

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
CLOTHING PLAST
SKRIPSI NON REGULAR**

Untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada
Program Studi S1-Kewirausahaan



Disusun Oleh :

KURNELIUS VIDI KRISTANTO

21.92.0421

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2024/2025**

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS CLOTHING PLAST

SKRIPSI NON REGULAR

Untuk memenuhi sebagai persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada Program
Studi S1-Kewirausahaan



Disusun Oleh :

KURNELIUS VIDI KRISTANTO

21.92.0421

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

2024/2025

HALAMAN PERSETUJUAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS CLOTHING PLAST

yang disusun dan diajukan oleh

Kurnelius Vidi Kristanto

21.92.0421

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 30 Juni 2025

Dosen Pembimbing

Narwanto Nurcahyo, S.H, M.M

NIK. 190302581

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS CLOTHING PLAST

yang disusun dan diajukan oleh

Kurnelius Vidi Kristanto

21.92.0421

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal 30 Juni 2025

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Reza Widhar Pahlevi, S.E, M.M

NIK. 190302587

Yusuf Amri Amrullah, S.E, M.M

NIK. 190302308

Narwanto Nurcahyo, S.H, M.M

NIK. 190302581

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

Tanggal 30 Juni 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufik Luthfi, S.T., M.Kom, Ph.D

NIK. 190302125

KATA PENGANTAR

Segala piji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Clothing Plast" Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program Sarjana di Universitas Amikom Yogyakarta.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menerima banyak dukungan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M Suyanto, MM., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, ST., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Dan Sosial.
3. Ibu Suyatmi, S.E., M.M., selaku Kaprodi S1-Kewirausahaan
4. Bapak Narwanto Nurcahyo, S.H., M.M., selaku dosen pembimbing yang selalu meluangkan waktu, tenaganya untuk membimbing, memotivasi, dan memberi masukan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta yang telah memberi bekal ilmu yang sangat berguna bagi penulis dan penyusunan skripsi ini maupun pada saat proses perkuliahan.
6. Kedua orang tua penulis bapak dan ibu tercinta yang selalu mendoakan, mendukung, memberi semangat, merawat dan juga mendidik penulis serta bekerja keras dalam memenuhi kebutuhan penulis sehingga dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Dan terimalah persembahan bakti dan cinta kasih saya untuk bapak dan ibu selaku orang tua penulis.

7. Seluruh keluarga besar yang selalu mendukung proses penulis dalam hal menuntut ilmu.
8. Teman-teman terdekat penulis Nursabatini, Arimalik dan Eben yang selalu membantu berdiskusi, menyumbangkan ideide dan juga sebagai tempat keluh kesah selama menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
9. Teman-teman kelas yang selalu membantu, memberi semangat bagi penulis, Hanif, Zunan, Dany, Soni, Alwan, Otniel, Abdul, Daweng dan yang lain.
10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi materi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan dan penyempurnaan di masa mendatang.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu di bidang studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta. Semoga segala jerih payah yang telah diberikan oleh semua pihak mendapatkan balasan yang setimpal dari Tuhan Yang Maha Esa

