

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AL-NAJAH1.ID
MELALUI MEDIA E-COMMERCE**

SKRIPSI

SKEMA ENTREPRENEUR – BUSINESS PLAN

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada Program
Studi S1-Akuntansi



Disusun oleh:

Qotrun Nada Arista

21.93.0275

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

2026

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AL-NAJAH1.ID
MELALUI MEDIA E-COMMERCE**

SKRIPSI

SKEMA ENTREPRENEUR – BUSINESS PLAN

untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai derajat Sarjana S1 pada Program
Studi S1-Akuntansi



Disusun oleh:

Qotrun Nada Arista

21.93.0275

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

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AL-NAJAH1.ID MELALUI
MEDIA E-COMMERCE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Qotrun Nada Arista
21.93.0275

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 9 Maret 2026

Dosen Pembimbing,



Widiyanti Kurnianingsih, S.E., M.Ak., AK., CA., CRA.
NIK. 190302027

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AL-NAJAH1.ID MELALUI
MEDIA E-COMMERCE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Qotrun Nada Arista
21.93.0275

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 9 Maret 2026

Nama Penguji

Irtan, S.E., M.Si.
NIK. 190302579

Fahrul Imam Santoso, S.E., M.Ak., Ak., CA.
NIK. 190302295

Widiyanti Kurnianingsih, S.E., M.Ak., AK.,
CA., CRA.
NIK. 190302027

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak)
Tanggal 9 Maret 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

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, 9 Maret 2026



Qotrun Nada Arista
NIM 21.93.0275

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Akuntansi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Fahrul Imam Santoso, S.E., M.Akt. selaku Ketua Program Studi Akuntansi Universitas Amikom Yogyakarta
4. Widiyanti Kurnianingsih, S.E., M.Ak., AK., CA., CRA. Selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Orang tua, keluarga dan teman penulis yang telah membantu dan mendukung sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari aspek bahasa, penyusunan, maupun penulisannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi bagi penulis di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat menambah wawasan bagi para pembaca dan juga bermanfaat untuk peningkatan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta, 9 Maret 2026



Qotrun Nada Arista

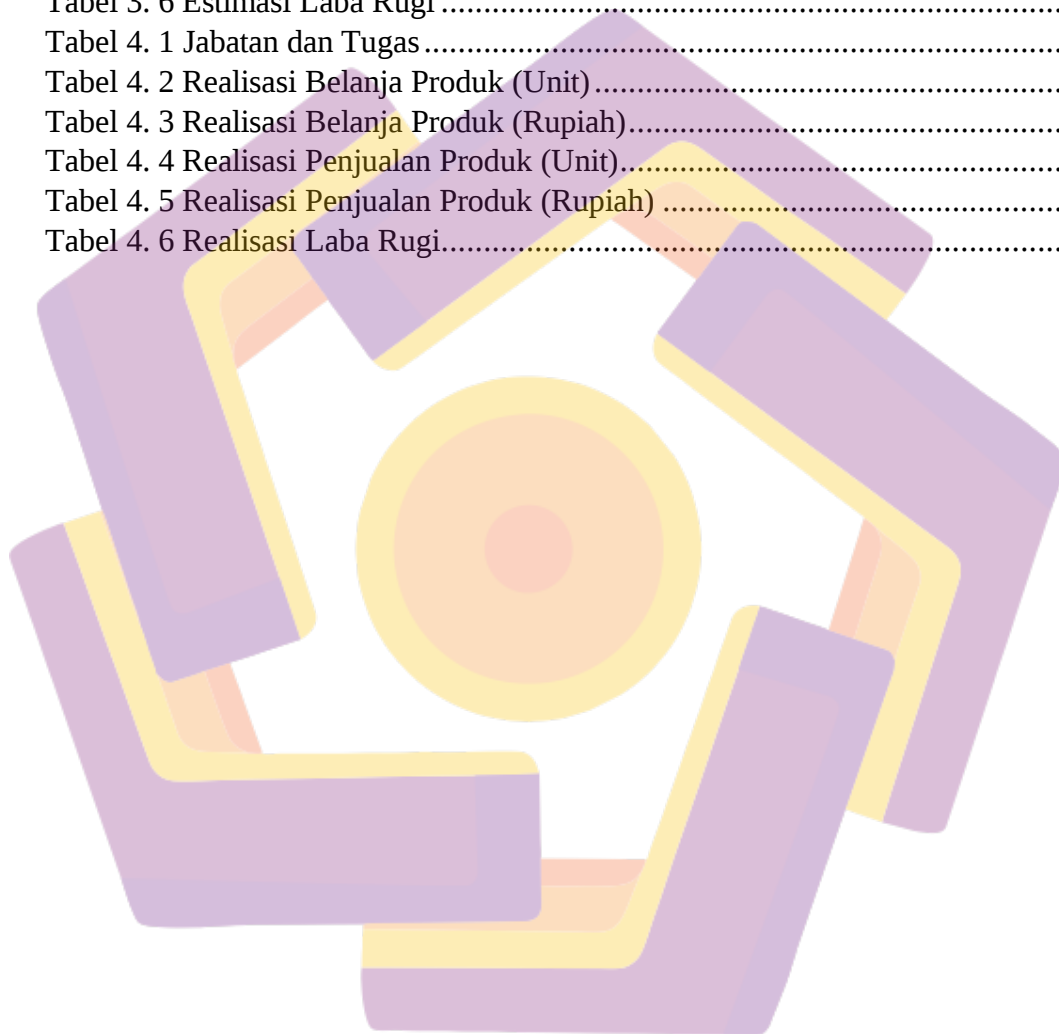
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR PENGESAHAN	i
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
INTISARI.....	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Usaha.....	1
1.2 Tujuan Usaha.....	6
1.3 Manfaat Usaha	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Referensi Usaha/Bisnis.....	8
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Strategi Bisnis.....	8
2.2.2 Pengembangan Usaha	8
2.2.3 E-Commerce.....	9
2.2.4 Analisis SWOT.....	9
2.2.5 Business Model Canvas (BMC).....	10
BAB III RENCANA USAHA.....	11
3.1 Analisis Lingkungan	11
3.1.1 Strategi Pemasaran 7P.....	11
3.1.2 Analisis SWOT.....	13
3.2 Analisis Kelayakan Usaha	15
3.2.1 Estimasi Proyeksi Keuangan Modal Awal.....	15
3.2.2 Biaya Tetap	15
3.2.3 Biaya Tidak Tetap.....	15

