

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AROMA.CEMILAN
PRODUK BASRENG**

SKRIPSI

JALUR ENTREPRENEURSHIP – BUSINESS PLAN

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi kewirausahaan



Disusun oleh:

Marlina Puspa Sari

20.92.0261

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2024

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AROMA.CEMILAN
PRODUK BASRENG**

SKRIPSI

JALUR ENTREPRENEURSHIP – BUSINESS PLAN

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi kewirausahaan



Disusun oleh:

Marlina Puspa Sari

20.92.0261

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2024

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

MEKANISME PEMASARAN DALAM REBRANDING DAN REPACKING BISNIS AROMA CEMILAN PRODUK BASRENG (BAKSO GORENG)

yang disusun dan diajukan oleh

Marlina Puspa Sari
20.92.0261

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi,
pada tanggal 02 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,



Rahma Widyawati, S.E., M.M
NIK. 190302013

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AROMA.CEMILAN PRODUK BASRENG

yang disusun dan diajukan oleh

Marlina Puspa Sari
20.92.0261

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 14 Agustus 2024

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Yusuf Amri Amrullah, SE, MM.
NIK. 190302308

Laksmindra Saptyawati, SE, MBA
NIK. 190302334

Rahma Widyawati, S.E.,M.M.
NIK. 190302013

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 14 Agustus 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : **Marlina Puspa Sari**
NIM : **20.92.0261**

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AROMA.CEMILAN PRODUK BASRENG

Dosen Pembimbing : **Rahma Widyawati,S.E.,M.M**

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 **SAYA** 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 **SAYA**, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini **SAYA** buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka **SAYA** bersedia menerima **SANKSI AKADEMIK** dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Marlina Puspa Sari

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil'alamin puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah yang senantiasa kita ucapkan atas rahmat dan karunia-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi untuk memenuhi syarat mencapai gelar sarjana bisnis Shalawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW. Semoga kita semua mendapatkan syafaatnya di akhir kelak Amiin YRA.

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan dan dukungan dari beberapa pihak Oleh karena itu penulis ucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa , atas segala karunia dan anugreh-nya sehingga penulis diberikan kesempatan untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Kepada Kedua Orangtua penulis yaitu Alm Bapak Mashur dan Ibu Eva Kumala Sari Serta keluarga yang telah memberikan dukungan moril, material serta doa yang senantiasa mengantarkan penulis hingga menyelesaikan Skripsi ini.
3. Prof. Dr M Suyanto M.M selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
4. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Suyatmi S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.
6. Ibu Rahma Widyawati, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing dari awal hingga akhir penyusunan skripsi.
7. Segenap dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta yang telah membimbing dan membagikan ilmunya selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Amikom Yogyakarta.
8. Kepada seluruh teman teman Prodi Kewirausahaan 02 angkatan 2020.
9. Kepada Sulistia Marta Sari yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada Nim 20.92.0261 yang sudah berusaha untuk menyelesaikan skripsi ini.

11. Semua Pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan dan membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis menyadari bahwa segala kekurangan dan kesalahan yang ada dalam skripsi ini adalah bentuk keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan dimasa mendatang

