

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS NEENAA FASHION**

**SKRIPSI**

**JALUR BISNIS PLAN**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana S1

pada Program Studi S1-Kewirausahaan



**Disusun oleh:**

Nina Tri Arianti

21.92.0349

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2025**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS NEENAA FASHION**

**SKRIPSI**

**JALUR BISNIS PLAN**

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai gelar Sarjana S1

pada Program Studi S1-Kewirausahaan



**Disusun oleh:**

Nina Tri Arianti

21.92.0349

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

**YOGYAKARTA**

**2025**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS NEENAA FASHION**

yang disusun dan diajukan oleh  
**Nina Tri Arianti**  
**21.92.0349**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 4 Juni 2025

**Dosen Pembimbing**



**Dinda Kusumaningrum, S. T., M.M**  
**NIK. 190302663**

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS NEENAA FASHION

yang disusun dan diajukan oleh

**Nina Tri Arianti**

**21.92.0349**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Juni 2025

#### Susunan Dewan Penguji

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

**Eny Ariyanto, S.E., M.Si., Dr.**  
**NIK. 190302713**



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



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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis  
Tanggal 25 Juni 2025



**Emha Taufiq Lutfi, S.T., M.kom., Ph.D**  
**NIK. 190302125**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Nina Tri Arianti  
NIM : 21.92.0313

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

**Strategi Pengembangan Bisnis NEENAA Fashion**

Dosen Pembimbing : Dinda Sukmaningrum, S.T., 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, 4 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Nina Tri Arianti

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati dan rasa syukur ke hadirat Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan lancar. Skripsi ini dipersembahkan kepada:

1. Diri pribadi sebagai bentuk apresiasi atas ketekunan, kesabaran, dan semangat yang terus dijaga hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
2. Kedua orang tua, Bapak Sudarsono dan Ibu Suryani Fatimah, serta Asbin Arjinto dan Nunuun Siti Rochimah selaku kakak, atas segala doa, dukungan, dan kasih sayang yang tiada henti selama proses studi hingga penyusunan skripsi ini.
3. Seluruh sahabat dan rekan-rekan yang senantiasa memberikan dukungan moril, semangat, serta doa dalam setiap langkah perjuangan akademik ini.
4. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Kewirausahaan angkatan 2021, atas kebersamaan, motivasi, dan kerja sama yang terjalin selama menjalani masa studi di Universitas Amikom Yogyakarta.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan skripsi yang berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis NEENAA Fashion” dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Kewirausahaan, Universitas Amikom Yogyakarta.

Selama proses penyusunan skripsi, banyak pihak yang telah memberikan dukungan, arahan, dan bantuan yang sangat berarti. Semoga segala bentuk bantuan dan kebaikan yang telah diberikan menjadi amal jariyah yang dibalas oleh Allah SWT dengan pahala yang berlipat ganda. Sebagai bentuk penghargaan yang setinggi-tingginya, ucapan terima kasih disampaikan 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 Suyatni, S.E., M.M., selaku Direktur Kemahasiswaan Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A., selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.
5. Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta, atas ilmu, inspirasi, serta motivasi yang telah diberikan selama masa studi.

