

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ES COKLAT PAK UWO**

**SKRIPSI**

**JALUR BUSINESS PLAN**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Kewirausahaan



Disusun oleh

**KHARISMA WIDI**

**NIM.20.92.0255**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA  
YOGYAKARTA**

**2024**

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ES COKLAT PAK UWO  
SKRIPSI**

**JALUR BUSINESS PLAN**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana

Program Studi Kewirausahaan



Disusun oleh

**KHARISMA WIDI**

**NIM.20.92.0255**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2024**

# HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ES COKLAT PAK UWO

yang disusun dan diajukan oleh

**Kharisma Widi**

**NIM. 20.92.0255**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 22 Februari 2024

Dosen Pembimbing,



**Dr. Dodi Setiawan Riatmaja, S.Psi., M.B.A.**

**NIK. 190302573**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA ES COKLAT PAK UWO**

yang disusun dan diajukan oleh

**Kharisma Widi**

**20.92.0255**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

pada tanggal 04 Maret 2024

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M**

**NIK. 190302308**



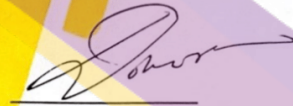
**Tanti Prita Hapsari, S.E, M.Si**

**NIK. 190302303**



**Dr. Dodi Setiawan Riatmaja, S.Psi., M.B.A.**

**NIK. 190302573**



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

Tanggal 04 Maret 2024

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



**Emha Taufik Luthfi, S.T., M.Kom.**

**NIK. 190302125**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

**Nama mahasiswa : Kharisma Widi**

**NIM : 20.92.0255**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Strategi Pengembangan Usaha Es Coklat Pak Uwo**

Dosen Pembimbing : Dr. Dodi Setiawan Riatmaja, S.Psi., M.B.A.

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian PENULIS sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab PENULIS, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini PENULIS buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka PENULIS bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 04 Maret 2024

Yang Menyatakan,

  
  
KHARISMA WIDI

## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, taufiq dan hidayahnya, sehingga penulis sebagai penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Es Coklat Pak Uwo”, sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Jurusan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta

Pada kesempatan kali ini penulis dengan segala hormat dan kerendahan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu melancarkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta
2. Bapak Dr. Dodi Setiawan Riatmaja, S.Psi., M.B.A., Selaku Dosen Pembimbing Skripsi
3. Seluruh Dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas AMIKOM Yogyakarta, yang telah mengajarkan dan memberikan banyak ilmu pengetahuannya dalam dunia bisnis
4. Kedua orang tua penulis, yang selalu memberikan materi, semangat, doa terbaik kepada anak-anaknya.
5. Bestie-bestie yang selalu memberikan semangat, memberikan masukan, mendengarkan keluh kesah.
6. Diri sendiri yang hingga saat ini bisa bertahan, walaupun beberapa hal sering membuat ingin menyerah namun kuat hingga saat ini.

Penulisan Skripsi “Strategi Pengembangan Bisnis Es Coklat Pak Uwo” ini masih jauh dari kata sempurna dan segala saran maupun kritik sangat diharapkan untuk membantu dalam kegiatan selanjutnya.

Hormat penulis,

Kharisma Widi

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
INTISARI .....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan Konsumen .....	1
1.2 Solusi dan Nilai lebih yang ditawarkan.....	3
1.3 Tujuan Mulia ( Noble Purpose ).....	4
1.4 Visi dan Misi Bisnis .....	5
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	6
2.1 Sejarah Bisnis.....	6
2.2 Model bisnis yang dijalankan.....	6
2.3 Produk dan Inovasi Produk .....	8
2.4 Ukuran Pasar .....	9
2.5 Analisis Posisi Perusahaan Dibandingkan Pesaing.....	12
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis .....	13



BAB III RENCANA PENGEMBANGAN .....	21
3.1 Analisis SWOT .....	21
3.2 Analisis Matrix SWOT.....	21
3.3 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang .....	23
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	27
4.1 Neraca.....	27
4.2 Laporan Laba Rugi.....	29
4.3 Arus Kas.....	31
4.4 BEP dan ROI.....	34
4.4.1 BEP .....	34
4.4.2 ROI.....	36
4.5 Proyeksi Keuangan.....	38
BAB V PENUTUP .....	43
5.1 Kesimpulan.....	43
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA .....	45
LAMPIRAN.....	46
Lampiran 1. Legalitas Usaha .....	46
Lampiran 2. Hak Cipta.....	48
Lampiran 3. Konten Promosi Instagram.....	49
Lampiran 4. Aktivitas Bisnis .....	50