3.2.4 Estimasi Proyeksi Keuangan	16
3.2.5 Target Pasar.....	18
BAB IV ULASAN DAN PEMBAHASAN USAHA	19
4.1 Deskripsi Usaha	19
4.1.1 Profil Usaha.....	19
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan	19
4.1.3 Struktur Organisasi	21
4.2 Pembahasan Usaha Metode Pelaksanaan.....	22
4.2.1 Business Model Canvas (BMC).....	22
4.3 Realisasi Pelaksanaan.....	30
4.4 Rencana Pengembangan	33
BAB V PENUTUP.....	35
5.1 Kesimpulan.....	35
5.2 Saran	35
DAFTAR PUSTAKA.....	37
LAMPIRAN	39

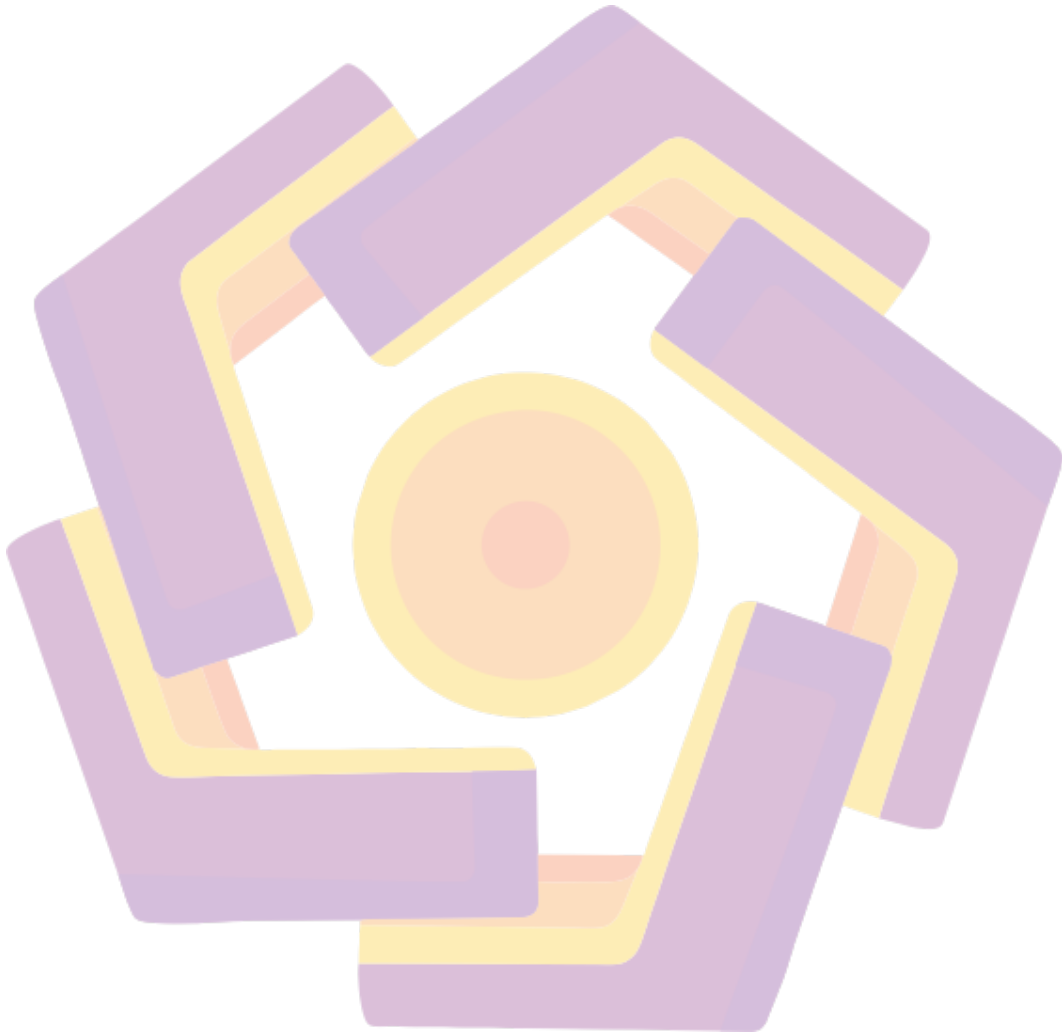
DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Proyeksi Modal Awal.....	15
Tabel 3. 2 Estimasi Belanja Produk (Unit).....	16
Tabel 3. 3 Estimasi Belanja Produk (Rupiah)	16
Tabel 3. 4 Estimasi Penjualan Produk (Unit)	17
Tabel 3. 5 Estimasi Penjualan Produk (Rupiah)	17
