

SKEMA ENTREPRENEUR - BUSINESS PLAN
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CV. YCA INDONESIA

SKRIPSI



Disusun oleh
Rahayu Dewi Kurnianingsih
17.92.0042

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023

SKEMA ENTREPRENEUR - BUSINESS PLAN
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CV. YCA INDONESIA
SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Kewirausahaan



Disusun oleh
Rahayu Dewi Kurnianingsih
17.92.0042

PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2023

PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CV. YCA INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

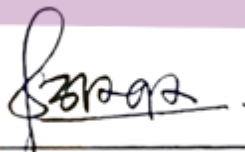
Rahayu Dewi Kurnianingsih

17.92.0042

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 22 Mei 2023

Dosen Pembimbing,



Suvatmi, S.E.,M.M.

NIK.190302019

PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA CV. YCA INDONESIA

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Rahayu Dewi Kurnianingsih

17.92.0042

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 25 Agustus 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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

Tanti Prita Hapsari, S.E., M.Si
NIK. 190302303

Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M
NIK. 190302587



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan (S.Bns.)
Tanggal 31 Maret 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 23 Agustus 2022



Rahayu Dewi Kurnianingsih

NIM. 17.92.0042

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, rahmat, serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melakukan dan menyelesaikan penelitian skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Suyatmi, S.E.,M.M. selaku Direktur Kemahasiswaan, Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Bapak Yusuf Amri Amrullah,S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Laksmindra Saptyawati,S.E.,M.BA dan Ibu Tanti Prita Hapsari,S.E.,M.Si. selaku dosen prodi Kewirausahaan.
6. Bapak Suminto dan Ibu Winarti selaku orangtua penulis.
7. Seluruh kerabat, saudara, dan rekan-rekan yang mendukung terselesaikannya skripsi ini.

Yogyakarta, Agustus 2022

(Rahayu Dewi Kurnianingsih)

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	2
BAB II MASALAH, SOLUSI, PRODUK JASA DAN HASIL SEBELUMNYA	3
2.1 Permasalahan	3
2.2 Solusi	3
2.3 Produk Jasa	4
2.4 Hasil Sebelumnya	6
BAB III SUMBER DAYA.....	7
3.1 Bahan Baku	7
3.2 Alat Bantu.....	7
3.3 Tim Bisnis	8
3.4 Struktur Organisasi.....	9
BAB IV PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING	10
4.1 Pesaing Produk Jasa	10
4.2 Keunggulan Produk Jasa Pesaing.....	12
BAB V TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR	15
5.1 Target Pelanggan	15