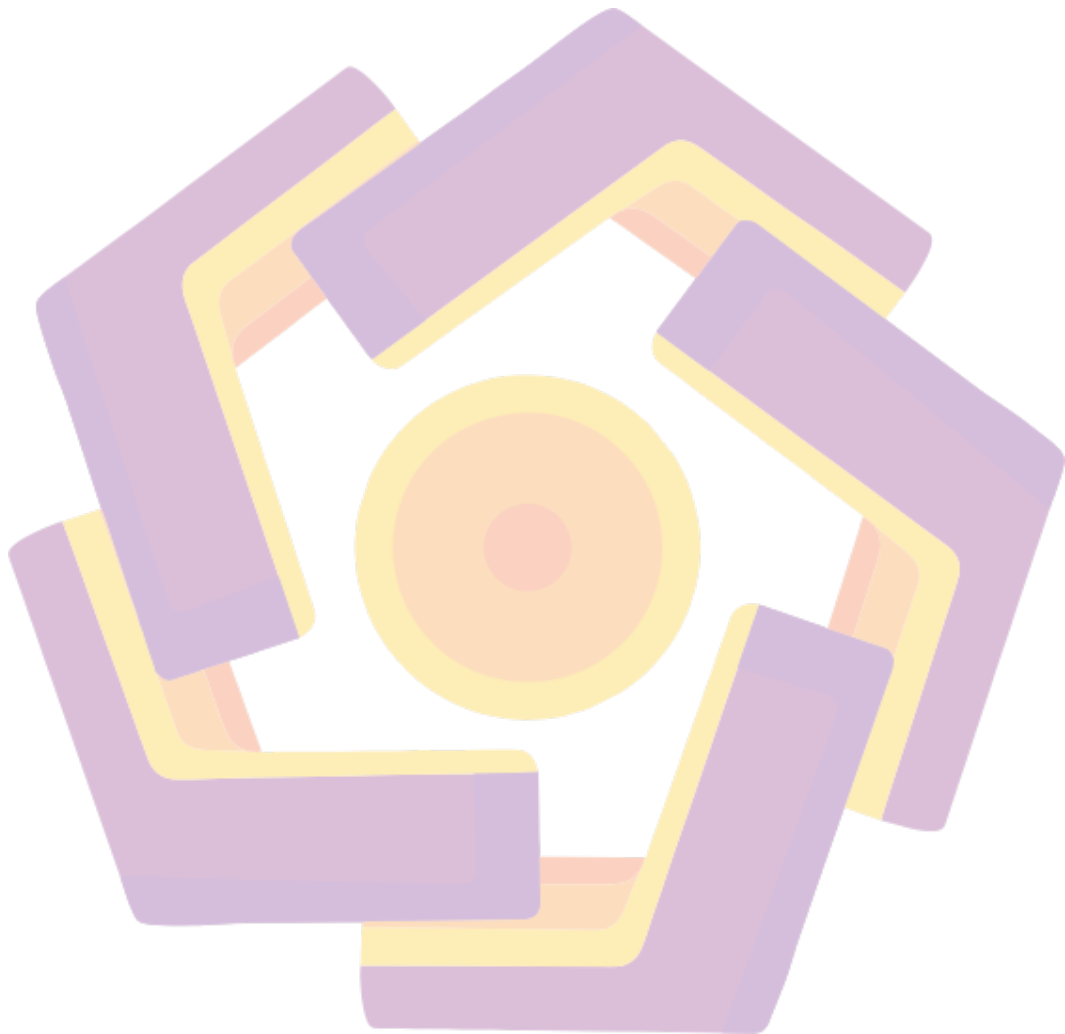
Yogyakarta , 16 Agustus 2024

Marlina Puspa Sari

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan	2
1.3 Noble Purpose	3
1.4 Visi dan Misi	4
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	5
2.1 Sejarah Bisnis.....	5
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan	6
2.3 Produk dan Inovasi Produk	7
2.4 Ukuran Pasar	7
2.5 Analisis Perusahaan dibanding Pesaing	8
2.6 Strategi Pengelola Bisnis.....	10
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....	16
3.1 Analisis Matriks SWOT	16
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	19
4.1 Neraca.....	19
4.2 Laporan Arus Kas.....	20
4.3 Laba Rugi	21
4.4 Proyeksi Keuangan.....	22
BAB V PENUTUP.....	24