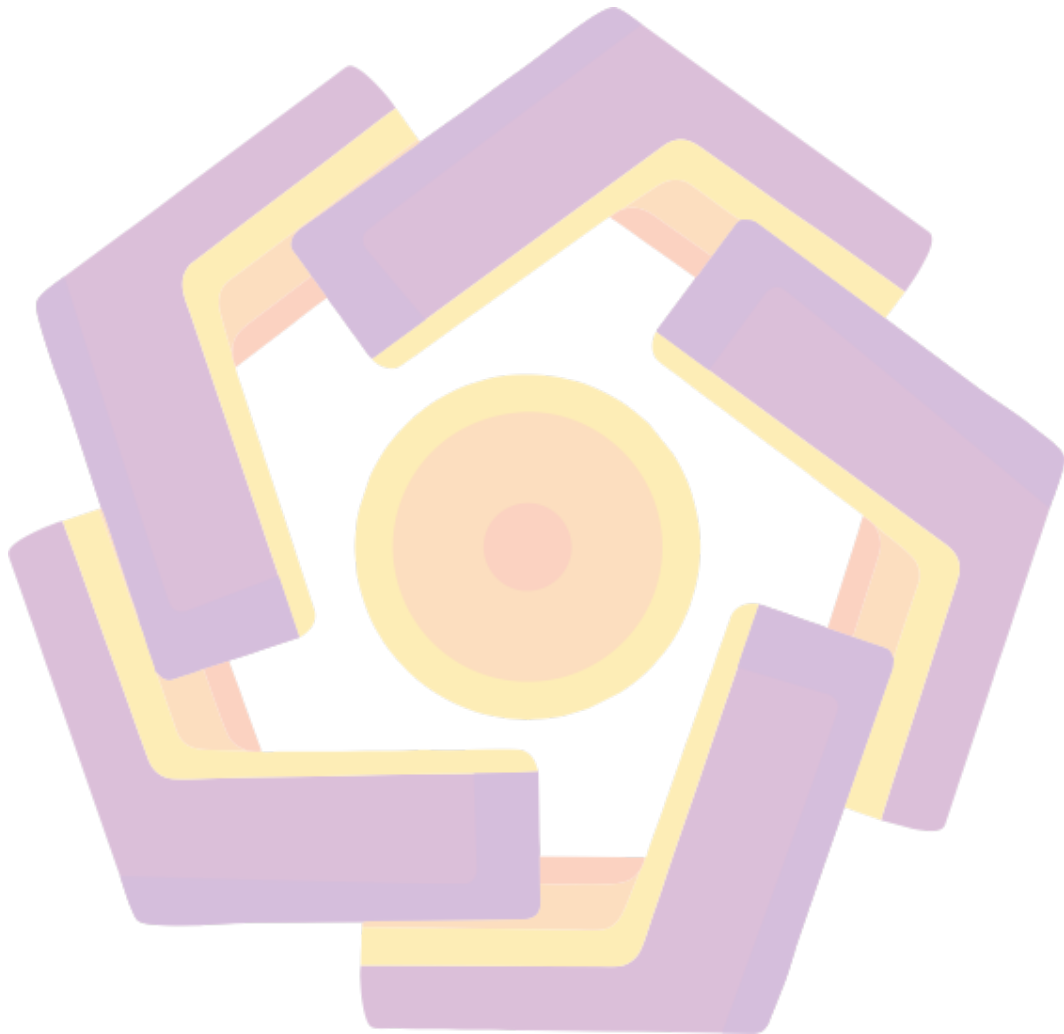
Yogyakarta, 10 Juni 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

|                                                        |             |
|--------------------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>                       | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>                        | <b>ii</b>   |
| <b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>        | <b>iii</b>  |
| <b>HALAMAN PERSEMBAHAN .....</b>                       | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>vi</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>                              | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                              | <b>ix</b>   |
| <b>INTISARI .....</b>                                  | <b>x</b>    |
| <b>ABSTRACT.....</b>                                   | <b>xi</b>   |
| <b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>                         | <b>1</b>    |
| 1.1 Permasalahan Konsumen .....                        | 1           |
| 1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan .....       | 7           |
| 1.3 Noble Purpose .....                                | 8           |
| 1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis.....                    | 9           |
| <b>BAB II DESKRIPSI BISNIS .....</b>                   | <b>10</b>   |
| 2.1 Sejarah Bisnis .....                               | 10          |
| 2.2 Model Bisnis yang Dijalankan .....                 | 10          |
| 2.3 Produk dan Inovasi Produk .....                    | 21          |
| 2.4 Ukuran Pasar .....                                 | 22          |
| 2.5 Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing ..... | 24          |
| 2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis .....                  | 26          |
| <b>BAB III RENCANA PENGEMBANGAN USAHA .....</b>        | <b>47</b>   |
| 3.1 Analisis SWOT.....                                 | 47          |
| 3.2 Strategi Pengembangan Bisnis .....                 | 49          |
| 3.3 Rencana Pengembangan.....                          | 52          |
| <b>BAB IV LAPORAN KEUANGAN .....</b>                   | <b>56</b>   |

|                            |           |
|----------------------------|-----------|
| <b>BAB V PENUTUP .....</b> | <b>62</b> |
| <b>DAFTAR PUSTAKA.....</b> | <b>65</b> |
| <b>LAMPIRAN.....</b>       | <b>70</b> |



