

SKRIPSI
DESAIN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASACAMPING.COM UNTUK
MENGOPTIMALKAN TINGKAT PENGGUNAAN LAYANAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Dalam Mencapai Gelar

Sarjana Strata Satu (S1)



Oleh :

Dedi Saputro Dibio 17.92.0017

Dosen Pembimbing :

Laksmindra Saptyawati, S.E.,M.B.A.

PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2021

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Dedi Saputro Dibio
NIM : 17.92.0017
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.

Dalam pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat di pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 2 maret 2021

Yang Memberikan Pernyataan

A green 6000 Rupiah stamp with a signature over it. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI LEMPEL', '17.92.0017', '6000', and 'RUPIAH'. Below the stamp, the name 'Dedi Saputro Dibio' is printed.

Dedi Saputro Dibio

17.92. 0017

HALAMAN PENGESAHAN

**DESAIN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASACAMPING.COM UNTUK
MENGOPTIMALKAN TINGKAT PENGGUNAAN LAYANAN**

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

Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan Oleh:

Dedi Saputro Dibio

17.92.0017

Menyetujui,

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

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**DESAIN STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA JASACAMPING.COM UNTUK
MENGOPTIMALKAN TINGKAT PENGGUNAAN LAYANAN**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dedi Saputro Dibio

17.92.0017

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 21 Februari 2021

Dosen Pembimbing,



Laksmindra Saptyawati, S.E.,M.B.A.

NIK. 190302334

ABSTRAK

Pada saat ini berkemah merupakan kegiatan yang sangat di gemari di banyak kalangan, namun masih ada permasalahan yang terdapat pada industri penyewaan peralatan kemah sehingga harus ada solusi yang ditawarkan untuk menjadi keunggulan usaha. Dari permasalahan tersebut tercetus sebuah solusi yaitu dengan adanya sebuah usaha yang bernama Jasacamping.com yang bergerak di industri wisata alam era 4.0 dengan penyediaan platform yang memberi nilai tambah kepada konsumen melalui fitur-fitur penunjang kegiatan berkemah dan mendaki gunung secara nyaman, aman, dan praktis. Pendirian usaha Jasacamping.com ditujukan untuk memberi kontribusi di industri pariwisata berbasis wisata alam era 4.0 yang termasuk di dalamnya adalah aktivitas pendakian gunung. Jasacamping.com berupaya memberikan kontribusi nyata terhadap permasalahan yang ada dengan penyediaan layanan penyewaan peralatan kemah atau perkemahan secara digital.

Seiring berjalannya waktu, diperlukan upaya strategi pengembangan usaha untuk mengoptimalkan tingkat penggunaan layanan Jasacamping.com. Tujuan dari penelitian jalur produk ini adalah menganalisa faktor-faktor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dengan menggunakan alat analisa *Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats* (SWOT) yang dapat mempengaruhi usaha Jasacamping.com, merumuskan strategi pengembangan usaha, dan menyusun pengembangan model bisnis Jasacamping.com menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang tersusun atas sembilan blok yaitu *customer segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *key partnership*, *key activities*, *key resources* dan *cost structure* serta *revenue stream*.

Kata kunci: *strategi pengembangan usaha, wisata alam era 4.0, SWOT, business model canvas*

ABSTRACT

At this time camping is an activity that is very popular in many circles, but there are still problems that exist in the camping equipment rental industry so that there must be a solution offered to become a business advantage. From these problems, a solution has emerged, namely the existence of a business called Jasacamping.com which is engaged in the 4.0 era natural tourism industry by providing a platform that provides added value to consumers through supporting features for comfortable, safe, and practical camping and mountain climbing activities. The establishment of the Jasacamping.com business is intended to contribute to the tourism industry based on nature tourism in the era of 4.0 which includes mountain climbing activities. Jasacamping.com strives to make a real contribution to the existing problems by providing camping or camping equipment rental services digitally.

Over time, a business development strategy is needed to optimize the level of use of Jasacamping.com services. The purpose of this product study is to analyze internal (strengths and weaknesses) and external (opportunities and threats) factors using the Strengths-Weaknesses-Opportunities-Threats (SWOT) analysis tool that can affect Jasacamping.com's business, formulate business development strategies, and compile the Jasacamping.com business model development using the Business Model Canvas approach which is composed of nine blocks, namely the customer segment, value proposition, customer relationships, key partnerships, key activities, key resources and cost structure as well as revenue streams.

Keywords: business development strategy, natural tourism era 4.0, SWOT, business model canvas