Yogyakarta, 30 Juli 2025

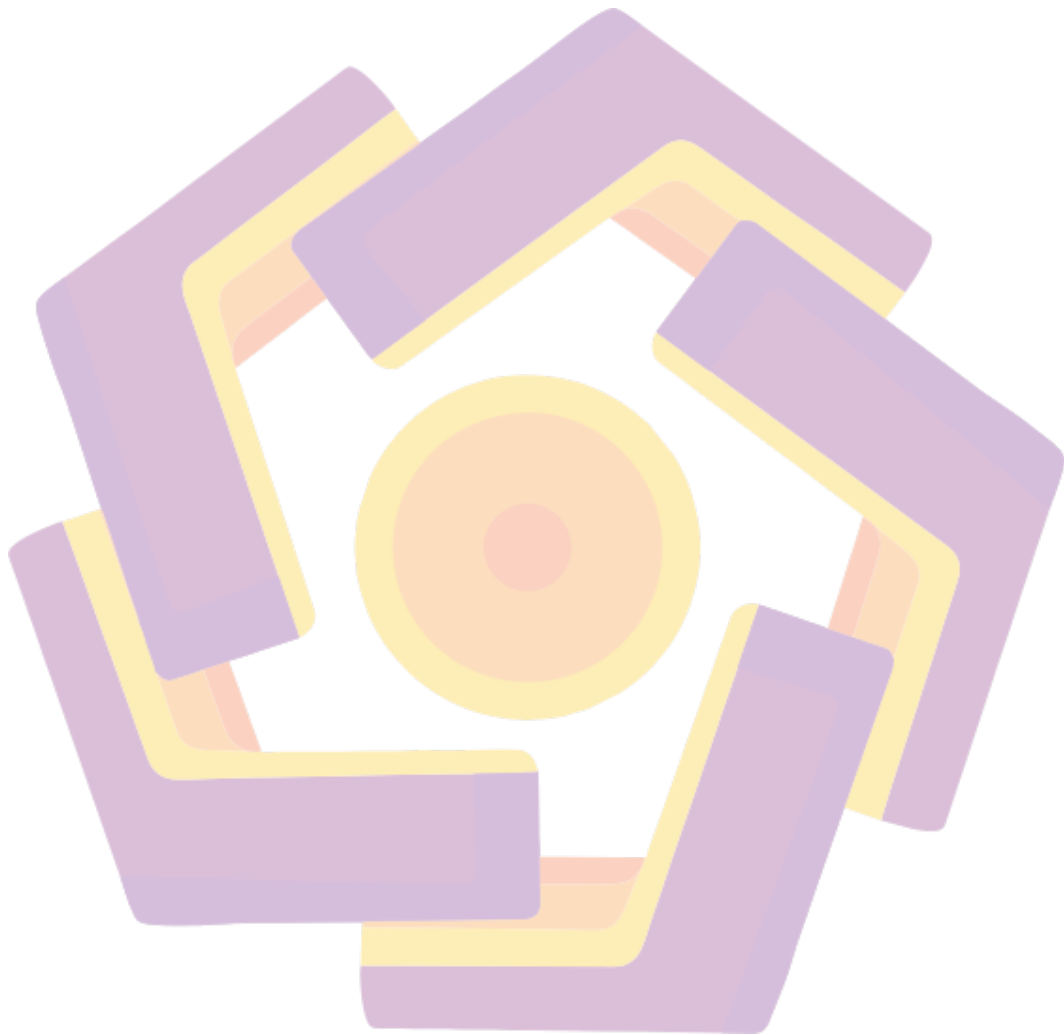
Penulis

Kurnelius Vidi Kristanto

DAFTAR ISI

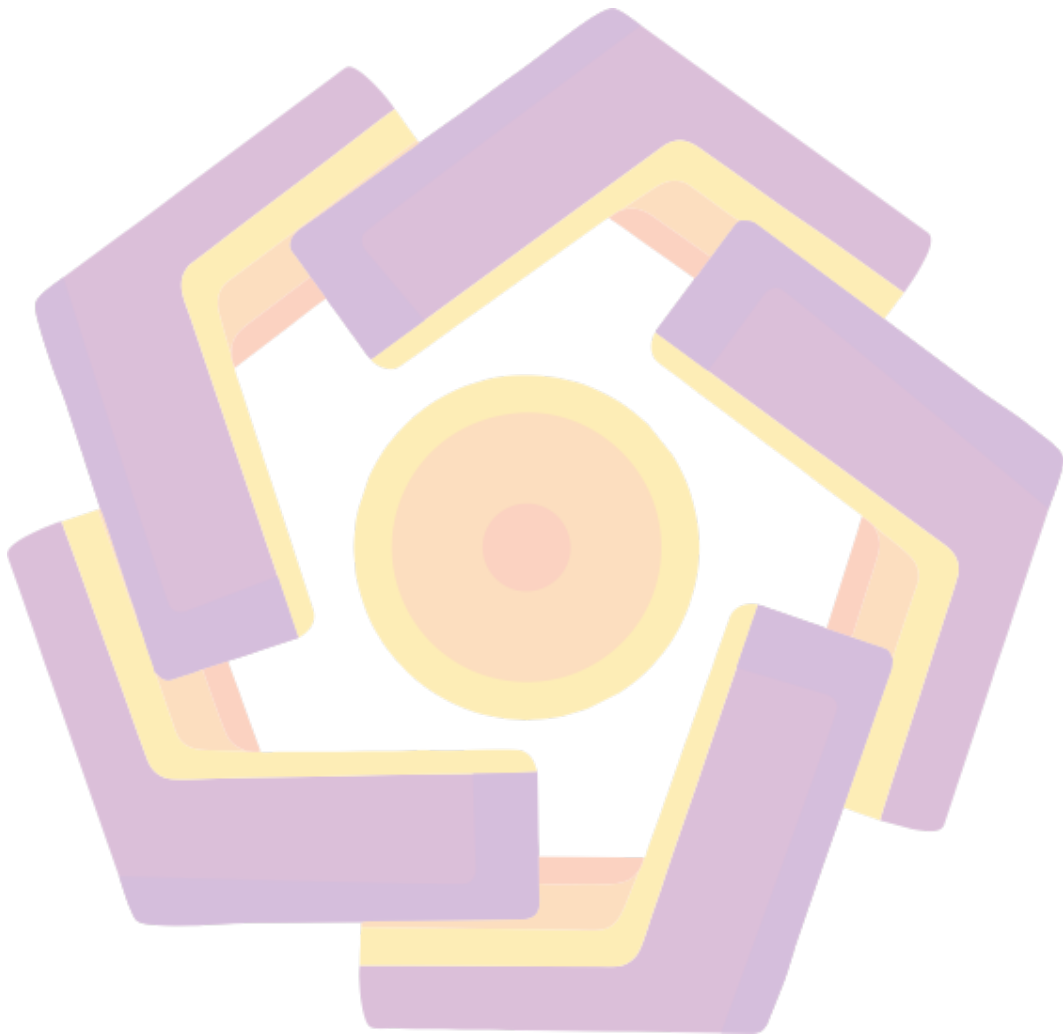
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS CLOTHING PLAST	ii
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Permasalahan Konsumen	1
1.2. Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	2
1.3. <i>Noble Purpose</i>	2
1.4. Visi, Misi dan Logo Bisnis.....	3
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	8
2.5. Strategi pengelolaan bisnis.....	10
2.5.1 Strategi pemasaran.....	10
2.5.2 Strategi operasional dan produksi.....	10
2.5.3 Strategi sumber daya manusia	11
2.6. Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing.....	13
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS	14
3.1 Analisa SWOT	14
3.2 Rencana pengembangan.....	15
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	18
4.1 Neraca	18
4.2 Laporan Laba/Rugi	20
4.3 Laporan Arus Kas	21
4.4 BEP dan ROI.....	23
BAB V PENUTUP	25
5.1 Kesimpulan	25