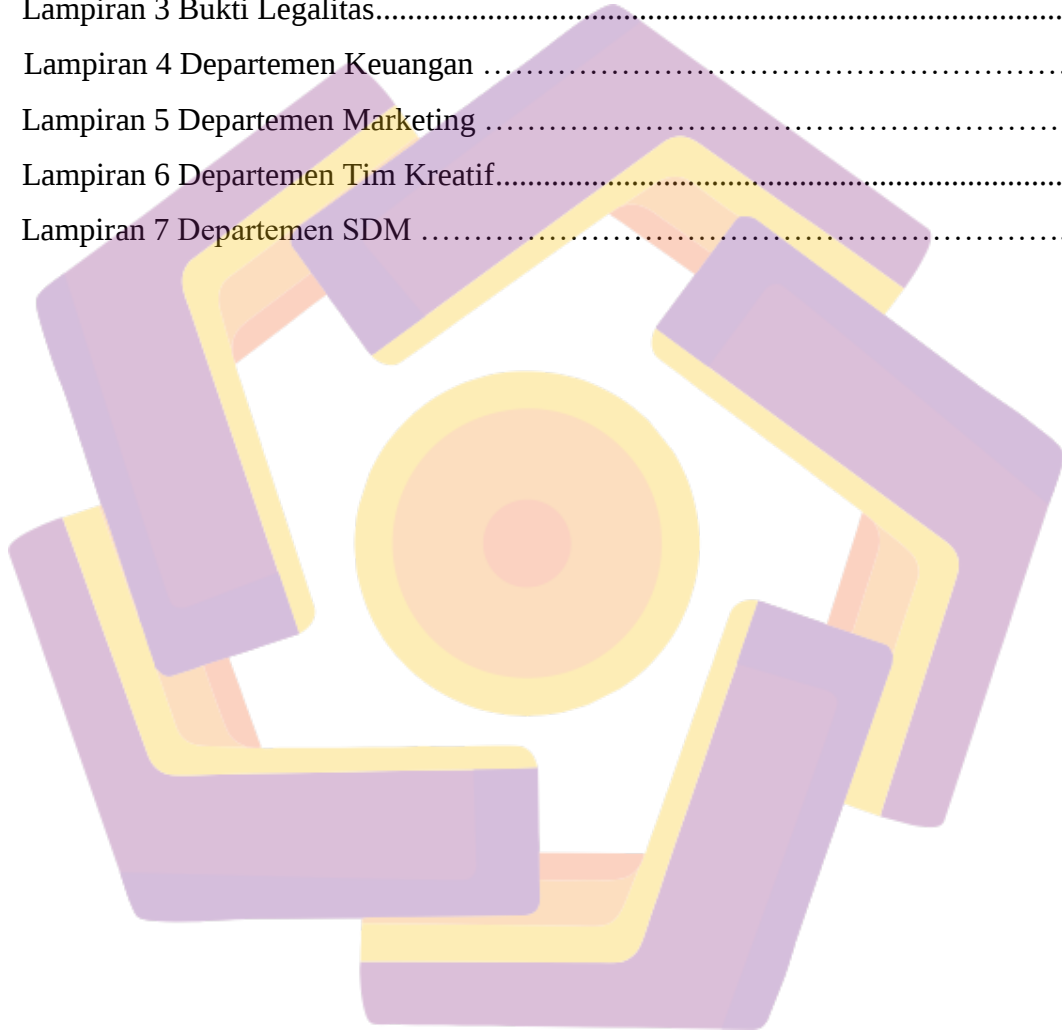
5.2 Ketersediaan Pasar	15
BAB VI STRATEGI PEMASARAN DAN AKUISISI PASAR.....	17
6.1 Strategi Pemasaran	17
6.1.1 Analisis 9P	18
6.1.2 Akuisisi Pasar.....	22
BAB VII BUSINESS MODEL	24
7.1 Bisnis Model Canvas	24
7.2 Milestone	26
7.3 Strategi Pencapaian Milestone	27
BAB VIII RENCANA PENGEMBANGAN.....	29
8.1 Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan ke Depan	29
8.2 Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun ke Depan	33
BAB IX LAPORAN KEUANGAN, PROYEKSI KEUANGAN, DAN KEBUTUHAN DANA PENGEMBANGAN.....	35
9.1. Laporan Keuangan	35
9.2 Analisis BEP.....	38
9.3 Analisis ROI.....	38
9.4 Proyeksi Keuangan.....	39
9.5 Rencana Pengembangan.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	42

