

STRATEGI PERKEMBANGAN USAHA “FUSE STUDIO”

SKRIPSI NON-REGULER

JALUR ENTREPRENEURSHIP – BUSINESS PLAN

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1

pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Oleh :

Afif Nurrahman Huda

18.92.0087

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

STRATEGI PERKEMBANGAN USAHA “FUSE STUDIO”

SKRIPSI NON-REGULER

JALUR ENTREPRENEURSHIP – BUSINESS PLAN

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1

pada Program Studi S1-Kewirausahaan



Oleh :

Afif Nurrahman Huda

18.92.0087

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

2023

LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI
STRATEGI PERKEMBANGAN USAHA “FUSE STUDIO”

Diajukan sebagai syarat Salah Satu Syarat dalam Mencapai Gelar Sarjana
Strata Satu (1) pada program Studi Kewirausahaan
Universitas Amikom Yogyakarta

Diajukan oleh :

Afif Nurrahman Huda

18.92.0087

Menyetujui,
Dosen Pembimbing



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

NIK. 190302334

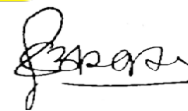
Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

NIK. 190302125

Ketua Program Studi



Suyatmi, S.E., M.M.

NIK. 190302019

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

STRATEGI PERKEMBANGAN USAHA “FUSE STUDIO”

Afif Nurrahman Huda

18.92.0087

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 26 Juni 2023

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Suyatmi, S.E., M.M.



NIK.190302019

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



NIK. 190302303

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



NIK. 190302334

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar

Sarjana Bisnis

Tanggal 26 Juni 2023