5.1 Kesimpulan.....	24
5.2 Saran.....	24
DAFTAR PUSTAKA.....	26
LAMPIRAN.....	27

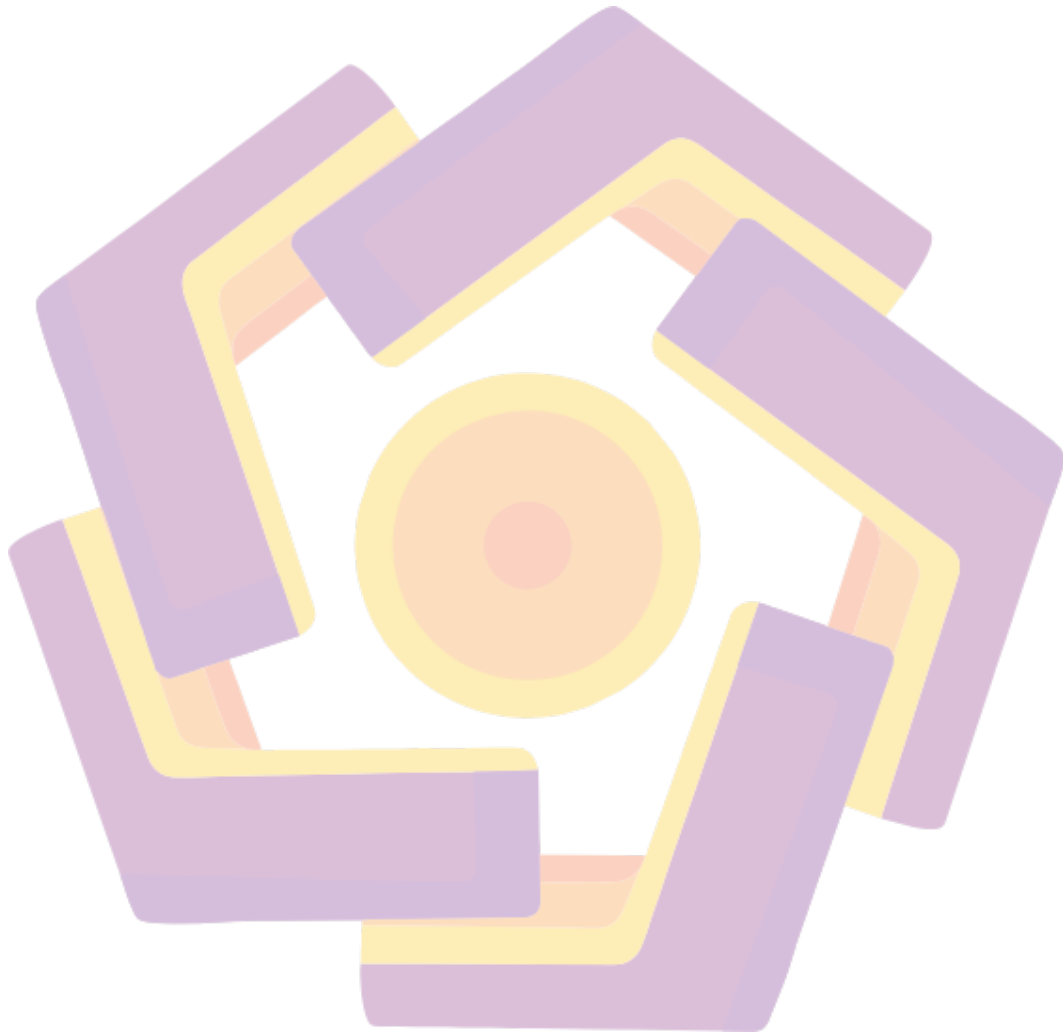


DAFTAR TABEL

	Hal
Tabel 2.1 Model Bisnis yang Dijalankan	6
Tabel 2.2 Produk dan Inovasi Produk	7
Tabel 2.3 Analisis Perusahaan dibanding Pesaing	9
Tabel 2.4 Gambar Produk	10
Tabel 2.5 Peralatan Produksi dan Bahan Baku	11
Tabel 2.6 Penunjang Foto dan Video Produk	12
Tabel 2.7 Struktur Organisasi	13
Tabel 3.1 Analisis Matriks SWOT	16
Tabel 3.2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	17
Tabel 4. 1 Neraca Periode Agustus 2023 – Mei 2024	19
Tabel 4. 2 Rincian Peralatan Aroma.cemilan	19
Tabel 4. 3 Rincian Perlengkapan Aroma.cemilan	20
Tabel 4. 4 Arus Kas Periode Agustus 2023 – Mei 2024	20
Tabel 4. 5 Laba Rugi Periode Agustus 2023 – Mei 2024	21
Tabel 4. 6 Proyeksi Keuangan Laba Rugi Aroma Cemilan	22
Tabel 4. 7 Proyeksi Keuangan Arus kas Aroma Cemilan	22
Tabel 4. 8 Proyeksi Keuangan Neraca Aroma Cemilan	23

