

**PENGEMBANGAN USAHA *SOUVENIR “THEBEMBEB”*  
BAHAN BAKU RESIN DI KOTA PANGKALPINANG**

SKRIPSI



disusun oleh

**Ichsan Ananda Putra  
17.92.0023**

**PROGRAM SARJANA  
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN  
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL  
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTAYOGYAKARTA  
2022**

**PENGEMBANGAN USAHA *SOUVENIR “THEBEMBEB”***  
**BAHAN BAKU RESIN DI KOTA PANGKALPINANG**  
**SKRIPSI**

untuk memenuhi sebagian persyaratan  
mencapai gelar Sarjana  
pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

**Ichsan Ananda Putra**  
**17.92.0023**

**PROGRAM SARJANA**  
**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**  
**UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**  
**YOGYAKARTA**  
**2022**

**PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGEMBANGAN USAHA *SOUVENIR***

**“*THEBEMBEB*” BAHAN BAKU *RESIN* DI KOTA**

**PANGKALPINANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ichsan Ananda Putra**

**17.92.0023**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi pada

tanggal 31 oktober 2021

**Dosen Pembimbing,**



**Reza Widhar Pahlevi SE., MMNIK.**

**190302587**

**PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**PENGEMBANGAN USAHA *SOUVENIR***  
**“*THEBEMBEB*” BAHAN BAKU *RESIN* DI**  
**KOTA PANGKALPINANG**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

**Ichsan Ananda Putra**

**17.92.0023**

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada  
tanggal 25 maret 2022

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Suvatmi, SE, M.M**

**NIK. 190302019**

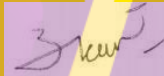
**Rahma Widyawati, SE, M.M.**

**NIK. 190302013**

**Reza Widhar Pahlevi SE., M.M.**

**NIK. 190302587**

**Tanda Tangan**



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan  
Tanggal 25 maret 2022

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**

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

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang 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, 25 maret 2022



Ichsan Ananda Putra

NIM. 17.92.0023

## DAFTAR ISI

COVER.....	i
LEMBAR JUDUL.....	ii
PERSETUJUAN .....	iii
PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKIPSI .....	v
<i>DAFTAR ISI</i> .....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
ABSTRAK .....	x
SUMMARY.....	xii
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<i>PENDAHULUAN</i> .....	<i>1</i>
<i>1.1. Latar Belakang</i> .....	<i>1</i>
<i>1.2. Rumusan Masalah</i> .....	<i>2</i>
<b>BAB II</b> .....	<b>3</b>
<b>MASALAH, SOLUSI, DAN PRODUK/JASA</b> .....	<b>3</b>
<i>2.1. Permasalahan</i> .....	<i>3</i>
<i>2.2. Solusi</i> .....	<i>3</i>
<i>2.3. Produk/Jasa</i> .....	<i>4</i>
<b>BAB III</b> .....	<b>8</b>
<b>SUMBER DAYA</b> .....	<b>8</b>
<i>1.2. Alat Bantu</i> .....	<i>8</i>
<i>1.3. Tim Bisnis</i> .....	<i>9</i>
<b>BAB IV</b> .....	<b>12</b>
<b>PESAING DAN KEUNGGULAN PESAING</b> .....	<b>12</b>
<i>4.1. Pesaing Produk/Jasa</i> .....	<i>12</i>
<i>4.2. Keunggulan Produk/Jasa Pesaing</i> .....	<i>16</i>
<b>BAB V</b> .....	<b>17</b>
<b>TARGET PELANGGAN DAN KETERSEDIAAN PASAR</b> .....	<b>17</b>
<i>5.1. Target Pelanggan</i> .....	<i>17</i>
<i>5.2. Ketersediaan Pasar</i> .....	<i>17</i>
<b>BAB VI</b> .....	<b>19</b>
<b>STRATEGI PEMASARAN DAN AKUISISI PELANGGAN</b> .....	<b>19</b>
<i>6.1. Strategi Pemasaran</i> .....	<i>19</i>

