

PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF LOCABANA SEBAGAI ALTERNATIF CEMILAN KEKINIAN

SKRIPSI NON REGULER JALUR BUSINESS PLAN

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



Disusun oleh:

Maria Frena Rosario Darsa

22.92.0482

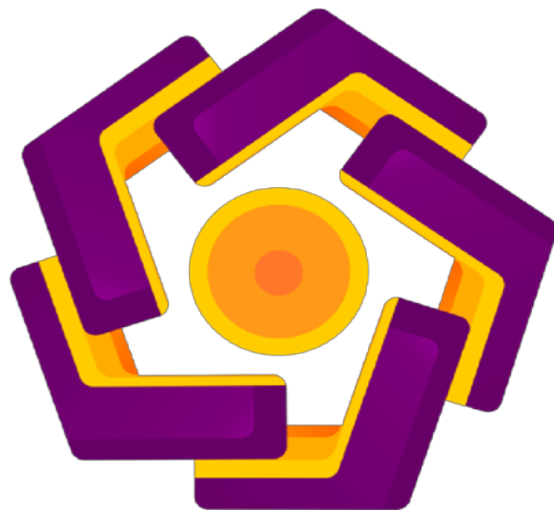
**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2026

PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF LOCABANA SEBAGAI ALTERNATIF CEMILAN KEKINIAN

SKRIPSI NON REGULER JALUR BUSINESS PLAN

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



Disusun oleh:

Maria Frena Rosario Darsa

22.92.0482

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF LOCABANA SEBAGAI
ALTERNATIF CEMILAN KEKINIAN**

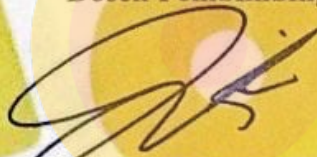
yang disusun dan diajukan oleh

Maria Frena Rosario Darsa

22.92.0482

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Januari

Dosen Pembimbing,



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

NIK. 190302663

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN PRODUK KREATIF LOCABANA SEBAGAI
ALTERNATIF CEMILAN KEKINIAN**

yang disusun dan diajukan oleh

Maria Frena Rosario Darsa

22.92.0482

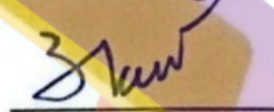
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Januari

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

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



Dodi Setiawan R, S.Psi, MBA, Dr
NIK. 190302573



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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 27 Januari

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya yang bertanda tangan 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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 5 Februari 2026



Maria Frena Rosario Darsa

NIM 22.92.0482

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yesus atas limpahan rahmat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Produk Kreatif Locabana Sebagai Alternatif Cemilan Kekinian” untuk memenuhi sebagian syarat dalam mencapai derajat S1 pada Program Studi S1- Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Tentunya penulis menyadari bahwasannya skripsi ini tidak akan selesai dengan baik dan tepat waktu apabila tidak ada bantuan, doa, dan dorongan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis dengan hormat ingin menyampaikan apresiasi dan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam segala bentuk sehingga skripsi dapat terselesaikan. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