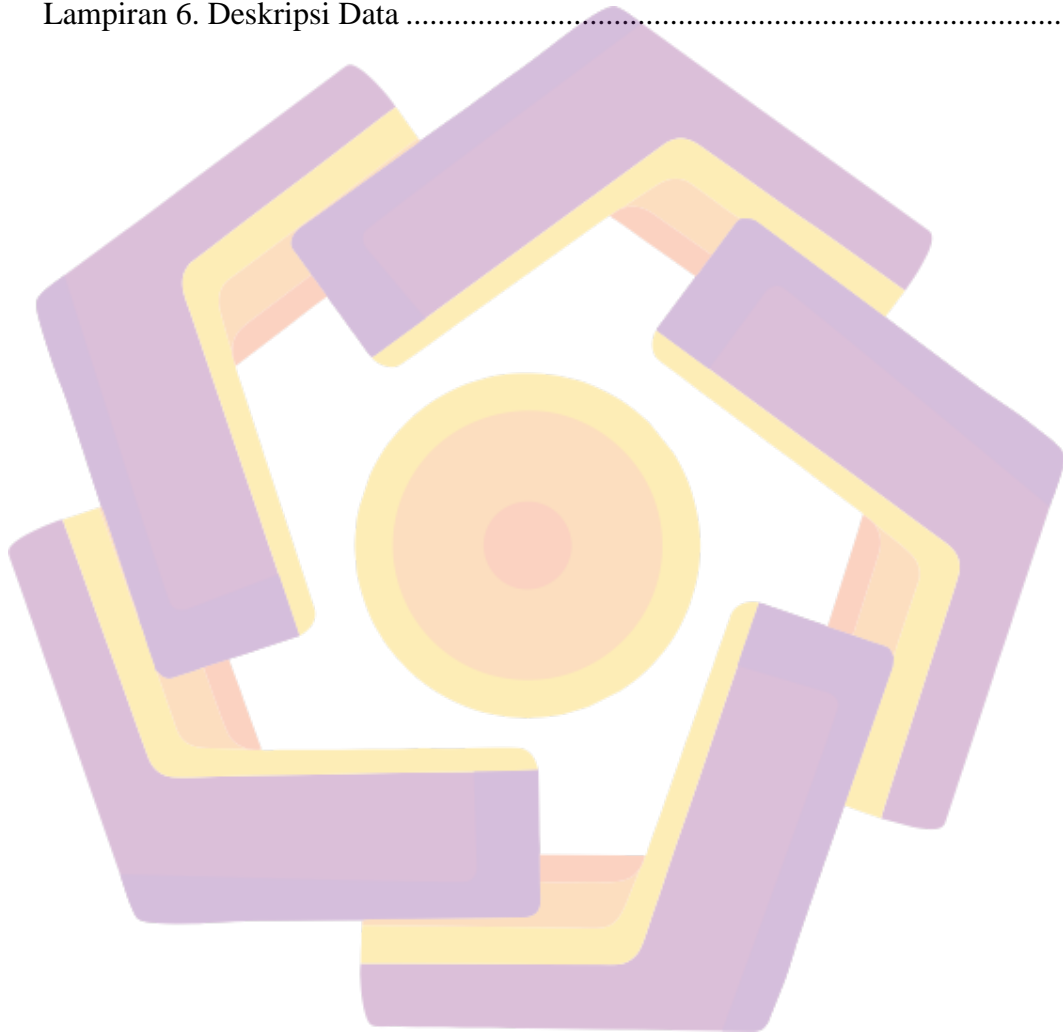
DAFTAR GAMBAR

	Hal
Gambar 1.1 Perbandingan Meilidi dan Basreng pada Maret 2023	1
Gambar 1.2 Logo Aroma.cemilan.....	4
Gambar 2.1 Berdasarkan Badan Pusat Statistik (BPS) Yogyakarta 2023	8
Gambar 2.2 Struktur Organisasi.....	13
Gambar 2.3 Transaksi Pembelian	14



DAFTAR LAMPIRAN

	Hal
Lampiran 1. Legalitas	27
Lampiran 2. Produksi	29
Lampiran 3. Foto Sosial Media dan Testimoni	31
Lampiran 4. Foto Transaksi dan Produksi	33
Lampiran 5. Kuesioner	35
Lampiran 6. Deskripsi Data	37