Tabel 3. 6 Estimasi Laba Rugi	18
Tabel 4. 1 Jabatan dan Tugas	21
Tabel 4. 2 Realisasi Belanja Produk (Unit).....	30
Tabel 4. 3 Realisasi Belanja Produk (Rupiah).....	31
Tabel 4. 4 Realisasi Penjualan Produk (Unit).....	31
Tabel 4. 5 Realisasi Penjualan Produk (Rupiah)	32
Tabel 4. 6 Realisasi Laba Rugi.....	32



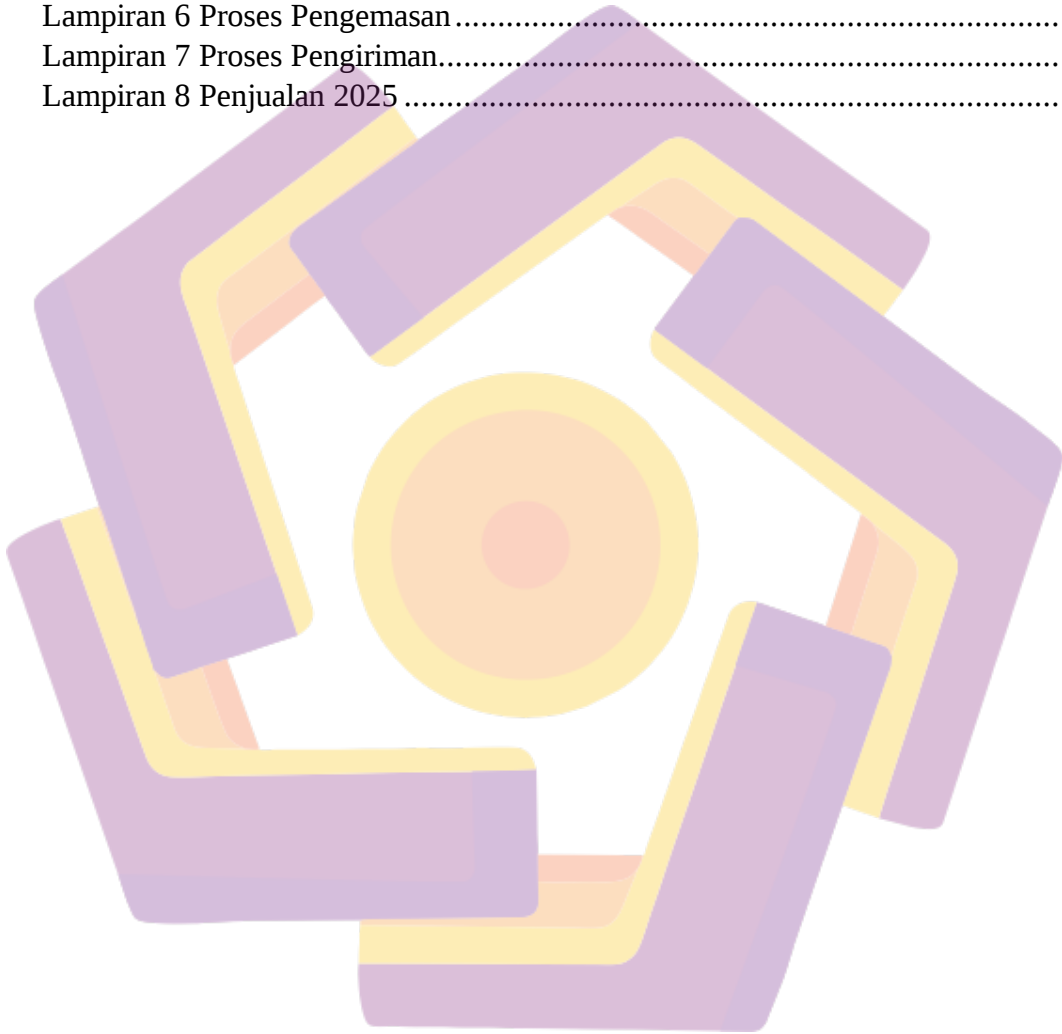
DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	21
Gambar 4. 2 BMC AL-NAJAH1.ID.....	24
Gambar 4. 3 Matrik SWOT AL-NAJAH1.ID	27
Gambar 4. 4 Perbaikan BMC	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logo Usaha	39
Lampiran 2 Tampilan Toko Online	39
Lampiran 3 Lokasi Toko Offline.....	40
Lampiran 4 NIB Usaha.....	41
Lampiran 5 Produk.....	42
Lampiran 6 Proses Pengemasan	42
Lampiran 7 Proses Pengiriman.....	43
Lampiran 8 Penjualan 2025	43



