

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA RANTS  
WEAR (HIJAB)**

**SKRIPSI NON REGULER JALUR BUSINESS PLAN**

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



Disusun Oleh:

Nama: Maranti Suryaningsih

NIM:22.92.0471

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

**2026**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA RANTS  
WEAR (HIJAB)**

**SKRIPSI NON REGULER JALUR BUSINESS PLAN**

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



Disusun Oleh:

Nama: Maranti Suryaningsih

NIM:22.92.0471

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

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA RANTS WEAR (HIJAB)**

yang disusun dan diajukan oleh

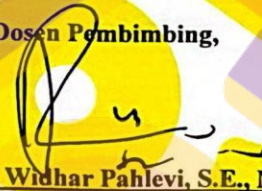
**Maranti Suryaningsih**

**22.92.0471**

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi  
pada tanggal 3 Februari 2026

Dosen Pembimbing,

*Ace  
untuk  
dusken*

  
**Dr. Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M**  
**NIK. 190302587**

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**SKRIPSI**  
**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA RANTS**  
**WEAR (HIJAB)**

yang disusun dan diajukan oleh

**Maranti Suryaningsih**

**22.92.0471**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji  
pada tanggal 25 Februari 2026

**Susunan Dewan Penguji**

**Nama Penguji**

**Tanda Tangan**

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

**Laksmindra Saptawati, S.E., M.B.A.**  
**NIK. 190302334**

**Dr. Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M.**  
**NIK. 190302587**

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis  
Tanggal 25 Februari 2026

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL**



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

## HALAMAN 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, 3 Maret 2026



Maranti Suryaningsih

22.92.0471

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan perkembangan bisnis ini dapat disusun dan diselesaikan dengan baik. Laporan ini disusun sebagai bentuk evaluasi, dokumentasi, serta pengembangan strategi dalam meningkatkan kinerja dan pertumbuhan usaha yang sedang dijalankan.

Penyusunan laporan perkembangan bisnis ini bertujuan untuk memberikan gambaran menyeluruh mengenai proses operasional, pemasaran, keuangan, serta rencana pengembangan usaha yang telah dilakukan selama periode tertentu. Laporan ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan peningkatan kinerja usaha di masa yang akan datang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini tidak terlepas dari dukungan, bantuan, serta bimbingan dari berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr.M.Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Lutfhi, S.T., M.Kom selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A. selaku Kaprodi Kewirausahaan.
4. Bapak Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M selaku Sekprodi Kewirausahaan.
5. Bapak Dr. Reza Widhar Pahlevi, S.E., M.M selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, memberikan arahan, serta mendukung dengan sepenuh hati kepada penulis dalam menyusun skripsi ini dengan baik.
6. Kepada seluruh dosen Program Studi Kewirausahaan yang telah memberikan wawasan, ilmu, serta tenaga selama penulis menyelesaikan studi.
7. Kedua pintu surgaku, Almh Ibu Janem Suyanti dan Ibu Dwi Ambar Widiastuti yang kelak akan menjadi bidadari surga. Beliau sangat berperan penting dalam proses penyelesaian skripsi ini. Almh Ibu Janem Suyanti

memang tidak dapat menemani peneliti dalam mengemban selama masa studi, namun kerinduan terhadap beliau membuat penulis tetap semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. Dan untuk Ibu Dwi Ambar Widiastuti yang selalu memberikan dukungan doa yang tak pernah henti dalam mengiringi setiap langkah penulis agar bias mencapai kesuksesannya.

8. Cinta pertama dan panutanku, ayahanda Musimin. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan hingga bangku perkuliahan, namun beliau selalu bekerja keras tanpa henti dan tidak lupa selalu mendidik, memberikan motivasi serta memberikan dukungan dan kasih sayangnya hingga penulis bisa berada dititik ini.
9. Kepada kakak kandung penulis Aji Indra Giri terimakasih atas dukungan dan dorongan yang selalu meningkatkan semangat penulis dalam melakukan kegiatan penyusunan skripsi ini agar kakak beradik dapat membanggakan kedua orang tua.
10. Kepada teman dekat desa penulis “Arisan 2024” penulis ucapkan terimakasih atas dukungan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
11. Kepada teman dekat “Top Secret” yang senantiasa berjuang bersama dan saling memberikan dukungan, penulis ucapkan terimakasih, semoga kita semua dapat menyelesaikan apa yang sudah kita mulai.

