

SKRIPSI
ANALISA PENERAPAN BAURAN PEMASARAN
PADA PERUSAHAAN KOEBAWA

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar
Sarjana Strata Satu (S1)



disusun oleh
Nisa Hanifah
17.92.0026

Dosen Pembimbing:
Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si.

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2021

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**ANALISA PENERAPAN BAURAN PEMASARAN
PADA PERUSAHAAN KOEBAWA**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana Strata Satu
(S1) pada program Studi Kewirausahaan
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh

Nisa Hanifah

17.92.0026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si.

NIK. 190302303

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial

Ketua Program Studi Akuntansi

Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom
NIK. 190302125

Suyatmi, S.E., M.M
NIK. 190302019

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Mahasiswa : Nisa Hanifah
NIM : 17.92.0026
Program Studi : S1 Kewirausahaan
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Sosial
Universitas : Universitas Amikom Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini merupakan karya ilmiah asli, bukan plagiasi dari karya orang lain. Apabila pernyataan ini tidak benar dan ditemukan plagiasi pada karya lain maka saya bersedia menerima sanksi yang telah ditentukan oleh Universitas. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat dipertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 19 Maret 2021



Nisa Hanifah
NIM. 17.92.0026

KATA PENGANTAR

Puji syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT telah memberikan segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan karya tulis skripsi berjudul “*Analisa Penerapan Bauran Pemasaran pada Perusahaan Koebawa*” dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa proses penulisan skripsi ini tidaklah mudah dan ada banyak kendala di dalamnya, tetapi bantuan, bimbingan, kerjasama, dan doa dari berbagai pihak menjadi fondasi kuat untuk terus maju hingga segala hambatan dapat terlewati. Tidak dipungkiri pula bahwa terselesaikannya skripsi ini adalah awal dari proses yang lebih panjang untuk ke depannya. Untuk itu penulis menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M. Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial
3. Suyatmi, S.E., M.M selaku ketua Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta membantu dalam terlaksanakannya penulisan skripsi ini hingga selesai.
4. Tanti Prita Hapsari, SE, MSi. selaku pembimbing yang telah dengan sabar, tekun, tulus dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada penulis selama penyusunan skripsi.

5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberi bekal ilmu pengetahuan di bangku kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Rekan-rekan Mahasiswa Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang bersama-sama telah berbagi waktu dan kesempatan untuk bekerja bersama sehingga menjadi bekal selama mengikuti perkuliahan maupun dalam penulisan skripsi ini.
7. Pat Nugraha dan Neneng Ratna Suminar selaku orang tua, kakak dan adik penulis yang banyak memberikan dukungan moril, material, arahan, dan selalu mendoakan keberhasilan dan kelancaran selama menempuh pendidikan.
8. Sahabat-sahabat yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan skripsi hingga tahap terakhir.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari masih banyak terdapat kekurangan, sehingga penulis mengharapkan adanya saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Yogyakarta, 19 Maret 2021

Nisa Hanifah

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN	xi
BAB I MASALAH, SOLUSI DAN PRODUK/JASA	1
1.1 Permasalahn.....	1
1.2 Solusi	3
1.3 Produk/Jasa.....	3
BAB II SUMBER DAYA	9
2.1 Bahan Baku	9
2.2 Alat Bantu.....	10
2.3 Tim Bisnis	11
BAB III PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING	14
3.1 Pesaing Produk/Jasa	14
3.2 Keunggulan Produk/Jasa	15
BAB IV TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR.....	16
4.1 Target Pelanggan	16

