

ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA FASHIROE

SKRIPSI



disusun oleh

Dwi Cahyo Prabowo

17.92.0001

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

2022

ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA FASHIROE

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Dwi Cahyo Prabowo

17.92.0001

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

2022

PERSETUJUAN

SKRIPSI

ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA FASHIROE

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Cahyo Prabowo

17.92.0001

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada tanggal 18 Maret 2021

Dosen Pembimbing,



Laksmindra Saptyawati, SE., M.B.A.

NIK. 190302334

PENGESAHAN

SKRIPSI

ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA FASHIROE

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dwi Cahyo Prabowo

17.92.0001

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 23 Februari 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM

NIK. 190302308

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI

NIK. 190302303

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk
memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan

Tanggal 23 Februari 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

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

NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah 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 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 Februari 2022



Dwi Cahyo Prabowo

NIM. 17.92.0001

DAFTAR ISI

COVER	i
LEMBAR JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBARAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
RINGKASAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	2
BAB II MASALAH, SOLUSI, DAN PRODUK/JASA	3
2.1. Permasalahn	3
2.2. Solusi	3
2.3. Produk/Jasa	3
BAB III SUMBER DAYA	10
3.1. Bahan Baku	10
3.2. Alat Bantu	10
BAB IV PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING	15
4.1. Pesaing Produk/Jasa	15
4.2. Keunggulan Produk/Jasa Pesaing	18

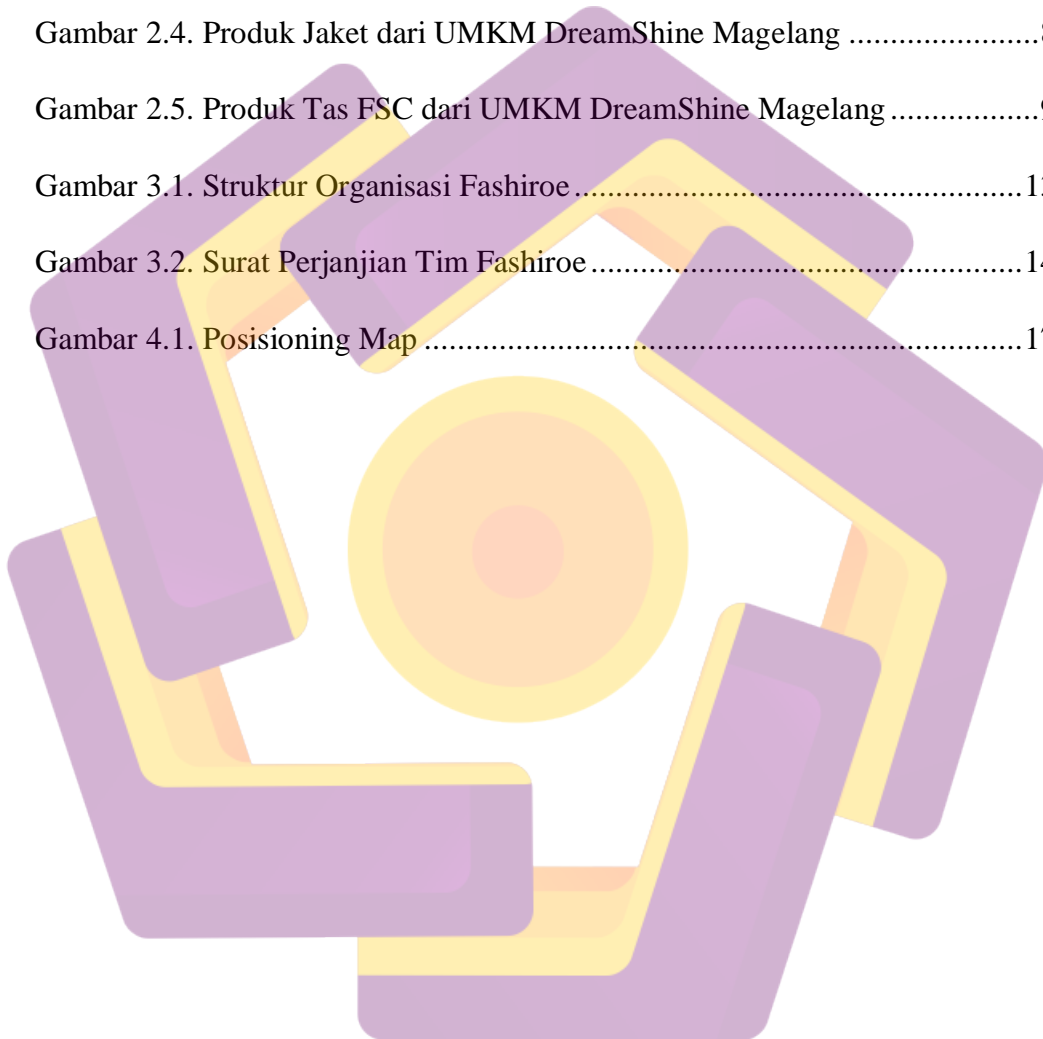
BAB V TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR	20
5.1. Target Pelanggan.....	20
5.2. Ketersediaan Pasar	20
BAB VI STRATEGI PEMASARAN DAN AKUISISI PELANGGAN	21
6.1. Strategi Pemasaran	21
BAB VII BUSINESS PLAN.....	23
7.1. Bisnis Model Canvas.....	23
7.2. Milestone	24
BAB VIII RENCANA PENGEMBANGAN	25
8.1. Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan.....	25
8.2. Strategi Milestone	26
8.3. Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan	26
BAB IX LAPORAN KEUANGAN, PROYEKSI KEUANGAN DAN KEBUTUHAN DANA PENGEMBANGAN	31
9.1. Laporan Keuangan	31
9.2. Proyeksi Keuangan.....	32
9.3. Kebutuhan Dana Pengembangan	35
Daftar Pustaka	36
Lampiran-lampiran	37