6.2.	<i>Akuisisi Pelanggan</i> .....	20
<b>BAB VII</b> .....		<b>21</b>
<b>BUSINESS PLAN</b> .....		<b>21</b>
7.1.	<i>Bisnis Model Canvas</i> .....	21
7.2.	<i>Milestone</i> .....	23
<b>BAB VIII</b> .....		<b>24</b>
<b>RENCANA PENGEMBANGAN</b> .....		<b>24</b>
8.1.	<i>Rencana Pengembangan Bisnis 3 Bulan Kedepan :</i> .....	24
8.2.	<i>Strategi Milestone</i> .....	25
8.3.	<i>Rencana Pengembangan Bisnis 1 Tahun Kedepan</i> .....	26
<b>BAB IX</b> .....		<b>28</b>
<b>LAPORAN KEUANGAN, PROYEKSI KEUANGAN DAN KEBUTUHANDANA</b> <b>PENGEMBANGAN</b> .....		<b>28</b>
9.1.	<i>Laporan Keuangan</i> .....	28
9.2.	<i>Proyeksi Keuangan</i> .....	33
9.3.	<i>Kebutuhan Dana Pengembangan</i> .....	35
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....		<b>39</b>
<b>Lampiran</b> .....		<b>40</b>



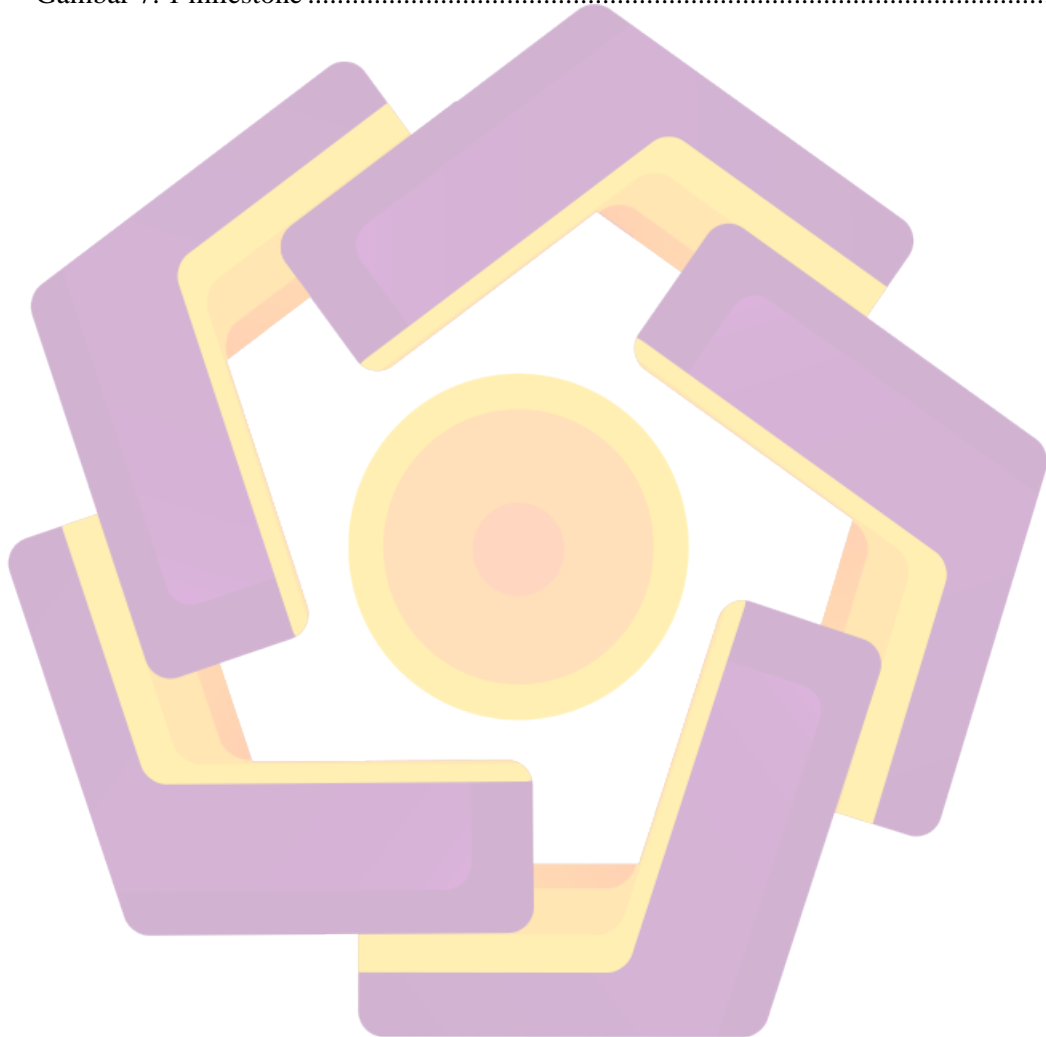
## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kebutuhan dan Bahan Baku.....	8
Tabel 3. 2 Alat Bantu Produksi.....	9
Tabel 3. 3 Alat Bantu Pemasaran.....	9
Tabel 3. 4 Tim Bisnis thebembab.....	9
Tabel 4. 1 Analisis SWOT.....	12
Tabel 4. 2 Keunggulan Produk/Jasa Pesaing.....	16
Tabel 7. 1 Bisnis Model Canvas.....	21
Tabel 8. 1 Strategi Pengembangan BMC souvenir “thebembab”.....	27
Tabel 9.1 Laporan Pemasukan.....	28
Tabel 9.2 Laporan Pengeluaran.....	28
Tabel 9.3 Rincian Produk.....	29
Tabel 9.4 Jurnal Umum souvenir “thebembab”.....	29
Tabel 9.5 Laporan neraca dan Laba/Rugi souvenir “thebembab”.....	31
Tabel 9.6 Neraca periode September 2020-Februari 2021.....	32
Tabel 9.7 Hutang Piutang.....	32
Tabel 9.8 Biaya Tetap.....	33
Tabel 9.9 Biaya Variabel.....	33
Tabel 9.10 BEP, ROI dan target penjualan tiap.....	34
Tabel 9. 11 Biaya Pengembangan.....	35



