
Tabel 2. 2 Alat Bantu.....	7
Tabel 2. 3 Tim Bisnis.....	8
Tabel 3. 1 Pesaing atau Kompetitor.....	10
Tabel 3. 2 Keunggulan dan Kelemahan Pesaing.....	11
Tabel 6 1 Milestone Jangka Pendek.....	26
Tabel 6 2 Milestone Jangka Panjang.....	27
Tabel 8 1 Arus Kas.....	35
Tabel 8 2 Perlengkapan.....	36
Tabel 8 3 Sponsorship.....	37
Tabel 8 4 Endorse.....	37
Tabel 8 5 Penambahan Modal.....	37
Tabel 8 6 Stock.....	37
Tabel 8 7 Pendapatan Usaha.....	37
Tabel 8 8 Laporan Perubahan Modal.....	38
Tabel 8 9 Laba Rugi.....	38
Tabel 8 10 Neraca Saldo.....	39
Tabel 8 11 Return of Investement (ROI).....	40

ABSTRAK

Hamstore merupakan salah satu UMKM yang bergerak dibidang fashion sepatu *second* (bekas) yang berada di daerah kabupaten Bekasi. Hamstore didirikan oleh anak muda asal Bekasi yang bermula dari hobi mengoleksi sepatu hingga akhirnya memutuskan membangun usaha sepatu *second* (bekas). Sepatu- sepatu yang ditawarkan merupakan sepatu branded seperti Air Force, Air Max, Vans, dan lain sebagainya. Dalam menjalankan usahanya Hamstore mengalami beberapa masalah terkait proses usaha yang dijalankan. Permasalahan tersebut dapat berdampak pada penurunan loyalitas konsumen Hamstore. Oleh karena itu, perlu dilakukan penentuan strategi mengingat pentingnya peran loyalitas pelanggan dalam mendukung keberhasilan dan kelangsungan hidup usaha Hamstore.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi baik jangka panjang dan jangka pendek berdasarkan analisis SWOT untuk meningkatkan loyalitas konsumen agar dapat bersaing dengan pelaku usaha lainnya.

Berdasarkan hasil analisis SWOT maka strategi yang dapat dilakukan berupa memaksimalkan promosi dan pemasaran baik itu melalui media sosial, *market place* maupun media lainnya, memperbaiki kekurangan dalam pembuatan konten foto maupun video produk, menambah varian produk baru yang disesuaikan dengan permintaan dan *trend* pasar, menjalin kerjasama dengan investor, dan membuka cabang *offline store* di kota Yogyakarta.

Kata Kunci: *SWOT, Strategi, Loyalitas, Konsumen.*

ABSTRACT

Hamstore is one of the Small and Medium Enterprise (SME) engaged in second-hand fashion shoes Bekasi. Hamstore was founded by a young man from Bekasi who started as a hobby of collecting shoes and decided to build a second-hand shoes business. The shoes offered are branded such as Air Force, Air Max, Vans, and so on. In carrying out its business, Hamstore experienced several problems related to the business processes it carried out. These problems can have an impact on decreasing Hamstore consumer loyalty. Therefore, it is necessary to determine a strategy considering the important role of customer loyalty in supporting the success and survival of Hamstore's business.

This study aims to determine both long-term and short-term strategies based on SWOT analysis to increase consumer loyalty so that they can compete with other business actors.

Based on the results of the SWOT analysis, strategies that can be implemented include maximizing promotion and marketing through social media, market places and other media, correcting deficiencies in creating product photo and video content, adding new product variants that are tailored to market demands and trends, establishing cooperation with investors, and opened an offline store branch in the city of Yogyakarta.

Keyword : *SWOT, Strategic, Loyalty, Customer*