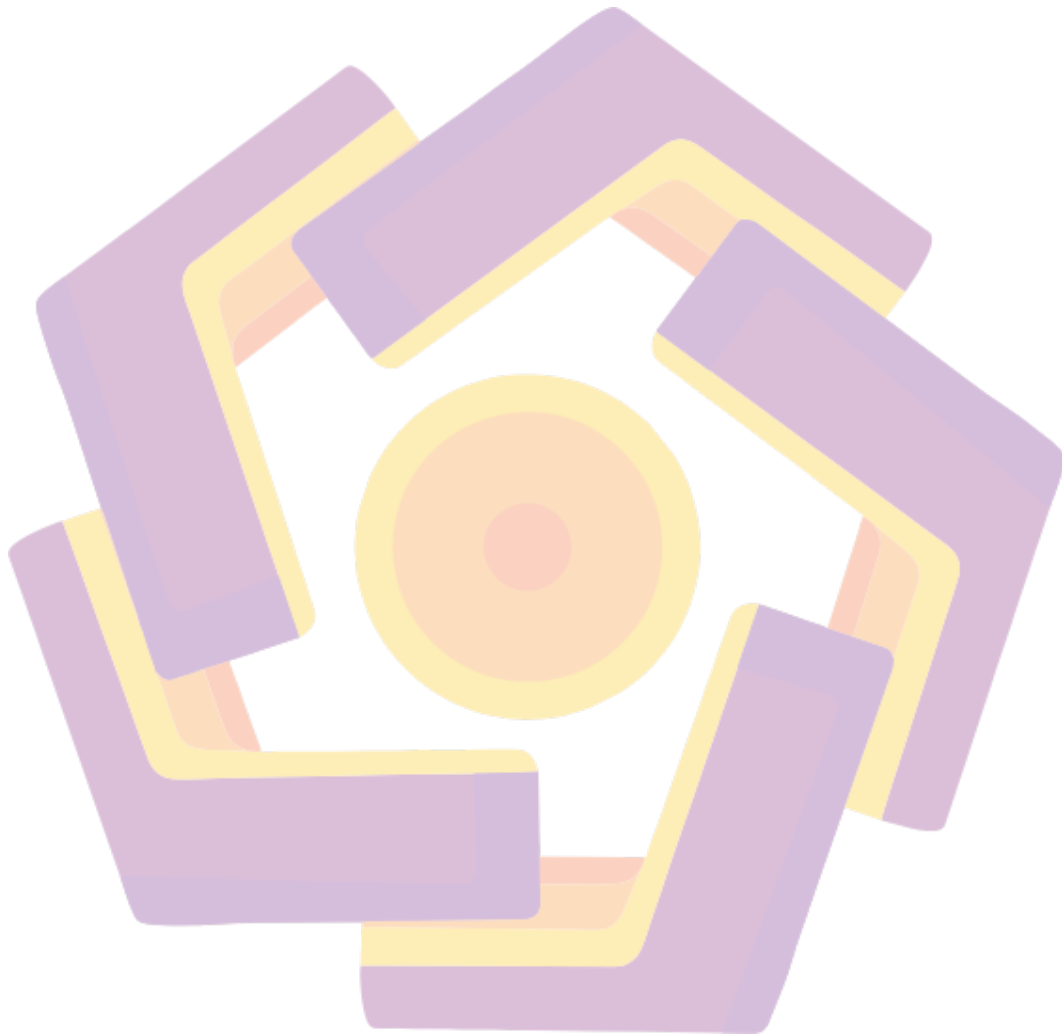
1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta
3. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A. selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta
4. Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, serta mendukung dengan sepenuh hati kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik
5. Seluruh Dosen Program Studi S1- Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah mengajarkan dan membagikan ilmu serta pengalamannya dalam dunia bisnis

6. Kepada kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa terbaiknya, semangat luar biasa, dan dukungan keuangan yang tidak dapat ternilai sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tanpa halangan yang berarti sedikitpun.
7. Kepada saudara penulis Kia, Ota, Nai dan Leli, terima kasih atas doa dan dukungannya, yang selalu meningkatkan semangat penulis dalam melakukan kegiatan penyusunan skripsi ini
8. Kepada sahabat diperguruan yang sudah penulis anggap sebagai saudara yaitu Sindi Rahmayanti. Terima kasih sudah menemani penulis selama perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Kebersamaan, dukungan dan doa yang diberikan baik dalam kondisi lelah maupun penuh harapan, menjadi penguat tersendiri bagi penulis.
9. Terima kasih kepada *Grup Kpop Seventeen (Choi Seungcheol, Yoon Jeonghan, Hong Jisoo, Moon Junhui, Kwon Soonyoung, Jeon Wonwoo, Lee Jihoon, Xu Minghao, Kim Mingyu, Lee Seokmin, Boo Seungkwan, Choi Hansol, Lee Chan)* yang telah menemani dan menghibur penulis melalui lagu-lagu dan Going Seventeen selama proses penyusunan skripsi ini
10. Terakhir, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin, ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