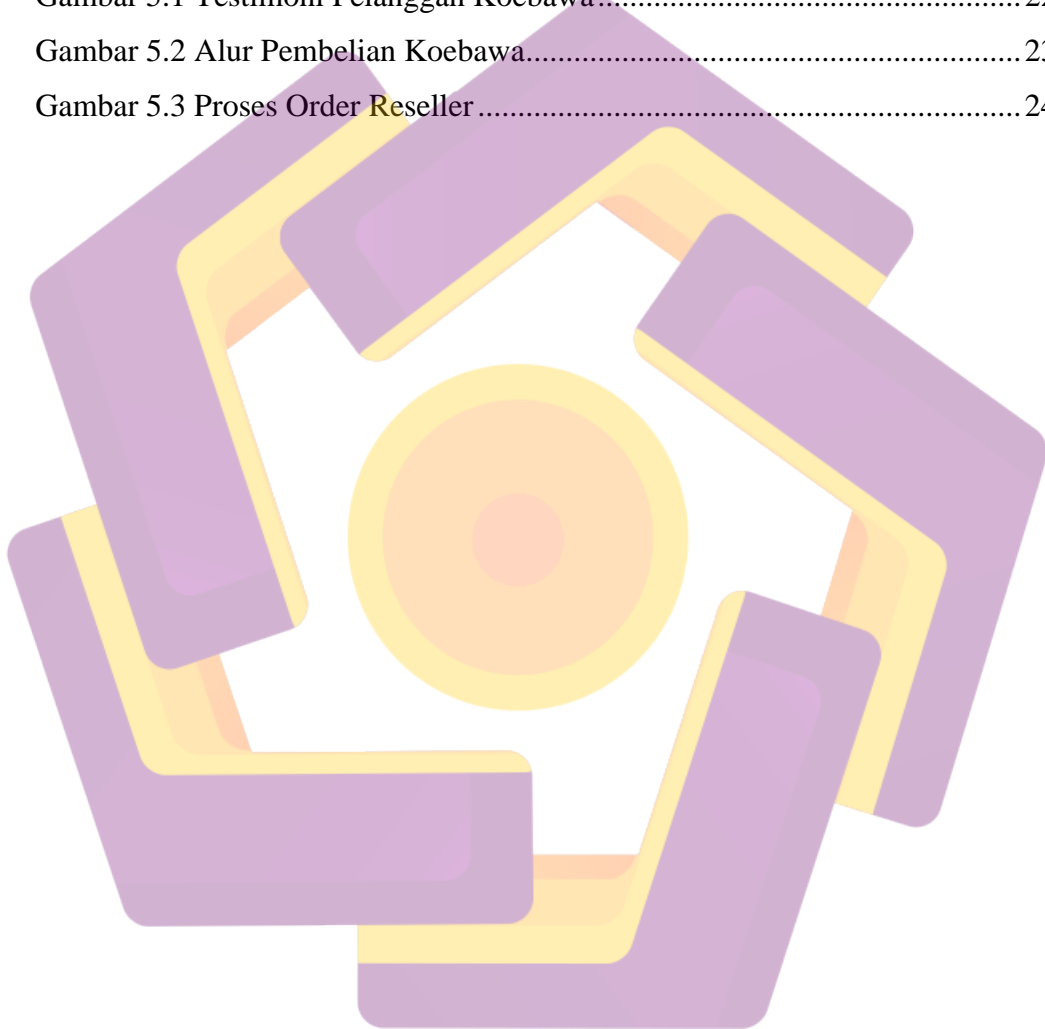
4.2 Ketersediaan Pasar	16
BAB V STRATEGI PASAR DAN AKUISISI PASAR.....	17
5.1 Strategi Pasar	17
5.2 Akuisisi Pasar	24
BAB VI BUSINESS MODEL.....	25
6.1 Bisnis Model Canvas.....	25
6.2 Milestone	26
6.3 Strategi Pencapaian Milestone	27
BAB VII RENCANA PENGEMBANGAN.....	29
7.1 Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan	29
7.2 Rencana Pengembangan Bisnis 1Tahun Kedepan	29
BAB VIII LAPORAN KEUANGAN, PROYEKSI KEUANGAN DAN KEBUTUHAN DANA PENGEMBANGAN.....	31
8.1 Laporan Keuangan (Laba Rugi dan Neraca)	31
8.2 Proyeksi Keuangan	33
8.3 Kebutuhan Dana Pengembangan	35
REFERENSI	36
LAMPIRAN-LAMPIRAN	37

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Produk Koebawa.....	4
Tabel 2.1 Alat Bantu	10
Tabel 2.2 Tim Koebawa.....	12
Tabel 3.1 SWOT Koebawa	14
Tabel 4.1 Pasar Sasaran.....	16
Tabel 5.1 Produk Koebawa.....	17
Tabel 5.3 Produk dan Harga Koebawa	20
Tabel 6.1 Bisnis Model Canvas	25
Tabel 6.2 Milestone.....	26
Tabel 7.1 Rencana Pengembangan 3 Bulan Kedepan.....	29
Tabel 7.2 Rencana Pengembangan 1 Tahun Kedepan.....	29
Tabel 8.1 Laba Rugi Bulan Agustus	31
Tabel 8.2 Laba Rugi Bulan September	31
Tabel 8.3 Laba Rugi Bulan Oktober	32
Tabel 8.4 Laba Rugi Bulan November	32
Tabel 8.5 Laba Rugi Bulan Desember	32
Tabel 8.6 Laba Rugi Bulan Januari.....	33
Tabel 8.7 Laporan Neraca.....	33
Tabel 8.8 Proyeksi Keuangan	34
Tabel 8.9 Analisis Profit 3 Tahun Ke depan	35
Tabel 8.10 Kebutuhan Dana Pengembangan	35