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gantungan Kunci .....	4
Gambar 2. 2 Backdoor Vape.....	5
Gambar 2. 3 lukisan gliter.....	6
Gambar 2. 4 Sketsa Lukisan Gliter .....	7
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi Thebembek.....	11
Gambar 4. 1 Positioning map.....	15
Gambar 7. 1 milestone .....	23



## ABSTRAK

Indonesia merupakan negara kepulauan yang terkenal dengan berbagai tempat indah untuk dikunjungi baik yang sudah terkenal maupun tempat yang belum terjamah oleh manusia. Salah satu Kepulauan yang memiliki tempat wisata yang indah yaitu Provinsi Kepulauan Bangka Belitung (Babel). Provinsi Kep. Babel memiliki tempat wisata baru mulai dari pantai, air terjun, sungai maupun wisata alam lainnya yang memberikan dampak positif bagi masyarakat maupun pemerintah daerahnya.

Melihat dari geliat bidang pariwisata yang berkembang saat ini, bidang pariwisata merupakan salah satu sektor ekonomi yang gencar dikembangkan oleh pemerintah daerah maupun pemerintah Pusat. Pemerintah dan masyarakat bersinergi untuk memajukan sektor pariwisata yang dapat memberikan peluang untuk menopang pendapatan daerah sehingga dampaknya dapat dirasakan oleh kehidupan masyarakat ke taraf yang lebih baik. Munculnya tempat wisata baru dengan konsep yang unik membuat gairah pariwisata sangat menjanjikan untuk dikembangkan lebih baik lagi.

Pariwisata juga merupakan komoditi *modern* seperti sekarang ini membuka banyak peluang usaha baru yang dapat menunjang pendapatan bagi suatu daerah khususnya masyarakat dengan adanya lapangan pekerjaan dan peluang usaha baru bagi masyarakat. Peluang usaha pariwisata yang meliputi kuliner dan *souvenir* merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan dalam menunjang sektor pariwisata. Apabila semua elemen masyarakat bersinergi dalam hal perkembangan sektor wisata bukan tidak mungkin sektor pariwisata menjadi tulang punggung penopang ekonomi daerah maupun nasional.

Dengan meningkatnya sektor bidang pariwisata, maka hadirnya *souvenir "thebembab"* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pasar dan menjalin kerja sama dengan tempat - tempat wisata, *outlet*, dan juga *even organizer* (EO). Produk *souvenir* dapat menjadi buah tangan sebagai kenang-kenangan yang akan diingat oleh konsumen atas pengalaman mereka dalam berwisata baik dalam bentuk *souvenir*, kerajinan tangan, lukisan wajah dan lainnya.