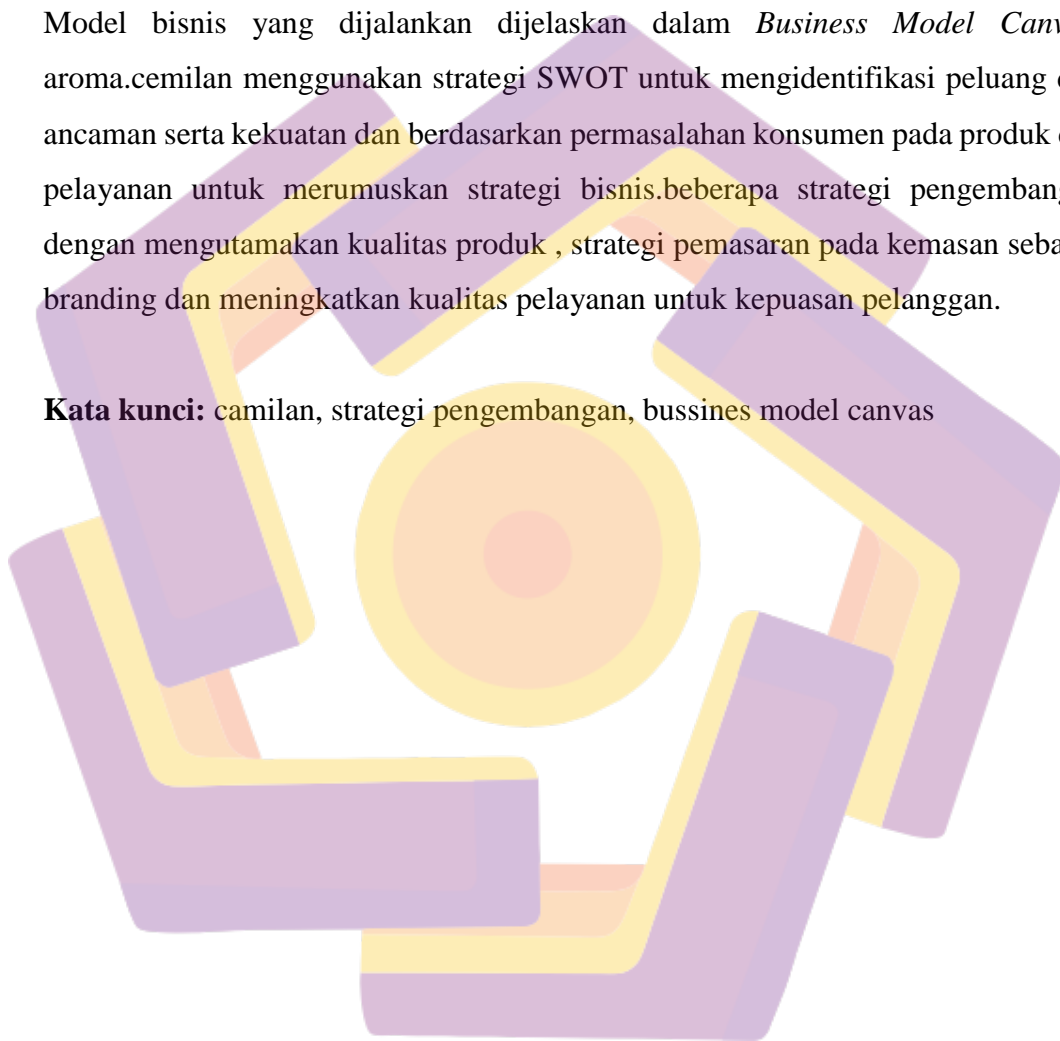


ABSTRAK

Aroma cemilan merupakan usaha dibidang kuliner yang menjual makanan ringan yang berupa camilan basreng dengan tujuan memberikan solusi untuk konsumen menikmati camilan basreng yang tidak keras tanpa harus kesulitan saat mengkonsumsi basreng tanpa khawatir mengalami masalah gigi atau ketidaknyaman saat mengunyah .

Model bisnis yang dijalankan dijelaskan dalam *Business Model Canvas*. aroma.cemilan menggunakan strategi SWOT untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman serta kekuatan dan berdasarkan permasalahan konsumen pada produk dan pelayanan untuk merumuskan strategi bisnis. beberapa strategi pengembangan dengan mengutamakan kualitas produk , strategi pemasaran pada kemasan sebagai branding dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Kata kunci: camilan, strategi pengembangan, bussines model canvas



ABSTRACT

Aroma Cemilan is a culinary business that sells snacks in the form of "basreng" (fried meatballs) with the goal of providing a solution for consumers to enjoy basreng that is not hard, without the difficulty of consuming it, and without worrying about dental issues or discomfort when chewing. The business model is explained through the Business Model Canvas. Aroma Cemilan uses a SWOT strategy to identify opportunities and threats as well as strengths and weaknesses based on consumer problems related to the product and service to formulate business strategies. Some development strategies focus on product quality, marketing strategies through packaging as branding, and improving service quality to ensure customer satisfaction.

Keywords: snacks, development strategy, business model canvas