5.2	Saran	26
DAFTAR PUSTAKA		27
LAMPIRAN		28



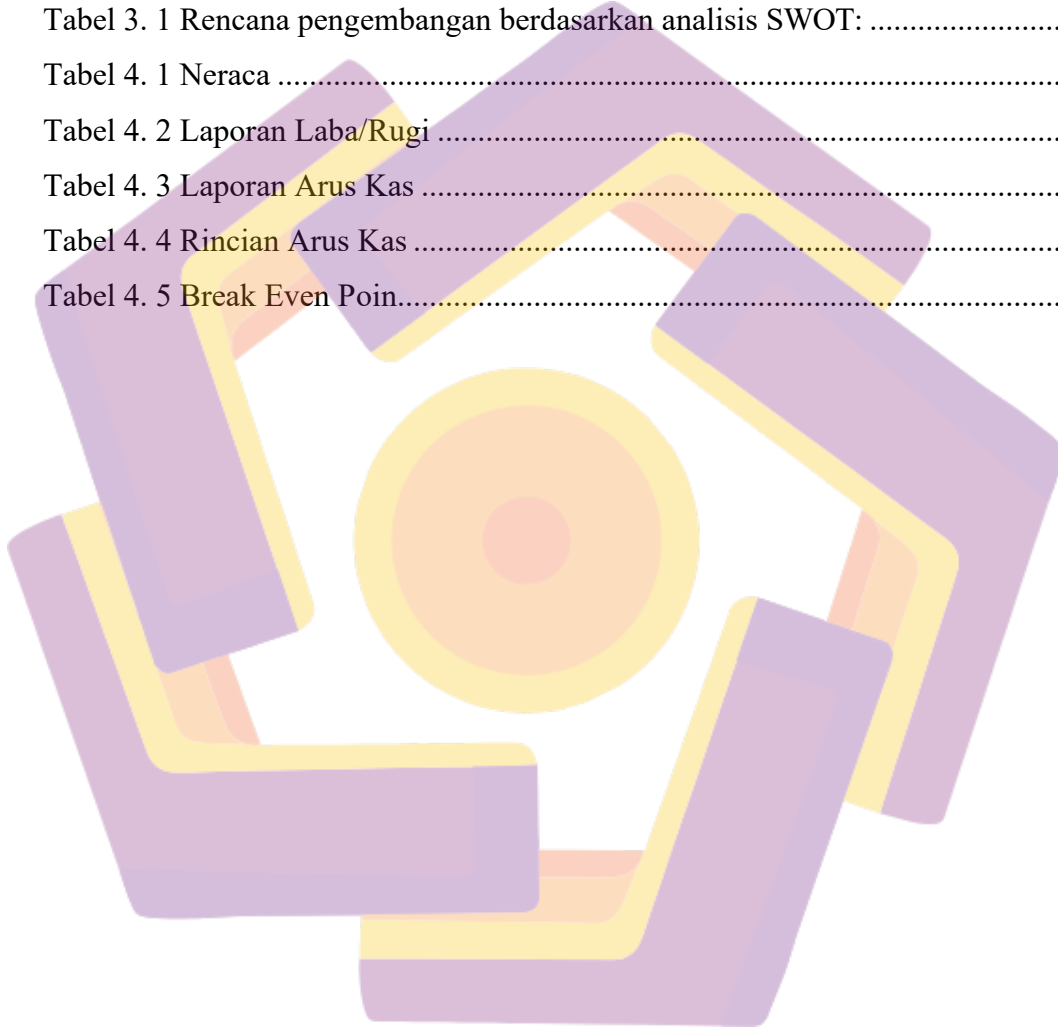
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo	3
Gambar 2. 1 Slingbag	5
Gambar 2. 2 Business Model Canva.....	7



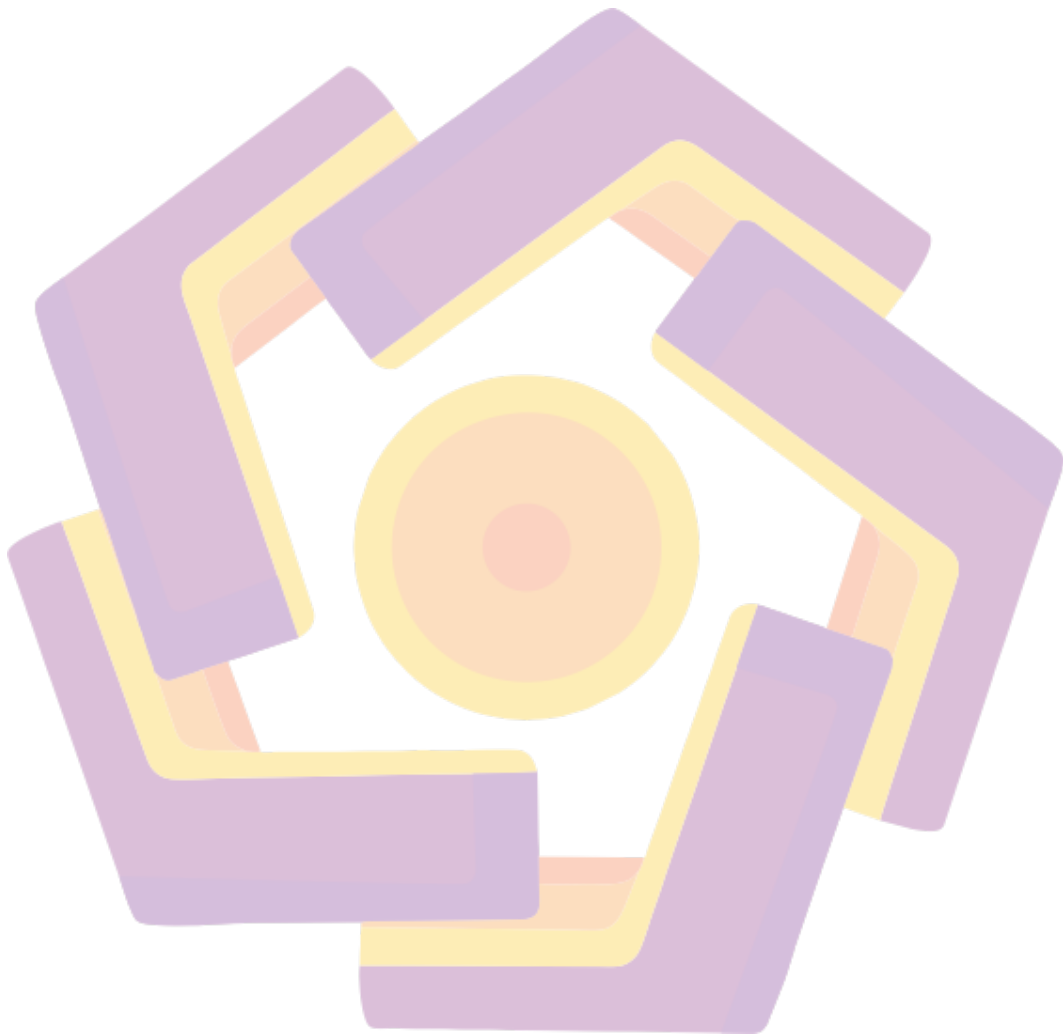
DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Produk Plast	8
Tabel 2. 2 Populasi	9
Tabel 2. 3 Struktur Organisasi	11
Tabel 2. 4 Analisis Kompetitor	13
Tabel 3. 1 Rencana pengembangan berdasarkan analisis SWOT:	15
Tabel 4. 1 Neraca	18
Tabel 4. 2 Laporan Laba/Rugi	20
Tabel 4. 3 Laporan Arus Kas	21
Tabel 4. 4 Rincian Arus Kas	22
Tabel 4. 5 Break Even Poin.....	24