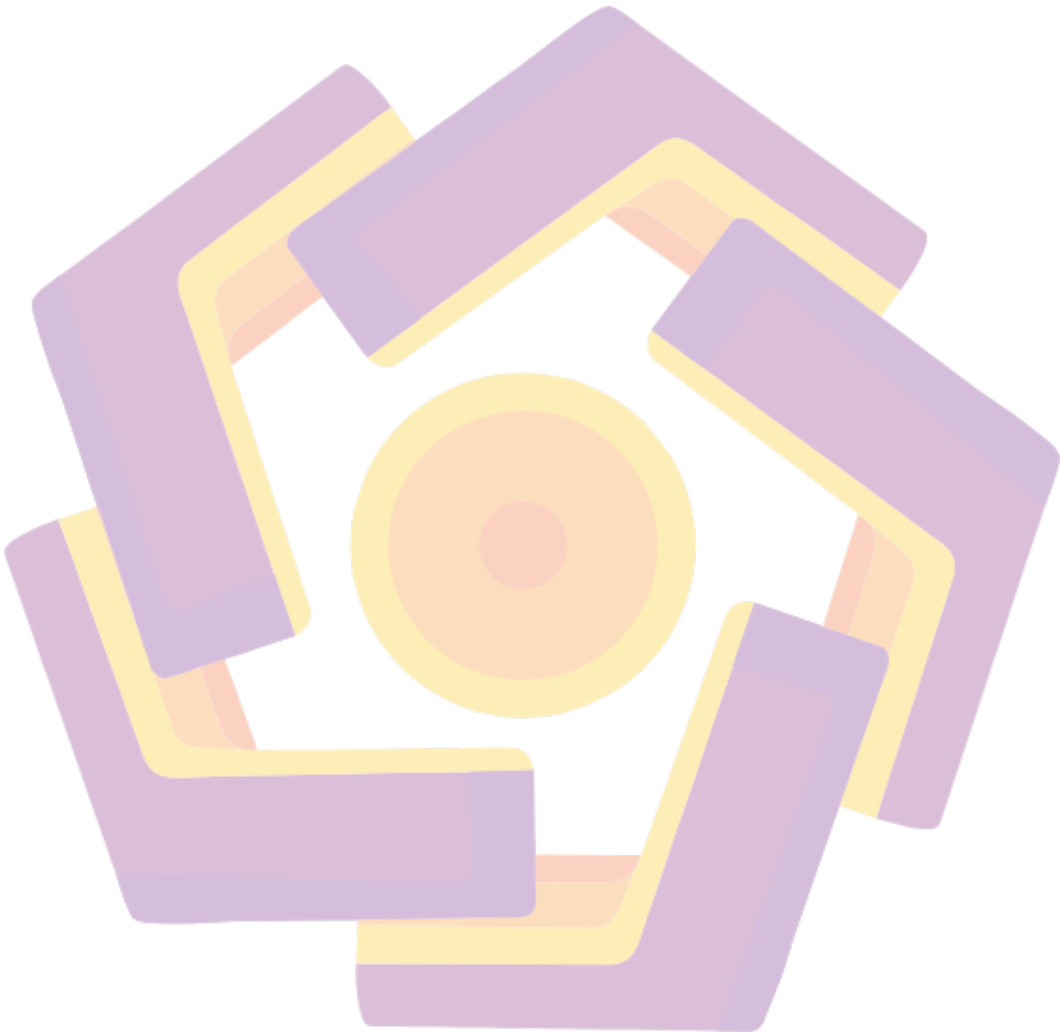
DAFTAR TABEL

4.1.1. Tabel Perbandingan antara YCA dan Pesaing Yogyakarta.....	10
4.1.2. Tabel Perbandingan antara YCA dan Pesaing Daring	12
4.2.1. Prospek Perkembangan dalam Analisa SWOT.....	14
7.2.1. Milestone 1 tahun ke depan.....	27
8.1.1. Rencana pengembangan 3 bulan ke depan	29
8.2.1. Rencana pengembangan 1 tahun ke depan	33
9.1.1. Laporan Keuangan 2019-2022.....	35
9.1.2. Laporan Keuangan Januari-Maret 2022.....	38
9.1.3. Laporan Keuangan April-Juni 2022.....	38
9.1.4. Laporan Keuangan Juli 2022.....	39
9.2.1. Proyeksi Keuangan.....	40
9.3.1. Rencana Dana Pengembangan.....	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Departemen Produksi	42
Lampiran 2 Teknologi YCA (aplikasi, sistem pakar, dan <i>hardware</i>).....	45
Lampiran 3 Bukti Legalitas.....	48
Lampiran 4 Departemen Keuangan	53
Lampiran 5 Departemen Marketing	57
Lampiran 6 Departemen Tim Kreatif.....	60
Lampiran 7 Departemen SDM	61





INTISARI

Skripsi ini berisi mengenai strategi pengembangan usaha CV. YCA Indonesia, yaitu sebuah lembaga pelatihan menggunakan metode NLP (Neuro-Linguistic Programming) sebagai solusi dalam meningkatkan kemampuan berkomunikasi mahasiswa dengan sistem kaderisasi yang berkelanjutan. NLP adalah sebuah pendekatan komunikasi, pengembangan pribadi, dan psikoterapi yang mempelajari struktur internal seseorang dan bagaimana struktur tersebut dapat didesain untuk tujuan yang bermanfaat bagi orang tersebut.