## DAFTAR TABEL

|                                                           |    |
|-----------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1.1 Identifikasi Permasalahan konsumen.....         | 2  |
| Tabel 2.1 Analisis NEENAA Fashion Dibanding Pesaing ..... | 25 |
| Tabel 2.2 Produk NEENAA Fashion .....                     | 27 |
| Tabel 2.3 Variasi Warna Produk NEENAA Fashion.....        | 28 |
| Tabel 2.4 Harga Jual Produk NEENAA Fashion.....           | 29 |
| Tabel 2.5 Komponen Sistem Penggajian .....                | 40 |
| Tabel 3.1 Analisis SWOT NEENAA Fashion .....              | 48 |
| Tabel 3.2 Matrix SWOT NEENAA Fashion .....                | 50 |
| Tabel 3.3 Rencana Pengembangan NEENAA Fashion .....       | 53 |
| Tabel 4.1 Neraca .....                                    | 56 |
| Tabel 4.2 Laporan Laba Rugi.....                          | 57 |
| Tabel 4.3 Laporan Arus Kas .....                          | 58 |
| Tabel 4.4 Biaya Tetap .....                               | 59 |
| Tabel 4.5 Biaya Variabel Hijab Polycotton .....           | 59 |
| Tabel 4.6 Biaya Variabel Hijab Paris.....                 | 59 |
| Tabel 4.7 Perhitungan BEP .....                           | 59 |
| Tabel 4.8 Proyeksi Laba Rugi.....                         | 60 |
| Tabel 4.9 Proyeksi Arus Kas.....                          | 61 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                   |    |
|-------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1 Data Kuesioner Berdasarkan Usia.....                   | 3  |
| Gambar 1.2 Data Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin .....         | 3  |
| Gambar 1.3 Data Kuesioner Berdasarkan Domisili .....              | 4  |
| Gambar 1.4 Permasalahan Konsumen Terkait Kualitas Hijab.....      | 5  |
| Gambar 1. 5 Permasalahan Konsumen Terkait Review Produk .....     | 6  |
| Gambar 1.6 Permasalahan Konsumen Terkait Variasi Warna Hijab..... | 6  |
| Gambar 1.7 Logo Bisnis NEENAA Fashion .....                       | 9  |
| Gambar 2.1 BMC NEENAA Fashion.....                                | 12 |
| Gambar 2.2 VPC NEENAA Fashion .....                               | 14 |
| Gambar 2.3 Inovasi produk.....                                    | 21 |
| Gambar 2.4 Media Promosi NEENAA Fashion .....                     | 30 |
| Gambar 2.5 <i>Place</i> NEENAA Fashion.....                       | 31 |
| Gambar 2.6 Alur Produksi NEENAA Fashion .....                     | 35 |
| Gambar 2.7 Proses <i>Quality Control</i> NEENAA Fashion.....      | 36 |
| Gambar 2.8 Struktur Organisasi NEENAA Fashion.....                | 38 |
| Gambar 2.9 Proses Rekrutmen NEENAA Fashion .....                  | 40 |
| Gambar 2.10 Prosedur PHK NEENAA Fashion.....                      | 41 |
| Gambar 2.11 Bukti Transaksi .....                                 | 43 |

## INTISARI

NEENAA Fashion adalah bisnis yang bergerak dalam penjualan berbagai macam fashion wanita, yang mencakup produk dari brand pribadi serta brand lainnya, dengan rentang harga yang bervariasi dari terjangkau hingga premium. Perubahan pola konsumsi yang dipicu oleh kemajuan teknologi dan popularitas media sosial telah mendorong NEENAA Fashion untuk menjadikan penjualan online sebagai fokus utamanya.

Dalam menghadapi tantangan dari persaingan yang semakin ketat di industri fashion, NEENAA Fashion memerlukan strategi pengembangan bisnis yang tepat, terutama dalam aspek pemasaran digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan strategi bisnis yang spesifik, dengan penekanan pada peningkatan penjualan secara online.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, yang melibatkan pengumpulan data dari dua kategori: data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada konsumen untuk memahami preferensi dan perilaku belanja mereka, sementara data sekunder diperoleh dari studi literatur yang relevan untuk mendukung analisis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis yang bermanfaat untuk pengembangan dan pertumbuhan NEENAA Fashion di pasar yang kompetitif ini.

**Kata kunci:** Fashion wanita, Pengembangan bisnis, Pemasaran digital, Persaingan bisnis, Media sosial.

## ABSTRACT

*NEENAA Fashion is a business engaged in the sale of various women's fashion items, including products from both private and other brands, with a price range varying from affordable to premium. Changes in consumer patterns driven by technological advancements and the popularity of social media have prompted NEENAA Fashion to make online sales its main focus.*

*In facing the challenges of increasingly fierce competition in the fashion industry, NEENAA Fashion requires an appropriate business development strategy, particularly in the area of digital marketing. This research aims to develop specific business strategies, with an emphasis on increasing online sales.*

*The research method used is a qualitative approach, involving data collection from two categories: primary data and secondary data. Primary data is obtained through questionnaires distributed to consumers to understand their preferences and shopping behavior, while secondary data is gathered from relevant literature to support the analysis. The results of the study are expected to provide strategic recommendations that are beneficial for the development and growth of NEENAA Fashion in this competitive market.*

**Keywords:** *Women's fashion, Business development, Digital marketing, Business competition, Social media.*