Strategi pemasaran *souvenir "thebembab"* melalui offline dan online. Untuk offline dengan bekerja sama dengan pelaku UMKM seperti tempat – tempat wisata, *vape store*, *even planner* dan *outlet souvenir*. Sedangkan untuk pemasaran online *souvenir "thebembab"* memasarkan produk melalui *market place* seperti shopee, tokopedia dan sejenisnya juga melalui media sosial pribadi *souvenir "thebembab"*

Target pasar *souvenir "thebembab"* dari konsumen umur 10 - 40 tahun. Mulai dari kalangan anak- anak, remaja, dewasa hingga ke masyarakat pencinta koleksi barang unik. Untuk anak – anak produk yang dihasilkan seperti gantungan kunci, dan gantungan tas. Untuk remaja dan dewasa produk yang dihasilkan seperti aksesoris *backdoor vape*, *lukisan glitter*. Kemudian untuk masyarakat luas khususnya pencinta koleksi barang unik seperti aksesoris rumah tangga berupa vas bunga, bingkai foto, asbak rokok serta peloucingan terbaru (tahap perencanaan) yaitu meja modern baik meja makan, meja tamu ataupun meja kerja yang dipadukan dari bahan kayu serta resin menambah kesan elegan meja modern.

Tujuan rencana pengembangan *souvenir “thebembab”* bukan hanya untuk menjual produk tetapi memberikan manfaat bagi masyarakat dengan adanya ketersediaan lapangan pekerjaan serta memberikan peluang bagi mitra bisnis seperti UMKM sehingga dapat meningkatkan penjualan serta membangun hubungan relasi yang harmonis. Disisi lain dengan adanya *souvenir “thebembab”* diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap menopang pendapatan daerah terutama pendapatan masyarakat dari kalangan ekonomi menengah ke bawah.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, Souvenir, BMC dan Kewirausahaan



## SUMMARY

Indonesia is an Archipelago Country that is famous for various beautiful places to visit both famous and untouchable by humans. One of the islands that has beautiful tourist attractions is the Bangka Belitung Islands Province (Babel). Bangka Belitung Islands Province (Babel) has new tourist attractions ranging from beaches, waterfalls, rivers and other natural attractions that have a positive impact on the community and local government.

Seeing from the development of tourism today, the field of tourism is one of the economic sectors that are intensively developed by the local government and the Central government. The government and the community synergize to advance the tourism sector that can provide opportunities to sustain regional incomes. The impact can be felt by people's lives to a better level. The emergence of new tourist attractions with a unique concept makes the passion of tourism very promising to be developed even better.

Nowdays, tourism is also a modern commodity which opens many new business opportunities. So that, it can become an support income for an area, especially the community with new jobs and business opportunities for the community. Tourism business opportunities that include culinary and souvenirs are two things that cannot be separated in supporting the tourism sector. If all elements of society synergize in terms of the development of the tourism sector, it is not impossible for the tourism sector to be the backbone of regional and national economic support. By increasing tourism sector, the presence of souvenirs "*thebembek*" is expected to meet the needs of the market and establish cooperation with tourist attractions, outlets, and even-organizers (EO). Souvenir products can be a hand as a memento that will be remembered by consumers for their experience in traveling both in the form of souvenirs, crafts, face painting and others.

*souvenirs "thebembek"* marketing uses two marketing strategies that are through offline and online. First, the CEO will go offline by working with MSME actors such as tourist attractions, vape stores, even planners and souvenir outlets to market souvenir products "*thebembek*". The second strategy is through online. "*thebembek*" markets their products through market places such as shopee, tokopedia and the like also through personal social media "*thebembek*".

The target market of consumers are in aged 12 - 40 years. Starting from among children, teenagers, adults to the community lovers of unique collections of goods. For children the products produced such as key chains, and bag hangers. For teenagers and adults the resulting products such as backdoor vape accessories, glitter paintings. Then for the wider community, especially lovers of a collection of unique items such as household accessories in the form of flower vases, photo frames, cigarette ashtrays and the latest pelouncing (the disbursing stage) which is a modern table, either dining table, guest table or worktable combined with wood and resin adding to the elegant impression of modern tables. The advantages of resin raw material products compared to other products are very large among the

products produced more diverse, creative, innovative, and unique.

The purpose of the souvenir development plan "*thebembé*" is not only to sell products but also provides the benefits to the community with the availability.

of jobs and provide opportunities for business partners such as MSMEs so as to increase sales and build harmonious relationships. On the other hand, "*thebembé*" is expected to contribute to the regional income supporting, especially the income of the community from the lower economy.

Keywords: Development Strategy, Souvenir, BMC and Entrepreneurship