Permasalahan yang ingin dibahas yaitu perusahaan belum mampu memaksimalkan strategi untuk mengembangkan sistem bisnis secara nasional hingga internasional. Sehingga, penulis membantu membuat strategi perusahaan untuk meningkatkan sistem bisnis yang terkaderisasi agar dapat berkelanjutan baik secara daring maupun luring. Solusi yang diberikan adalah perusahaan menyediakan jasa pelatihan komunikasi di depan umum serta leadership dengan fokus ke penerapan praktik hingga 70% dibantu dengan penggunaan teknologi seperti aplikasi maupun dalam bentuk hardware yang dapat dihubungkan dengan software yang dapat dilihat hasilnya pada smartphone. Untuk produk utamanya yaitu kelas public speaking, sedangkan kelas pendukung lainnya seperti kelas leadership, negosiasi, manajemen tim, presentasi, dan pelatihan untuk organisasi. Untuk tim bisnis lembaga terbagi menjadi 6 bagian meliputi tim manajerial, admin&keuangan, human resources, tim marketing, tim trainer, dan riset development. Untuk target pelanggan YCA yaitu mahasiswa usia 18-23 tahun dengan target primer Kota Yogyakarta dan target sekunder yaitu 5 kota besar di Indonesia, yang mana memiliki psikologi behaviour anak-anak muda yang ingin menjadi public speaker, mahasiswa yang ingin mengekspresikan dirinya, dan profesional muda yang ingin mengembangkan potensi dirinya melalui kemampuan komunikasi. Untuk meningkatkan pemasaran, YCA Indonesia bekerjasama dengan banyak partner baik dari segi produksi (training kit) maupun pemasaran (bekerjasama dengan lembaga public speaking internasional). Selain itu, YCA mengajak kerjasama untuk menambah pendapatan melalui penjualan kelas secara online dalam bentuk video pembelajaran dan aplikasi tambahan.

Dalam jangka panjang, YCA Indonesia ingin menjadi lembaga komunikasi internasional yang dapat membantu segmentasi pasar untuk mengembangkan diri dan menambah program pengembangan alumni agar semakin banyak alumni yang dapat meningkatkan nilai dalam diri mereka.

Kata kunci : pelatihan komunikasi, strategi pengembangan bisnis, Neuro Linguistic Programming, bisnis model canvas.

ABSTRACT

This proposal contains the business development strategy of CV. YCA Indonesia, a training institute, uses the NLP (Neuro-Linguistic Programming) method as a solution to improve students' communication skills with a sustainable regeneration system. NLP is an approach to communication, personal development, and psychotherapy that studies the internal structure of a person and how that structure can be designed for purposes that benefit that person. The problem to be discussed is that the company has not been able to maximize its strategy to develop business systems nationally to internationally. Thus, the author helps create a company strategy to improve a regeneration business system so that it can be sustainable both online and offline.

The solution provided is that the company provides public communication and leadership training services with a focus on practical application of up to 70% assisted by the use of technology such as applications or in the form of hardware that can be connected to software that can see the results on a smartphone. The main product is public speaking class, while other support classes include leadership, negotiation, team management, presentations, and training for organizations. For the institution's business team, it is divided into 6 sections covering managerial, admin & finance teams, human resources, marketing teams, trainer teams, and development research. For YCA's target customers, namely students aged 18-23 years old with the primary target being the City of Yogyakarta and the secondary target, namely 5 big cities in Indonesia, which have a behavioral psychology of young people who want to become public speakers, students who want to express themselves, and young professionals who want to develop their potential through communication skills. To improve marketing, YCA Indonesia collaborates with many partners both in terms of production (training kits) and marketing (in collaboration with international public speaking institutions). In addition, YCA invites collaboration to increase income through online class sales in the form of learning videos and additional applications.

In the long term, YCA Indonesia wants to become an international communication institution that can help market segmentation to develop themselves and add alumni development programs so that more alumni can increase their value.

Keywords : communication training, business development strategy, Neuro Linguistic Programming, business model canvas.