

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKOKITA_22 MELALUI
MEDIA *E-COMMERCE***

**SKRIPSI
NON-REGULER
*ENTREPRENEURSHIP – BUSINESS PLAN***

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana S1 pada program
studi S1-Kewirausahaan



Disusun oleh:

AYU KOMALA

NIM. 21.92.0322

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKOKITA_22 MELALUI
MEDIA *E-COMMERCE***

**SKRIPSI
NON-REGULER
*ENTREPRENEURSHIP – BUSINESS PLAN***

Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat sarjana S1 pada program
studi S1-Kewirausahaan



Disusun oleh:

AYU KOMALA

NIM. 21.92.0322

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
TAHUN 2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Strategi Pengembangan Bisnis Tokokita_22
Melalui Media *e-Commerce***

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ayu Komala
21.92.0322

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 11 Maret 2025

Dosen Pembimbing,



Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.
NIK. 190302663

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**Strategi Pengembangan Bisnis Tokokita_22 Melalui
Media e-Commerce**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Ayu Komala
21.92.0322

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada tanggal 11 Maret 2025

Nama Penguji

Suyatmi, S.E., M.M.

NIK. 190302019

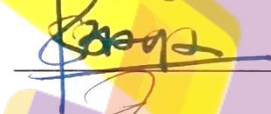
Dr. Dodi Setyawan, S.Psi., M.B.A.

NIK. 190302573

Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M.

NIK. 190302663

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan (S.Bns)
Tanggal 11 Maret 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

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, 20 Februari 2025

Ayu Komala
NIM. 21.92.0322

10000
SETIBANK100000000

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi

NIM. 21.92.0322

RINGKASAN

Fashion mengacu pada segala sesuatu yang dikenakan pada tubuh dengan tujuan melindungi tubuh atau meningkatkan penampilan seseorang. Daya tarik produk pakaian mengacu pada kenyamanan produk bagi konsumen. Tingkat minat konsumen diukur dari tingkat kepuasan dalam menggunakan produk. Tokokita_22 merupakan toko *fashion* yang menjual berbagai macam pakaian wanita dan pria dengan bahan yang berkualitas. *Marketplace* adalah tempat untuk memasarkan barang secara elektronik dengan menghubungkan penjual dan pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis Tokokita_22 dengan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan melalui media *online*.

Sumber data penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Sumber data primer yaitu kuesioner atau survei dan sumber data sekunder yaitu studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tokokita_22 akan melakukan pengembangan *digital marketing* dengan menggunakan sosial media *Instagram*, *Facebook*, dan *story Whatsapp* berupa konten video dan foto. Serta menambahkan platform penjualan seperti *Tiktok shop*.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, *Business Model Canvas (BMC)*, Pelayanan, Media Online

ABSTRACT

Fashion refers to anything worn on the body with the aim of protecting the body or enhancing one's appearance. The appeal of clothing products refers to the comfort of the product for consumers. The level of consumer interest is measured by the level of satisfaction in using the product. Tokokita_22 is a fashion store that sells a variety of women's and men's clothing with quality materials. Marketplace is a place to market goods electronically by connecting sellers and buyers. This study aims to determine the business development strategy of Tokokita_22 with the Business Model Canvas (BMC) approach and through online media.

The data sources for this study use primary and secondary data sources. The primary data source is a questionnaire or survey and the secondary data source is a literature study. The results of the study show that Tokokita_22 will develop digital marketing using social media Instagram, Facebook, and Whatsapp stories in the form of video and photo content. As well as adding sales platforms such as Tiktok shop.

Keywords: *Business Development Strategy, Business Model Canvas (BMC), Service, Online Media*

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Tokokita_22 Melalui Media *e-Commerce*” ini dengan tepat waktu. Penulis telah menyelesaikan skripsi ini berkat kerja sama dan dukungan dari beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M.Suyanto, M.M., selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.KOM., selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Ibu Suyatmi, S.E. M.M., selaku Kaprodi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta dan dosen penguji
4. Dodi Setyawan, S.Psi., MBA., Dr. Selaku dosen penguji
5. Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M selaku dosen pembimbing skripsi
6. Kedua orang tua penulis
7. Teman-teman dekat seperjuangan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis membutuhkan kritik dan saran yang membangun untuk kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca.

Yogyakarta, 20 Februari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

RINGKASAN	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan	7
1.2.1 Solusi.....	7
1.2.2 Nilai Lebih Yang Ditawarkan	7
1.3 <i>Nobel Purpose</i>	8
1.4 Visi dan Misi.....	8
1.4.1 Visi	8
1.4.2 Misi	9
BAB II DESKRIPSI BISNIS	10
2.1 Sejarah bisnis	10
2.2 Model Bisnis Yang Ditawarkan	10
2.3 Produk dan Inovasi Produk	14
2.4 Ukuran Pasar	16
2.4.1 <i>TAM (Total Addressable Market)</i>	16
2.4.2 SAM	17
2.4.3 <i>SOM (Serviceable Obtainable Market)</i>	17

2.5 Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing.....	18
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	21
2.6.1 Strategi Pemasaran	21
2.6.2 Strategi Operasional dan Produksi	23
2.6.3 Strategi SDM.....	25
2.6.4 Strategi Keuangan	32
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....	34
3.1 Analisis SWOT	34
3.2 Rencana Pengembangan Jangka Panjang dan Jangka Pendek.....	35
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	39
4.1 Neraca	39
4.2 Laporan Laba/Rugi.....	39
4.3 Arus Kas.....	40
4.4 BEP	41
4.5 Proyeksi Keuangan.....	42
BAB V PENUTUP.....	43
5.1 Kesimpulan	43
5.2 Saran.....	44
DAFTAR PUSTAKA	45
LAMPIRAN.....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Bukti Permasalahan Konsumen	6
Gambar 1. 2 <i>Value Proposition Canvas</i> Tokokita_22	8
Gambar 2. 1 <i>BMC</i> Tokokita_22	10
Gambar 2. 2 Produk Tokokita_22	21
Gambar 2. 3 Kemasan Produk	22
Gambar 2. 4 Media Penjualan Tokokita_22	22
Gambar 2. 5 HPP produk Tokokita_22	23
Gambar 2. 6 Media Pemasaran Tokokita_22	23
Gambar 2. 7 Tahapan Produksi Tokokita_22	25
Gambar 2. 8 Bagan Struktur Organisasi Tokokita_22	25
Gambar 4. 1 Neraca Tokokita_22	39
Gambar 4. 2 Laba/Rugi Tokokita_22	40
Gambar 4. 3 Arus Kas Tokokita_22	40
Gambar 4. 4 BEP Tokokita_22	41
Gambar 4. 5 Proyeksi Keuangan Tokokita_22	42

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Responden Berdasarkan Usia	2
Tabel 1. 2 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	3
Tabel 1. 3 Data Responden Berdasarkan Status.....	4
Tabel 1. 4 Data Responden Berdasarkan Domisili	4
Tabel 2. 1 Produk dan Inovasi Produk	14
Tabel 2. 2 Data Jumlah Penduduk Sleman 2024.....	16
Tabel 2. 3 Data Jumlah Penduduk menurut umur di Kabupaten Sleman tahun 2024	17
Tabel 2. 4 Analisis pesaing	19
Tabel 3. 1 Analisis SWOT	34
Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan Tokokita_22	35