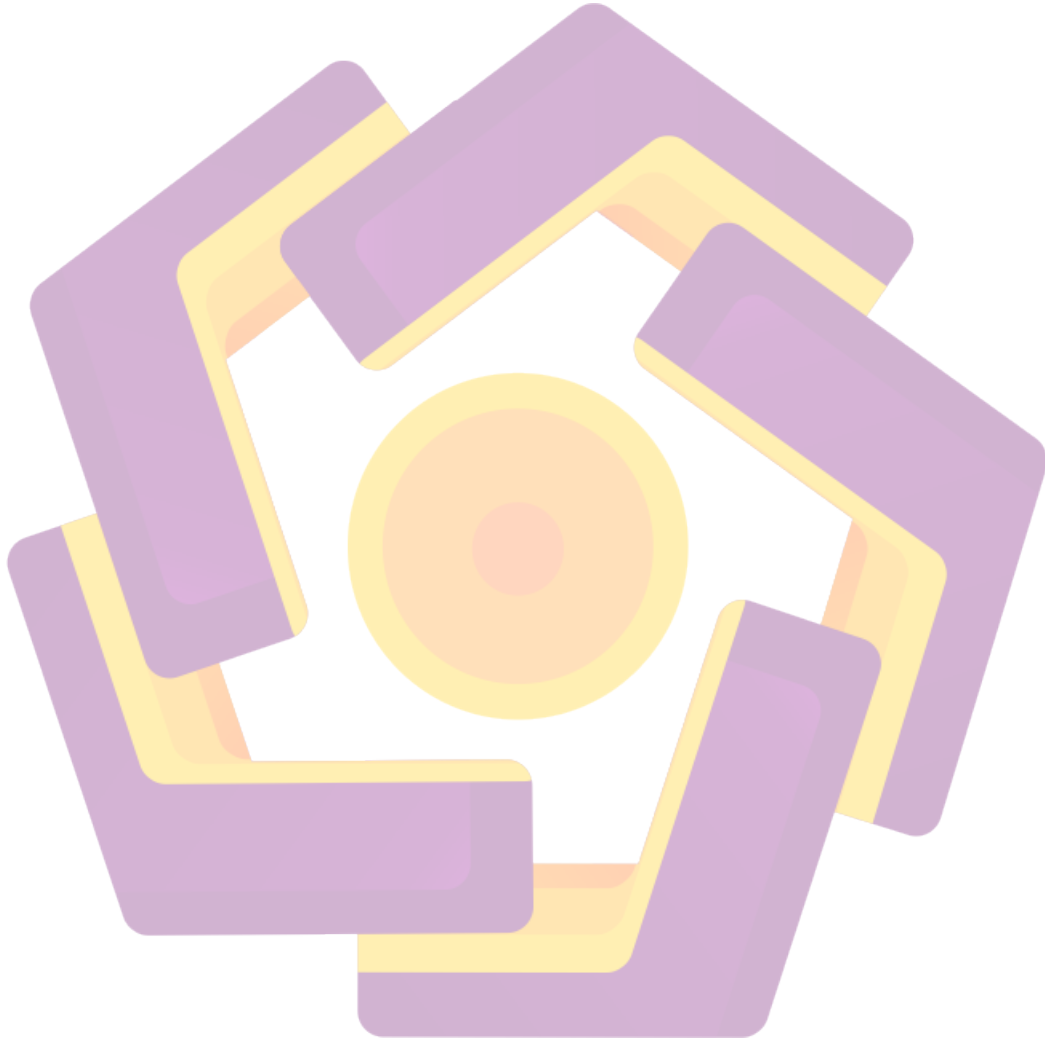
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Perbandingan Nikah dan Cerai.....	1
Gambar 2.1 Tim Bisnis Koebawa	11
Gambar 3.1 <i>Positioning Maps</i>	14
Gambar 5.1 Testimoni Pelanggan Koebawa.....	22
Gambar 5.2 Alur Pembelian Koebawa.....	23
Gambar 5.3 Proses Order Reseller	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Foto-foto Dokumentasi	37
Lampiran II Organisasi, CV Tim dan Dosen Pendamping	43



RINGKASAN

Berdasarkan hasil survey yang dilakukan oleh Koebawa dapat diketahui bahwa undangan konvensional yang ada di pasaran saat ini masih memiliki beberapa kekurangan. Oleh karena itu, Koebawa hadir untuk memberikan solusi terhadap masalah tersebut. Koebawa merupakan perusahaan yang menghasilkan undangan digital dan berlokasi di Yogyakarta.

Koebawa menawarkan produk undangan digital dengan desain yang elegan dan animasi yang sangat rapi sehingga membuat undangan tersebut terlihat lebih menarik dan memberikan kesan mewah. Produk undangan digital ini merupakan produk yang ramah lingkungan karena dapat mengurangi penggunaan kertas, sehingga dapat membantu dalam mengurangi pemanasan global.

Target pasar Koebawa adalah masyarakat Indonesia berusia 20–29 tahun yang berencana untuk menikah, masyarakat yang gemar menggunakan sosial media dan pernah berbelanja melalui *online shop*. Koebawa memiliki 5 model undangan yang terdiri dari Koebawa Silver, Premium, Story, Statis dan Custom. Harga yang dipasang mulai dari Rp. 59.000, - sampai dengan Rp. 300.000, -.

Koebawa melakukan promosi dengan memanfaatkan media digital seperti instagram sebagai media untuk untuk menjual produknya, instagram ads & facebook ads sebagai *tool* yang dapat menunjang promosi. Hasil proyeksi keuangan yang dilakukan, menunjukkan bahwa pendapatan dan keuntungan Koebawa selama 3 tahun kedepan cenderung mengalami peningkatan sehingga bisnis undangan digital ini merupakan bisnis yang potensial untuk dikembangkan.