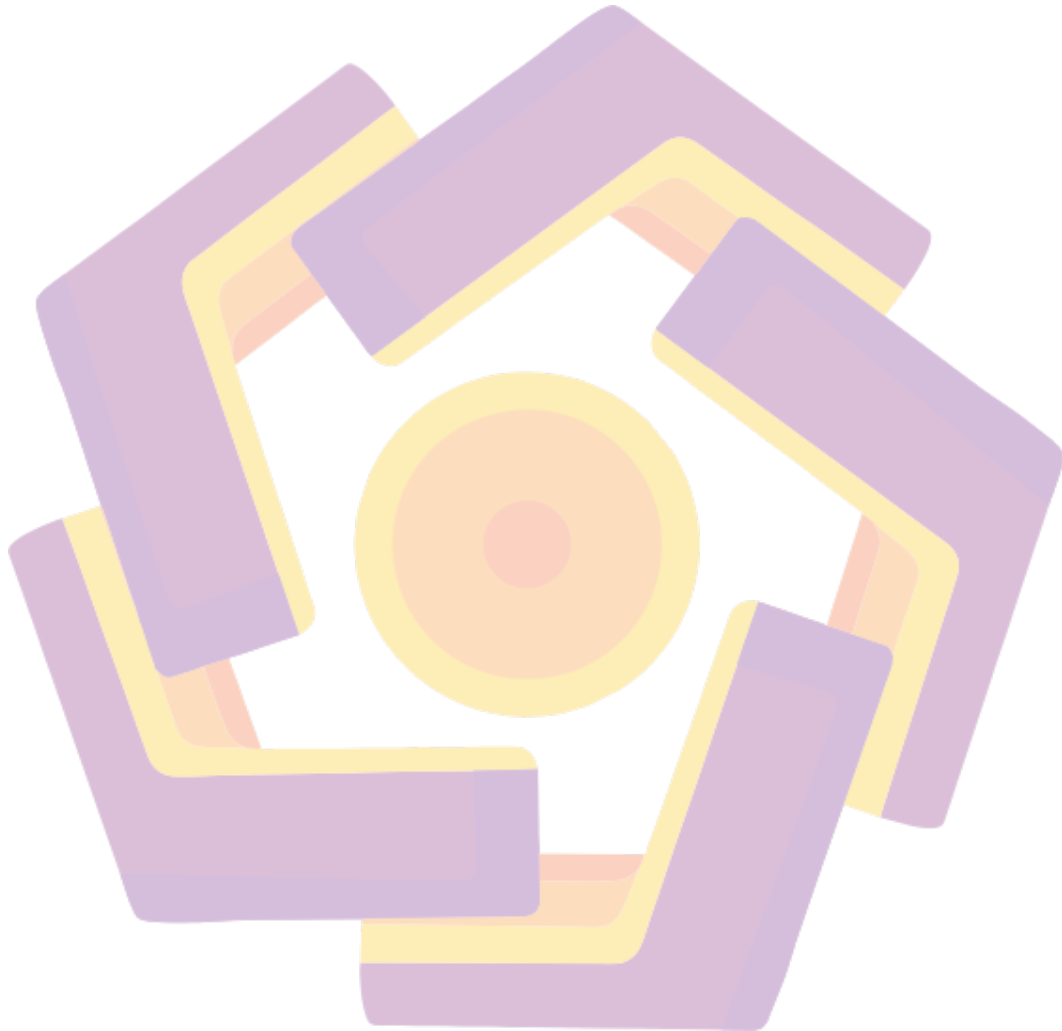


## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Business Model Canvas Es Coklat Pak Uwo.....	6
Tabel 2. 2 Produk dan Inovasi Produk Es Coklat Pak Uwo .....	8
Tabel 2. 3 Analisis posisi perusahaan Es Coklat Pak Uwo dibandingkan pesaing	12
Tabel 2. 4 Strategi Pemasaran Es Coklat Pak Uwo .....	13
Tabel 2. 5 Bukti Transaksi Penjualan .....	18
Tabel 3. 1. Analisis Lingkungan Internal.....	21
Tabel 3. 2 Analisis Lingkungan Eksternal.....	21
Tabel 3. 3 Analisis Matriks SWOT Es Coklat Pak Uwo .....	22
Tabel 3. 4 Rencana Pengembangan Es Coklat Pak Uwo.....	23
Tabel 4. 1 Laporan Neraca.....	27
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi .....	29
Tabel 4. 3 Laporan Arus Kas .....	31
Tabel 4. 4 Target Penjualan Per bulan .....	34
Tabel 4. 5 Target Penjualan Tahun Pertama.....	34
Tabel 4. 6 Biaya Tetap .....	35
Tabel 4. 7 Biaya Variabel .....	35