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Permasalahan dan Solusi Pesaing Fashiroe di Industri Fashion	4
Tabel 3.1. Kebutuhan dan Bahan Baku.....	10
Tabel 3.2. Alat Bantu Produksi	11
Tabel 3.3. Alat Bantu Pemasaran	11
Tabel 3.4. Tim Bisnis Fashiroe.....	11
Tabel 4.1. Analisis SWOT	15
Tabel 4.2. Keunggulan Produk/Jasa Pesaing.....	18
Tabel 8.1. Pemetaan Strategi Milestone Yang Tercapai.....	27
Tabel 8.2. Milestone Fashiroe Tahun 2022.....	28
Tabel 8.3. Strategi Pengembangan BMC Fashiroe.....	28
Tabel 9.1. Laporan Keuangan Fashiroe Agustus 2020-Februari 2021	31
Tabel 9.2. Jurnal Umum Fashiroe Agustus 2020-Februari 2021	31
Tabel 9.3. Laporan Neraca dan Laba/Rugi Agustus 2020-Februari 2021	32
Tabel 9.4. Biaya Tetap Perbulan	32
Tabel 9.5. Biaya Variabel Perbulan	32
Tabel 9.6. Proyeksi Pendapatan 3 Tahun Kedeapan	34
Tabel 9.7. Kebutuhan Dana Pengembangan	35

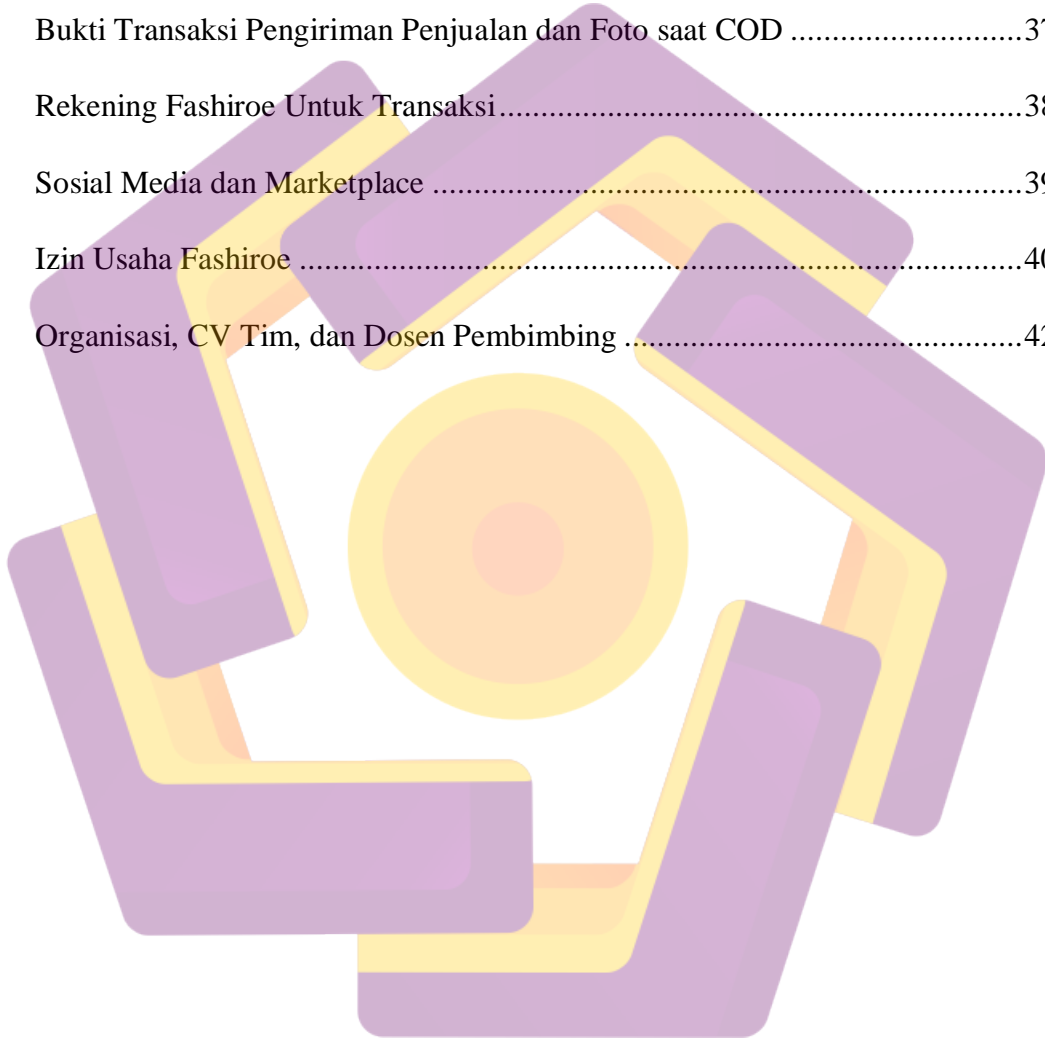
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Produk Sepatu Warrior dari UMKM Warriorfootwear	7
Gambar 2.2. Produk Sepatu Ventela dari UMKM Warriorfootwear.....	7
Gambar 2.3. Produk Kaos Flatten dari UMKM DreamShine Magelang.....	8
Gambar 2.4. Produk Jaket dari UMKM DreamShine Magelang	8
Gambar 2.5. Produk Tas FSC dari UMKM DreamShine Magelang	9
Gambar 3.1. Struktur Organisasi Fashiroe	13
Gambar 3.2. Surat Perjanjian Tim Fashiroe.....	14
Gambar 4.1. Positioning Map	17