DAFTAR ISI

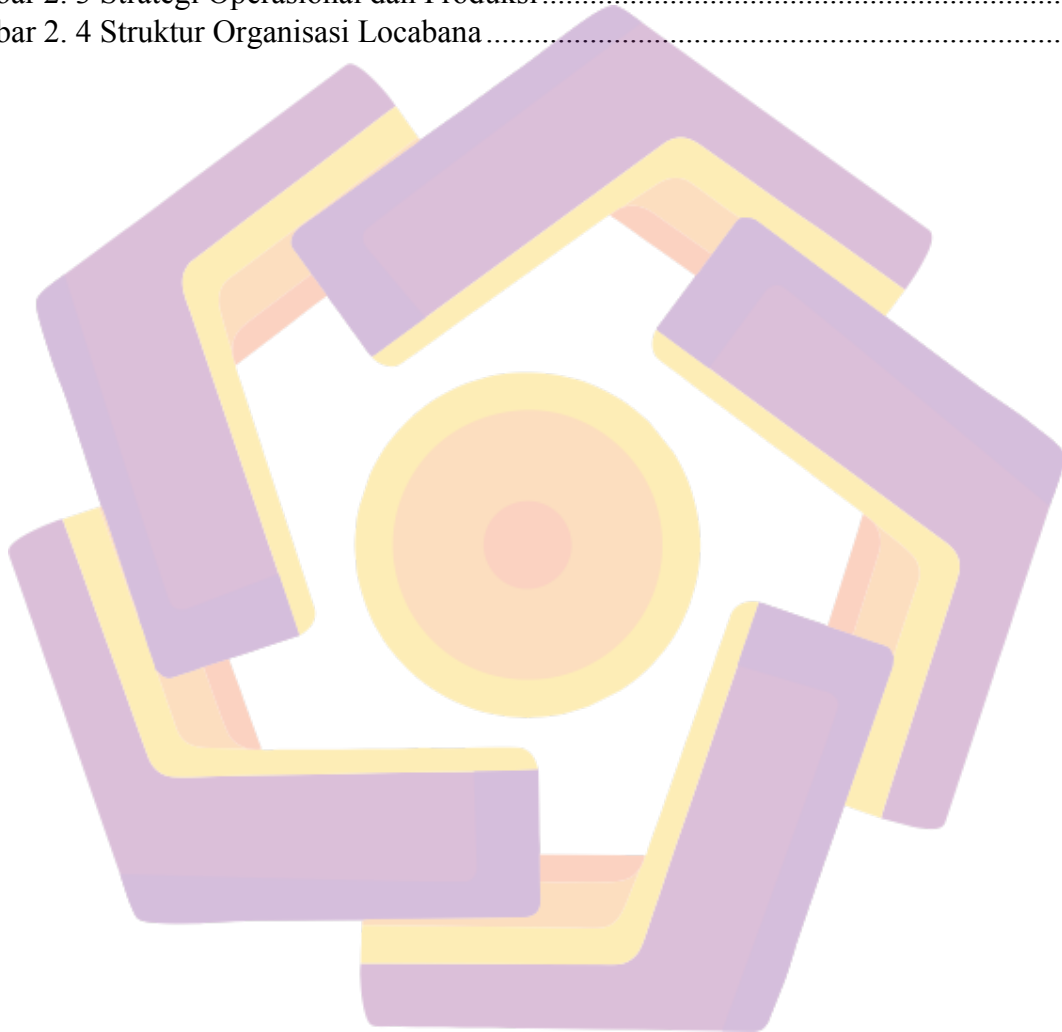
KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
DAFTAR TABEL.....	vi
RINGKASAN.....	vii
ABSTRACT.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Ditawarkan	7
1.3 Noble Purpose	9
1.4 Visi, Misi, dan Logo Bisnis.....	9
1.4.1 Visi.....	9
1.4.2 Misi	9
1.4.3 Logo Bisnis	10
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	11
2.1 Sejarah Bisnis.....	11
2.2 Model Bisnis Yang Dijalankan	12
2.3 Produk dan Inovasi Produk	15
2.4 Ukuran Pasar	17
2.5 Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing.....	20
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	23
2.6.1 Strategi Pemasaran.....	23
2.6.2 Strategi Operasional dan Produksi.....	27
2.6.3 Strategi Sumber Daya Manusia	30
2.6.4 Strategi Keuangan.....	36
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN	39
3.1 Analisis Matriks SWOT	39
3.2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang.....	44
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....	48
4.1 Neraca.....	48
4.2 Laba Rugi	49
4.3 Arus Kas	50
4.4 BEP.....	51
4.5 Proyeksi Keuangan.....	51

BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	54
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN.....	58



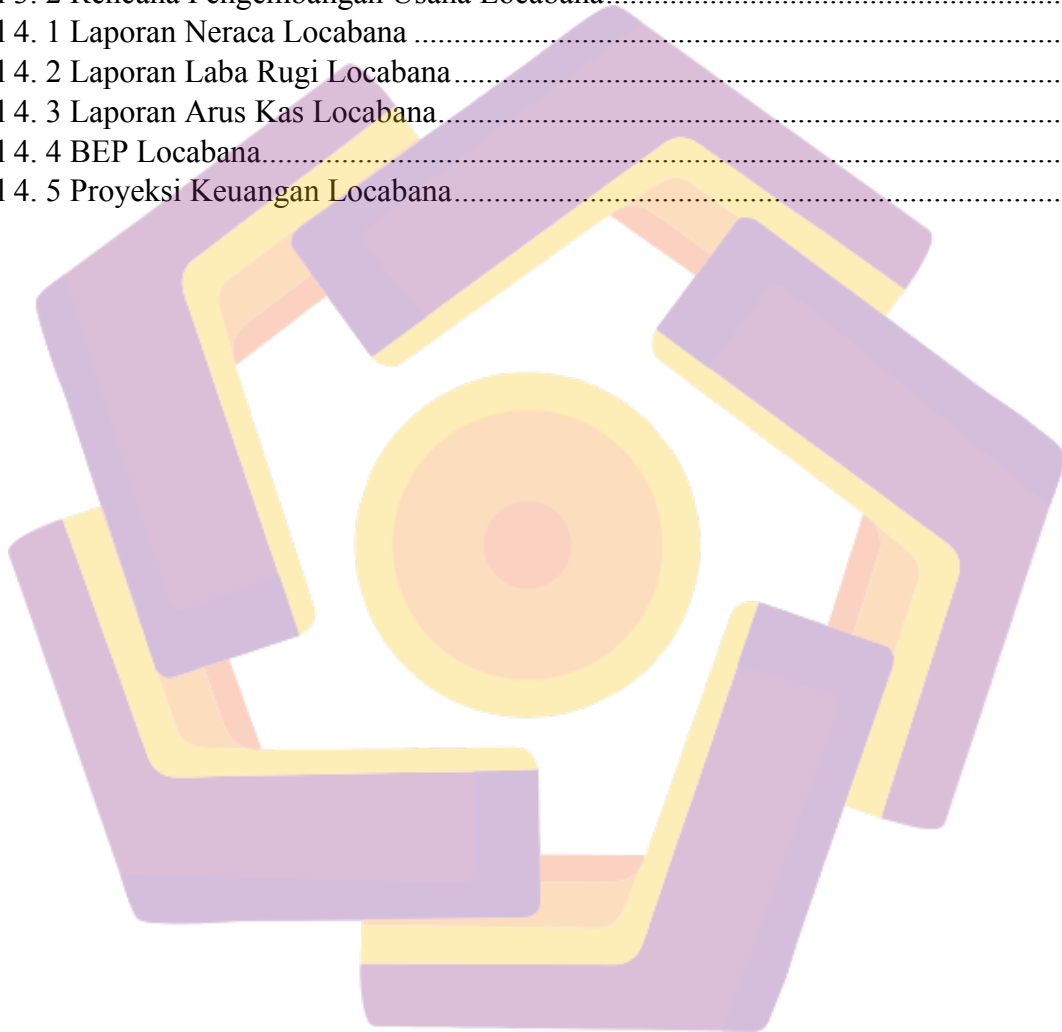
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jenis kelamin Responden	2
Gambar 1. 2 Usia Responden.....	3
Gambar 1. 3 Pekerjaan Utama Responden	3
Gambar 1. 4 Seberapa Sering Responden Membeli Olahan Pisang	4
Gambar 1. 5 Alasan Membeli Olahan Pisang.....	4
Gambar 1. 6 Logo Locabana.....	10
Gambar 2. 1 Bmc Locabana.....	13
Gambar 2. 2 Data Badan Pusat Statistik Yogyakarta	18
Gambar 2. 3 Strategi Operasional dan Produksi	28
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi Locabana	32