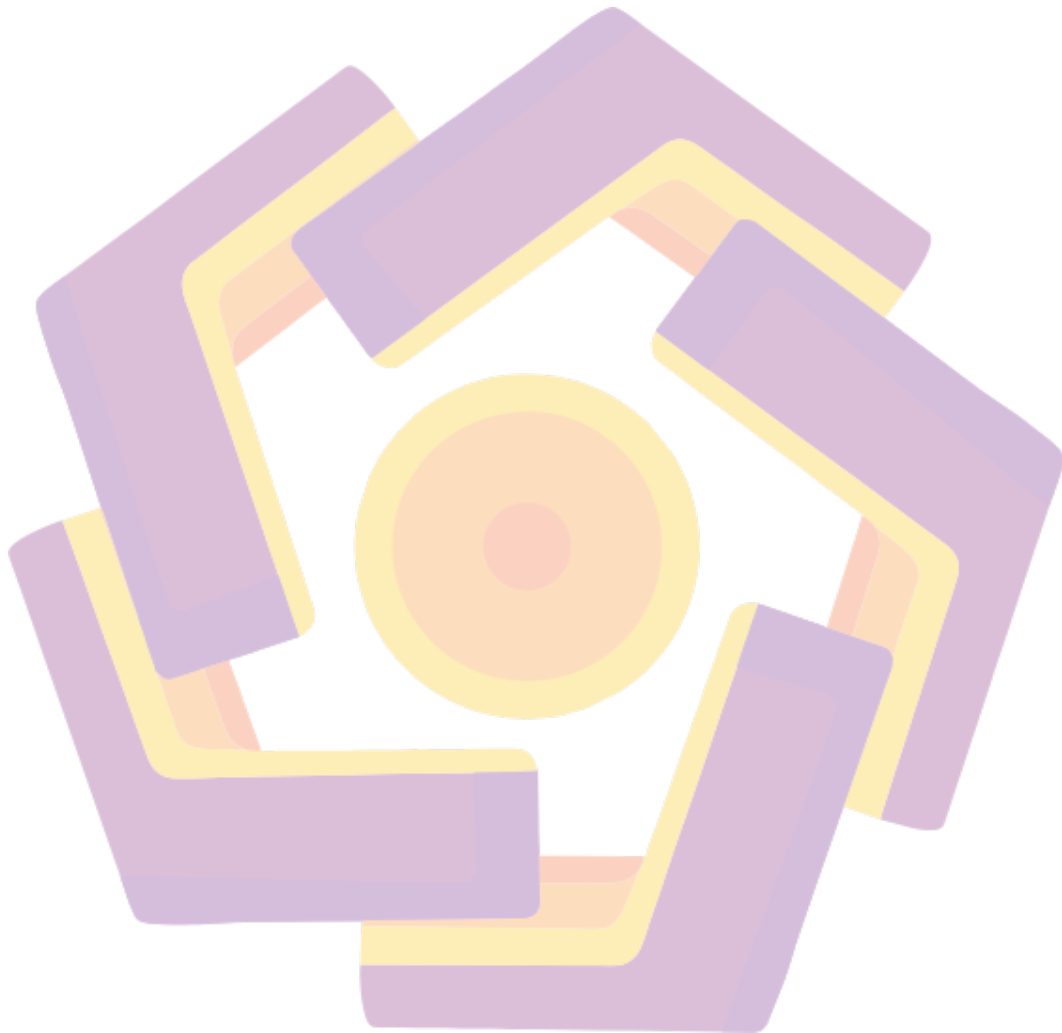
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Value Proposition Canvas .....	4
Gambar 2.6 1 Struktur Organisasi .....	15



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Legalitas Usaha .....	46
Lampiran 2. Hak Cipta.....	48
Lampiran 3. Konten Promosi Instagram.....	49
Lampiran 4. Aktivitas Bisnis .....	50



## INTISARI

Banyaknya peminat Es Coklat membuat peluang bisnis kuliner minuman ini menjadi peluang bisnis kuliner viral. Melihat animo konsumen yang tergolong tinggi, maka Es Coklat Pak Uwo hadir untuk menjadi solusi bagi konsumen yang menginginkan Es Coklat Pak Uwo. Didirikan sejak 2022, hingga kini minat pembelian konsumen mengenai Es Coklat Pak Uwo tergolong banyak. Dengan menggunakan strategi *marketing mix* 4P (*Product, Price, Place, and Promotion*) Es Coklat Pak Uwo tentunya akan mengembangkan usaha lebih terarah.

Usaha Es Coklat ini bahwasannya memiliki prospek yang tinggi apabila dikembangkan lebih lanjut. Dengan mengedepankan penggunaan strategi SWOT, selain itu penulis juga menggunakan konsep TAM, SAM, SOM. Pada konsep strategi yang diusung yakni menggunakan metode TAM, SAM, dan SOM tersebut, maka penulis akan memaksimalkan poin-poin yang dapat digunakan sebagai upaya meningkatkan perusahaan Es Coklat Pak Uwo.

**Kata kunci : Es Coklat, kuliner, strategi, produk, solusi, usaha**

## ABSTRACT

*The number of Es Coklat enthusiasts has made this culinary beverage business opportunity a viral culinary business opportunity. Seeing the high consumer interest, Es Coklat Pak Uwo is here to be a solution for consumers who want Es Coklat Pak Uwo. Established since 2022, until now there has been a lot of interest in purchasing consumers about Es Coklat Pak Uwo. By using the 4P marketing mix strategy (Product, Price, Place, and Promotion), Es Coklat Pak Uwo will certainly develop a more targeted business.*

*This chocolate ice business has high prospects if developed further. By prioritizing the use of SWOT strategies, besides that the author also uses the concepts of TAM, SAM, SOM. In the concept of the strategy that is carried out using the TAM, SAM, and SOM methods, the author will maximize the points that can be used as an effort to improve the Pak Uwo Chocolate Ice company.*

**Keywords: Chocolate Ice, culinary, strategy, product, solution, business**