DAFTAR LAMPIRAN

Foto-foto Dokumentasi	35
Produk dan Link Google Drive Pemotretan Produk.....	35
Lokasi Usaha	36
Bukti Transaksi Pengiriman Penjualan dan Foto saat COD	37
Rekening Fashiroe Untuk Transaksi.....	38
Sosial Media dan Marketplace	39
Izin Usaha Fashiroe	40
Organisasi, CV Tim, dan Dosen Pembimbing	42



RINGKASAN

Pada *zaman millenial* ini *fashion* sudah menjadi hal paling diminati oleh kalangan muda Indonesia sehingga industri *fashion* semakin berkembang pesat untuk meluncurkan jenis-jenis model terbaru dan *kekinian*, hal tersebut karena sering berubah-ubahnya model *fashion* yang diminati kalangan muda yang disebabkan semakin majunya perkembangan teknologi serta informasi yang memudahkan kalangan muda untuk mengakses internet melalui sosial media untuk mencari referensi-refrensi model dari seluruh negara dan *fashion* sudah menjadi kebutuhan mendasar setiap orang. Saat ini jumlah pelaku usaha bidang *fashion* semakin banyak dengan memulai bisnisnya menggunakan media sosial bahkan memulai bisnis tanpa modal sekalipun akan tetapi dalam membangun usaha dibidang *fashion* tidaklah mudah yang disebabkan banyak masalah *internal* maupun *eksternal* yang ditemui oleh pelaku usaha baru. *Fashion* tidak hanya sebatas pakaian saja, tetapi melebar pada jenis perlengkapan lainnya seperti sepatu, tas, topi, ikat pinggang, dan lain-lain.

Berdasarkan pada hal tersebut dan melihat peluang usaha *fashion* yang sangat bagus dengan dipermudah adanya media sosial maka “Fashiroe” hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap *fashion* berupa produk jaket, sepatu, kaos dan tas. Fashiroe memanfaatkan media sosial berupa facebook dan Instagram untuk memasarkan produknya agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas dan memanfaatkan marketplace berupa Shopee dan tokopedia untuk mengoptimalkan penjualan secara online. Dalam mendapatkan produk-produk *fashion* Fashiroe bekerjasama dengan para pelaku UMKM di Jogja dan Magelang, hal tersebut juga bermanfaat untuk para pelaku UMKM dalam membantu meningkatkan penjualan mereka. Usaha Fashiroe bergerak dibidang *fashion* yang memfokuskan target pasar kepada laki-laki dan perempuan usia 15-40 tahun. Produk yang ada di Fashiroe mulai dari sepatu, kaos, jaket, dan tas. Produk yang ada di Fashiroe yaitu kerjasama antara para pelaku usaha dibidang *fashion* dengan brand-brand ternama seperti Ventela, Sparta, Warrior, Patrobas, Convers, dan Adidas dengan kualitas produk

terbaik. Dalam pengiriman produk ke tangan pembeli, Fashiroe bekerjasama dengan JNT, JNE dan Si Cepat agar pengiriman produk lebih aman dan tepat waktu.

Tujuan didirikannya Fashiroe tidak hanya untuk menjual produk *fashion* saja, namun dapat memberikan manfaat kepada UMKM yang bekerjasama dengan Fashiroe untuk meningkatkan penjualannya dan Fashiroe memiliki value yaitu setiap 2,5% keuntungan produk terjual akan disedekahkan kepada masyarakat yang kurang beruntung hal tersebut untuk memberikan manfaat dan memberikan kepuasan kepada *customer* sehingga kemungkinan besar *customer* akan melakukan *repeat order* di Fashiroe.