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK. 19030212

LEMBAR PERNYATAAN

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Afif Nurrahman Huda
NIM : 18.92.0087
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 dipertanggung jawabkan sepenuhnya.

Yogyakarta, 28 Mei 2023

Yang Memberikan Pernyataan



Afif Nurrahman Muda

18.92.0087

KATA PENGANTAR

Puji syukur, kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

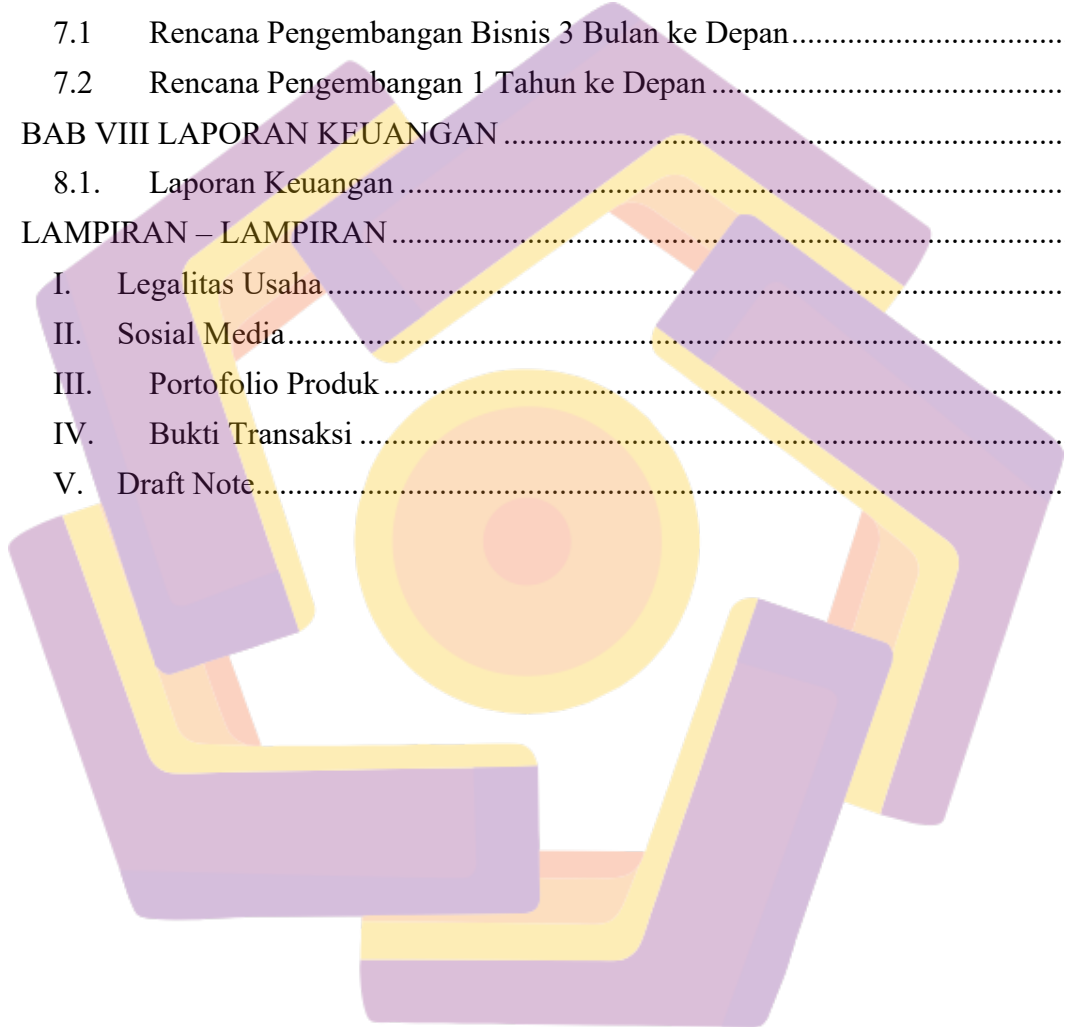
Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkn banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Suyatmi, S.E., M.M. (Kaprodikewirausahaan Universitas Amikom).
4. Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A (Pembimbing Skripsi).
5. Kedua orang tua penulis.
6. Seluruh kerabat, saudara, dan teman-teman yang mendukung terselesaikannya skripsi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	3
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	4
LEMBAR PERNYATAAN	5
KATA PENGANTAR	6
DAFTAR ISI.....	7
DAFTAR TABEL.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	10
DAFTAR BAGAN.....	11
ABSTRAK.....	12
<i>ABSTRACT</i>	13
BAB I MASALAH, SOLUSI, DAN PRODUK/JASA.....	1
1.1 MASALAH.....	1
1.2 SOLUSI.....	4
1.3 PRODUK/JASA.....	6
BAB II SUMBER DAYA.....	10
2.1 Bahan Baku.....	10
2.2 Alat Bantu.....	10
2.3 Struktur Organisasi.....	13
2.4 Job Description.....	13
BAB III PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING	15
3.1 Pesaing Produk Jasa	15
3.2 Keunggulan Produk Jasa Pesaing.....	17
BAB IV TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR	20
4.1 Target Pelanggan.....	20
4.2 Ketersediaan Pasar	20
BAB V STRATEGI PEMASARAN DAN KETERSEDIAAN PASAR.....	21
5.1 Strategi Pemasaran.....	21
5.2 Akuisisi Pasar.....	23