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Customer Pain dan Ulasan	5
Tabel 1. 2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan	7
Tabel 2. 1 Produk Locabana	16
Tabel 2. 2 Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing	20
Tabel 2. 3 Elemen 7P	24
Tabel 2. 4 Struktur Posisi Tugas Locabana	32
Tabel 2. 5 Bukti Transaksi Penjualan	36
Tabel 3. 1 Matriks SWOT Locabana	39
Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan Usaha Locabana	44
Tabel 4. 1 Laporan Neraca Locabana	48
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Locabana	49
Tabel 4. 3 Laporan Arus Kas Locabana	50
Tabel 4. 4 BEP Locabana	51
Tabel 4. 5 Proyeksi Keuangan Locabana	52



RINGKASAN

Locabana merupakan usaha mikro yang bergerak dibidang camilan dengan berbahan dasar pisang berlapis tepung panir. Tujuan dari penelitian ini untuk menyusun strategi pengembangan bisnis Locabana agar bisa berkembang untuk kedepannya dan bisa bersaing di dunia camilan. Berdasarkan hasil survei terhadap konsumen serta analisis terhadap pesaing, ditemukan beberapa kendala yang dihadapi, seperti inkonsisten tekstur, inkonsisten rasa, konsumen yang menyukai produk *fresh from the pan*, serta ketidaksesuaian *visual* produk di media promosi. Untuk menjawab tantangan tersebut, dirumuskan tekstur dan rasa yang konsisten, produk digoreng langsung setelah pesanan dan foto yang sesuai dengan produk asli. Perencanaan bisnis Locabana meliputi aspek operasional, sumber daya manusia, pemasaran serta keuangan. Melalui pendekatan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*) serta BMC (*Business Model Canvas*) dalam penentuan strategi, dirancang solusi berupa inovasi produk, standarisasi produksi, penguatan visual foto asli produk, serta pengembangan strategi pemasaran digital melalui media sosial dan platform pemesanan makanan daring. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi yang dilakukan Locabana mampu menjawab permasalahan yang dialami konsumen, dan posisi usaha berada dalam kondisi keuangan yang sehat, tanpa utang, dengan margin laba bersih yang efisien. Strategi jangka pendek dan jangka panjang juga disusun untuk memastikan keberlanjutan dan perluasan jangkauan pasar. Melalui perencanaan ini, Locabana diharapkan mampu meningkatkan daya saing di pasar kuliner Indonesia dan menjadi usaha camilan lokal yang inovatif berkelanjutan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, BMC, Strategi pengembangan, Camilan pisang.

ABSTRACT

Locabana is a micro-enterprise specializing in snacks made from breaded bananas. The purpose of this thesis is to develop a business development strategy for Locabana to ensure its future growth and competitiveness in the snack industry. Based on a consumer survey and competitor analysis, several challenges were identified, including inconsistent texture and taste, consumers preferring fresh from the pan products, and inconsistent product visuals in promotional media. To address these challenges, consistent texture and taste were formulated, products were fried immediately after ordering, and photos matched the original product. Locabana's business plan encompassed operational, human resource, marketing, and financial aspects. Using a SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats) analysis and a Business Model Canvas (BMC) analysis, solutions were designed in the form of product innovation, production standardization, visual enhancement of original product photos, and the development of digital marketing strategies through social media and online food ordering platforms. The analysis shows that Locabana's strategy addresses consumer challenges, and the business is financially sound, debt free, and has an efficient net profit margin. Short-term and long-term strategies are also designed to ensure sustainability and expand market reach. Through this planning, Locabana is expected to increase its competitiveness in the Indonesian culinary market and become a sustainable, innovative local snack business.

Keywords: *SWOT Analysis, BMC, Development Strategy, Banana Snack*