DAFTAR ISI

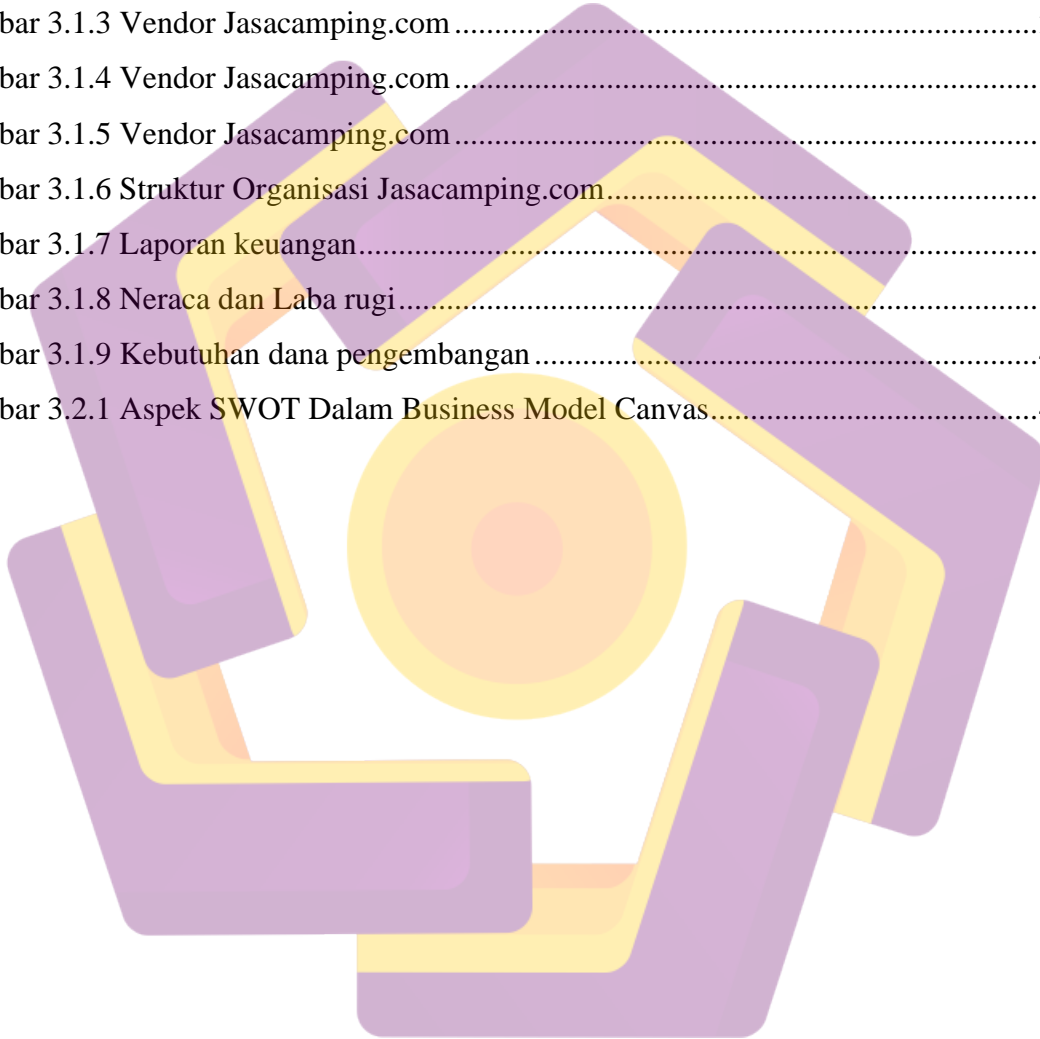
HALAMAN PENGESAHAN.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
BAB II.....	4
KAJIAN PUSTAKA.....	4
2.1. Manajemen Strategi.....	4
2.2. Analisis SWOT.....	5
2.3 Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Analisa SWOT.....	6
2.4. Business Model Canvas (BMC).....	8
2.5. Memulai Bisnis E-Commerce dan Digital.....	11
BAB III.....	14
ANALISIS SWOT.....	14
3.1. Analisis Lingkungan Usaha.....	14
3.1.1 Analisis Lingkungan Internal.....	14
3.1.2. Analisis Lingkungan Eksternal.....	41
BAB V.....	50
STRATEGI PENGEMBANGAN.....	50
BAB VI.....	52
KESIMPULAN DAN SARAN.....	52
6.1. Kesimpulan.....	52
6.2. Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	54
LAMPIRAN.....	56

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1.1 Permasalahan dan Solusi di Industri Wisata Alam Propinsi Jawa Tengah dan Daerah Istimewa Yogyakarta.....	15
Table 3.1.2 Fitur-Fitur Jasacamping.Com	22
Table 3.1.2 Alat Bantu	32
Tabel 3.1.3 Tim Bisnis Dan Tanggung Jawab	33
Tabel 3.1.4 Keahlian Masing- Masing Tim.....	34
Tabel 3.1.5 Indikator Keberhasilan Per Posisi	34
Tabel 3.1.6 Biaya Tetap.....	37
Table 3.1.7 Biaya Variabel.....	38
Table 3.2.1 Kolaborator Dari Toko Penyedia Peralatan Kemah	42
Table 3.2.2 Kolaborator Dari Usaha Penyedia Layanan Penginapan Outdoor	44
Tabel 3.2.3 Matriks SWOT Jasacamping.com	45
Tabel 3.2.4 Business Model Canvas Jasacamping.com Saat Ini	49
Tabel 4.1 Desain Strategi Pengembangan	49
Tabel 5.2 Strategi Pengembangan Business Model Canvas Jasacamping.com	51

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Aspek SWOT Dalam <i>Business Model Canvas</i>	6
Gambar 2.2 Analisis SWOT.....	7
Gambar 3.1.1 Tampilan Website Jasacamping.com.....	28
Gambar 3.1.2 Tampilan Aplikasi Jasacamping.com (belum dipublikasi).....	29
Gambar 3.1.3 Vendor Jasacamping.com.....	29
Gambar 3.1.4 Vendor Jasacamping.com.....	30
Gambar 3.1.5 Vendor Jasacamping.com.....	30
Gambar 3.1.6 Struktur Organisasi Jasacamping.com.....	35
Gambar 3.1.7 Laporan keuangan.....	36
Gambar 3.1.8 Neraca dan Laba rugi.....	37
Gambar 3.1.9 Kebutuhan dana pengembangan.....	40
Gambar 3.2.1 Aspek SWOT Dalam Business Model Canvas.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Vendor	55
<i>Customer</i> Jasacamping.com	55
Dokumentasi Lomba CBCC Di Universitas Brawijaya Malang	56
Dokumentasi <i>Starup Acelelator Camp</i> Di DKI Jakarta	57
Ijin usaha Jasacamping.com	58