INTISARI

Suplemen kesehatan merujuk pada produk yang dikonsumsi untuk menjaga, meningkatkan, dan mendukung kesehatan fisik. Daya tarik suplemen kesehatan ditentukan oleh manfaat yang dirasakan konsumen, serta keamanan dan kualitas produk. Minat konsumen diukur dari kepuasan mereka terhadap produk dan persepsi mereka tentang efektivitasnya. AL-NAJAH1.ID merupakan bisnis yang menyediakan produk suplemen kesehatan, produk perawatan pribadi, produk kecantikan, dan beberapa produk rumah tangga yang aman dan berkualitas tinggi. *Marketplace* adalah platform untuk memasarkan barang secara online yang menghubungkan penjual dan pembeli. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis AL-NAJAH1.ID menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan melalui media online. Data dikumpulkan melalui observasi dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan analisis SWOT dan hasilnya diuraikan menjadi sembilan elemen Business Model Canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis dari pemetaan Business Model Canvas cukup tepat, karena setiap elemen saling mendukung untuk meningkatkan pendapatan, AL-NAJAH1.ID akan melakukan pengembangan pemasaran digital dengan menggunakan sosial media Whatsapp, Instagram, Facebook, dan Tiktok berupa konten foto dan video. Serta menambah platform penjualan seperti Lazada dan Tiktok Shop.

Kata kunci: Strategi Pengembangan Bisnis, Business Model Canvas (BMC), Media Online, Rencana Keuangan

ABSTRACT

Health supplements refer to products consumed to maintain, improve, and support physical health. The appeal of health supplements is determined by the benefits perceived by consumers, as well as the safety and quality of the product. Consumer interest is measured by their satisfaction with the product and their perception of its effectiveness. AL-NAJAH1.ID is a business that provides safe and high-quality health supplements, personal care products, beauty products, and several household products. A marketplace is a platform for marketing goods online that connects sellers and buyers. This study aims to analyze AL-NAJAH1.ID's business development strategy using the Business Model Canvas (BMC) approach and through online media. Data was collected through observation and documentation. The collected data was analyzed using a SWOT analysis and the results were broken down into nine elements of the Business Model Canvas. The results show that the business strategy from the Business Model Canvas mapping is quite appropriate, because each element supports each other to increase revenue. AL-NAJAH1.ID will develop digital marketing by using social media such as WhatsApp, Instagram, Facebook, and TikTok in the form of photo and video content. As well as adding sales platforms such as Lazada and TikTok Shop.

Keywords: Business Development Strategy, Business Model Canvas (BMC), Online Media, Financial Plan