BAB VI BUSINESS MODEL	24
6.1 Bisnis Model Canvas.....	24
6.2 Milestone.....	20
6.3 Strategi Pencapaian Milestone	20
BAB VII RENCANA PENGEMBANGAN	21
7.1 Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan ke Depan.....	21
7.2 Rencana Pengembangan 1 Tahun ke Depan	22
BAB VIII LAPORAN KEUANGAN	23
8.1. Laporan Keuangan	23
LAMPIRAN – LAMPIRAN.....	33
I. Legalitas Usaha.....	33
II. Sosial Media.....	35
III. Portofolio Produk.....	36
IV. Bukti Transaksi	38
V. Draft Note.....	40

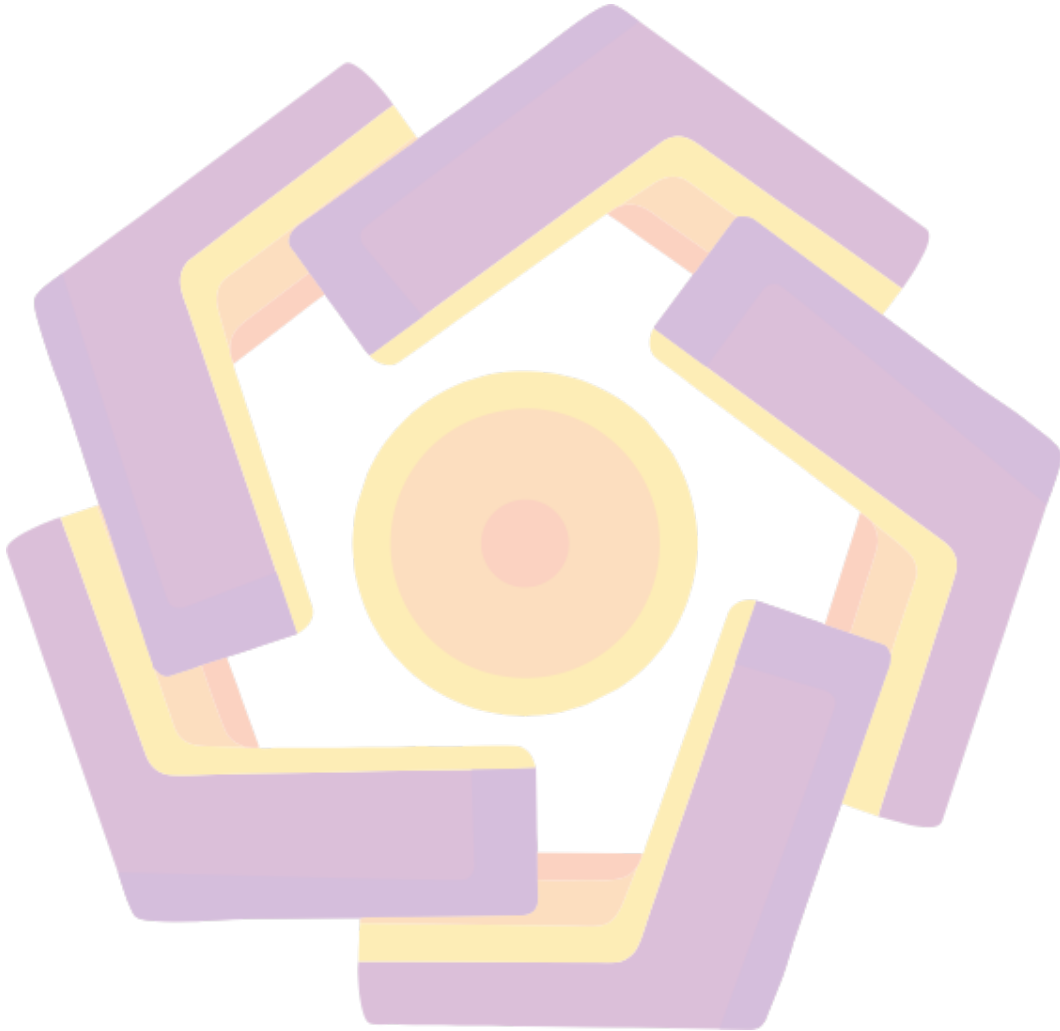


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Masalah dan Solusi	1
Tabel 1. 2 Produk dan Jasa.....	7
Tabel 2. 1 Alat Bantu	10
Tabel 3. 1 Pesaing Produk dan Jasa	15
Tabel 3. 2 SWOT	17
Tabel 6. 1 BMC.....	24
Tabel 6. 2 Milestone Jangka Pendek.....	20
Tabel 6. 3 Milestone Jangka Panjang.....	20
Tabel 7. 1 Rencana Pengembangan Bisnis Jangka Pendek.....	21
Tabel 7. 2 Rencana Pengembangan Bisnis Jangka Panjang.....	22
Tabel 8. 1 Jurnal Umum.....	23
Tabel 8. 2 Buku Besar.....	26
Tabel 8. 3 Neraca Saldo	30
Tabel 8. 4 Laba Rugi.....	30
Tabel 8. 5 Perubahan Modal	30
Tabel 8. 6 Neraca	31
Tabel 8. 7 ROI.....	31
Tabel 8. 8 BEP	32