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Laporan legalitas bisnis	34
Lampiran 2 Media Promosi.....	36
Lampiran 3 Foto Aktivitas	37



ABSTRAK

Plast adalah brand clothing lokal yang berdiri pada Desember 2020 di Sleman, dengan fokus menyediakan produk fesyen bertema skateboard yang terjangkau dan relevan dengan kebutuhan komunitas. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap konsumen, ditemukan dua permasalahan utama: harga produk yang dianggap tidak sebanding dengan kualitas serta desain yang kurang sesuai dengan selera pasar. Untuk menjawab tantangan tersebut, Plast menerapkan strategi harga kompetitif dengan memanfaatkan material seperti Cotton Aura yang nyaman dan ekonomis, serta menyajikan desain yang diambil dari karakter budaya skateboard lokal. Strategi pemasaran difokuskan melalui media sosial dan sistem penjualan online untuk menekan biaya operasional. Inovasi produk dan desain yang mengikuti tren anak muda menjadi keunggulan Plast dalam menghadapi kompetitor yang menjual produk serupa dengan harga lebih tinggi. Selain itu, pendekatan berbasis komunitas dan keberlanjutan bisnis menjadi fondasi dalam menjaga loyalitas konsumen. Hasil dari strategi ini menunjukkan peningkatan brand awareness dan potensi keuntungan yang menjanjikan. Dengan kombinasi antara harga terjangkau dan desain relevan, Plast mampu membangun identitas merek yang kuat di pasar lokal, sekaligus membuka peluang ekspansi yang lebih luas ke depannya.

Kata kunci: harga terjangkau, desain relevan, streetwear, komunitas skateboard, bisnis lokal

ABSTRACT

Plast is a local clothing brand established in December 2020 in Sleman, aiming to provide affordable and relevant skateboard-themed fashion product tailored to the needs of its community. Based on a consumer survey, two major issues were identified: product price were often not aligned with customer preference. To address these challenges, Plast implemented a competitive pricing strategy using materials such as Cotton Aura, wich offers both comfort and affordability. The brand also introduced designs inspired by local skateboard culture. Marketing efforts focus on social media and online sales to minimize operational costs. Trend-driven product innovation and youth-oriented design are key advantage for Plast in competing with higher-priced brand. Additionally, a community-based and sustainainable approach supports customer loyalty. The result of this strategy show increased brand awareness and promising profit potential. By combining affordable pricing with relevant design, Plast has successfully built a stong brand identify in the local market and opened opportunities for broader expansion in the future.

Keywords: *Affordable price, Relevant design, Streetwear, Skateboard community, Local business*