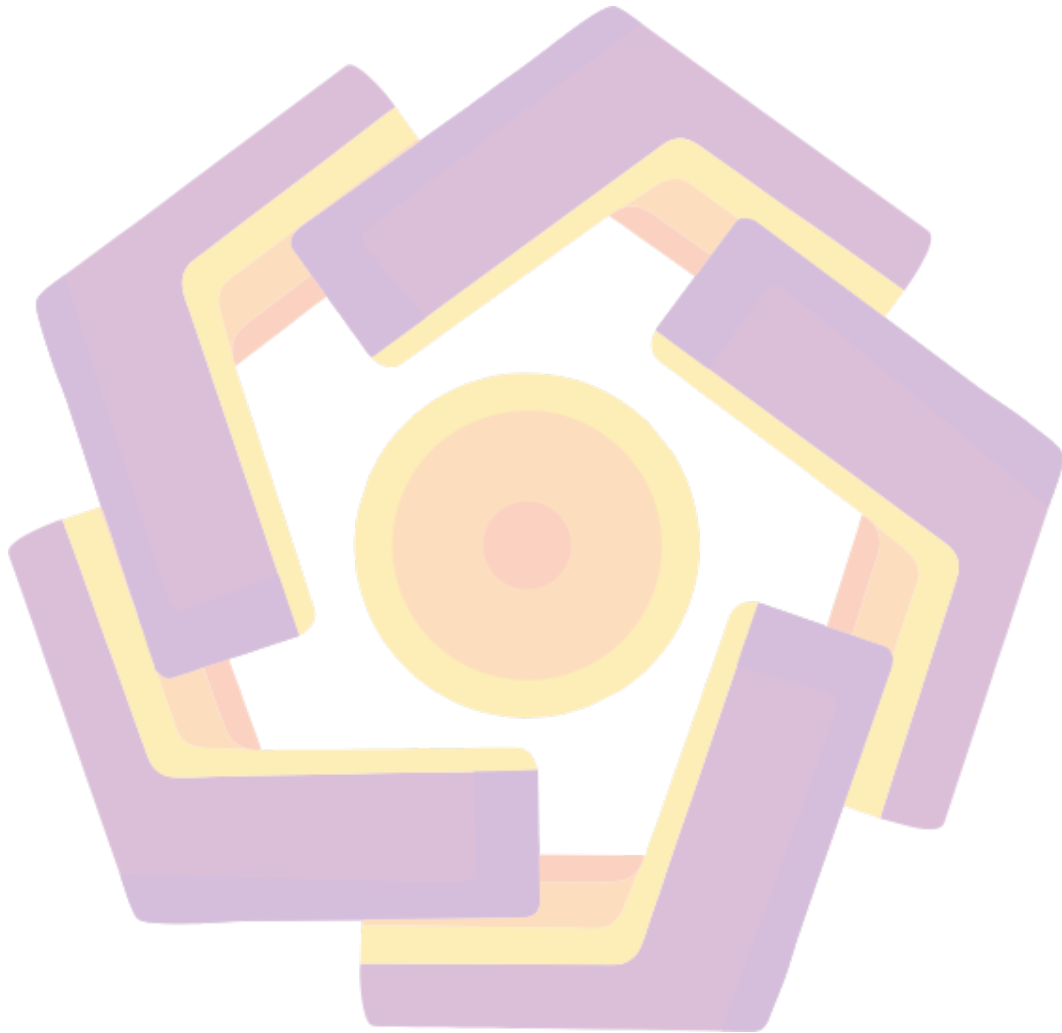
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo	6
Gambar 5. 1 Proses Produksi	23



DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Struktur Organisasi	13
--------------------------------------	----



ABSTRAK

“Fuse Studio” merupakan sebuah usaha yang bergerak dibidang jasa yang bergerak di bidang desain dan fotografi. Usaha ini berada di salah satu kota di Indonesia, tepatnya Daerah Istimewa Yogyakarta. Fuse Studio dimulai dari hobi mengambil gambar yang digeluti seorang mahasiswa yang kemudian memiliki inisiatif untuk menghasilkan penghasilan tambahan.

Penelitian ini bertujuan untuk memenuhi kebutuhan perusahaan atau sebuah usaha dalam bidang marketing. Juga bertujuan untuk mengetahui seberapa besar peran sebuah hasil foto produk dalam bidang pemasaran dan daya tarik masyarakat. Hal ini dilakukan dikarenakan masih banyak pemasar yang masih kurang mendalami ataupun memahami terkait cara terbaik dalam menggunakan media sosial tersebut.

Harapan dari penelitian ini ialah mengetahui seberapa besar efek yang dihasilkan dengan kualitas pengambilan gambar yang baik dari sebuah produk. Hal ini dilakukan dengan cara melihat kenaikan peminat terhadap produk yang dipasarkan melalui pengambilan gambar yang dilakukan. Hal lain dapat dilihat dari indikator pengukur performa pada suatu konten di platform media sosial khususnya Instagram. Indikator ini sangat penting dipahami untuk menilai keterlibatan audiens dengan post yang sudah mereka publikasikan. Jika sebuah konten bisa mendapat banyak perhatian dari pengikut sebuah akun maka pengetahuan publik pada suatu brand tersebut akan otomatis meningkat.

Keyword : Fuse Studio, Marketing, Perusahaan, Konten, Publik

ABSTRACT

“Fuse Studio” was a business, who work in design and photography. This business has life and grow up in a on one of Indonesian country especially, Yogyakarta. Fuse Studio has start from a student college who loved to take a picture than have an idea to made it became a business who earn some money. The research has purpose to fill up requirement a company also the business in marketing field. It’s also have a purpose to find out how big the effect of picture’s quality to promote the product and public’s attention. We do this things because there’s a lot of marketing who misunderstood about how to apply social media in a good way. We had a wish that this research help us to know how big the effect of taking a picture of a product with the best qualities. The method that we used to know how increase the engagement rate of a product in social media especially, Instagram. This indicator was really important to understand for knowing how the audience are really close with a post that have been published. If a content can get so much attention from accounts, it can make public knows about the brand and more search about it.

Keyword : Fuse Studio, Marketing, Client, Content, Audience