Yogyakarta, 3 Februari 2026



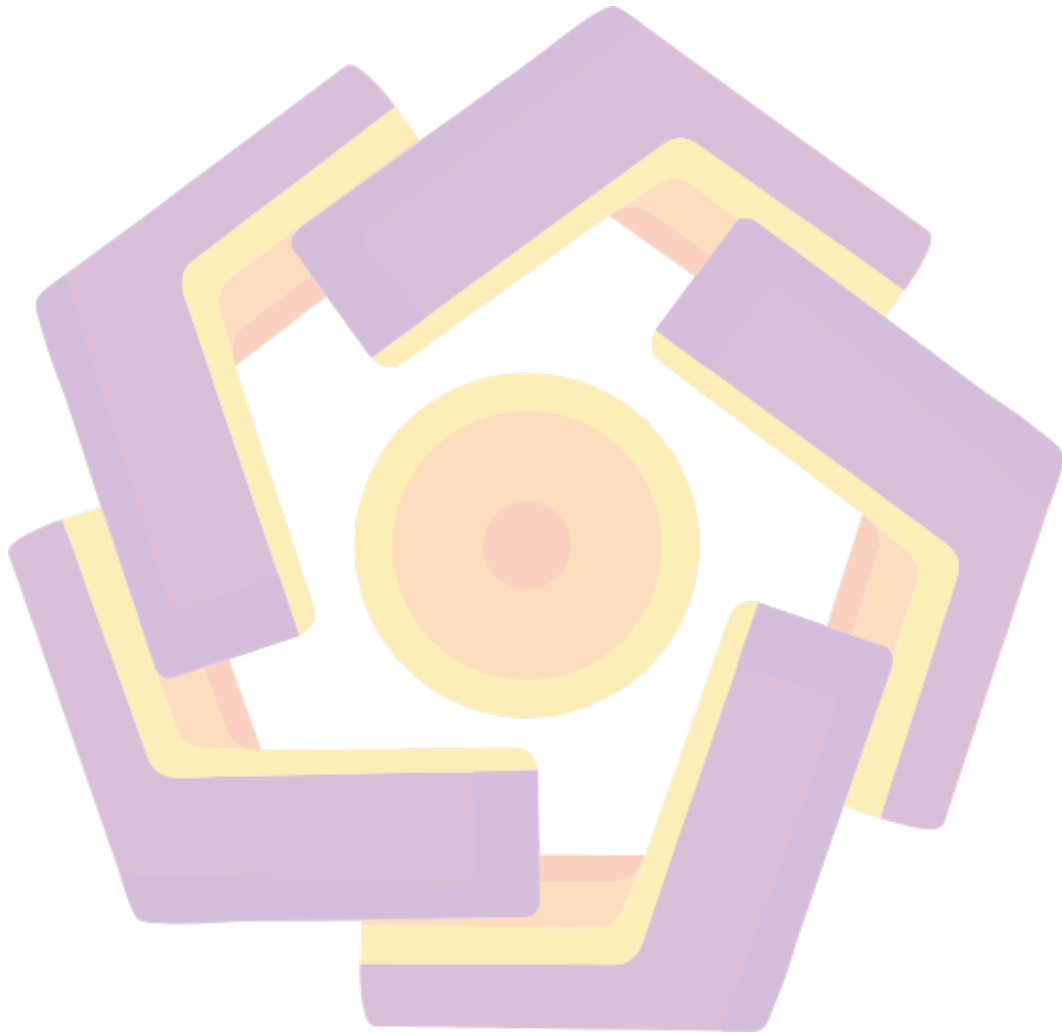
Penulis,

## DAFTAR ISI

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| HALAMAN PERSETUJUAN.....                                 | i   |
| HALAMAN PENGESAHAN.....                                  | ii  |
| HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI .....                | iii |
| KATA PENGANTAR.....                                      | iv  |
| DAFTAR ISI .....                                         | vi  |
| DAFTAR GAMBAR .....                                      | ix  |
| DAFTAR TABEL.....                                        | x   |
| ABSTRAKSI .....                                          | xi  |
| ABSTRACT.....                                            | xii |
| BAB I PENDAHULUAN.....                                   | 1   |
| 1.1    Permasalahan Konsumen .....                       | 1   |
| 1.2    Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan .....      | 4   |
| 1.3    Noble Purpose .....                               | 6   |
| 1.4    Visi dan Misi .....                               | 6   |
| 1.4.1    Visi .....                                      | 6   |
| 1.4.2    Misi .....                                      | 6   |
| 1.5    Logo.....                                         | 7   |
| 1.5.1    Identifikasi dan makna logo.....                | 7   |
| BAB II DESKRIPSI BISNIS.....                             | 9   |
| 2.1    Sejarah Bisnis .....                              | 9   |
| 2.2    Model Bisnis yang Dijalankan ( <i>BMC</i> ) ..... | 10  |
| 2.3    Produk dan Inovasi Produk .....                   | 15  |

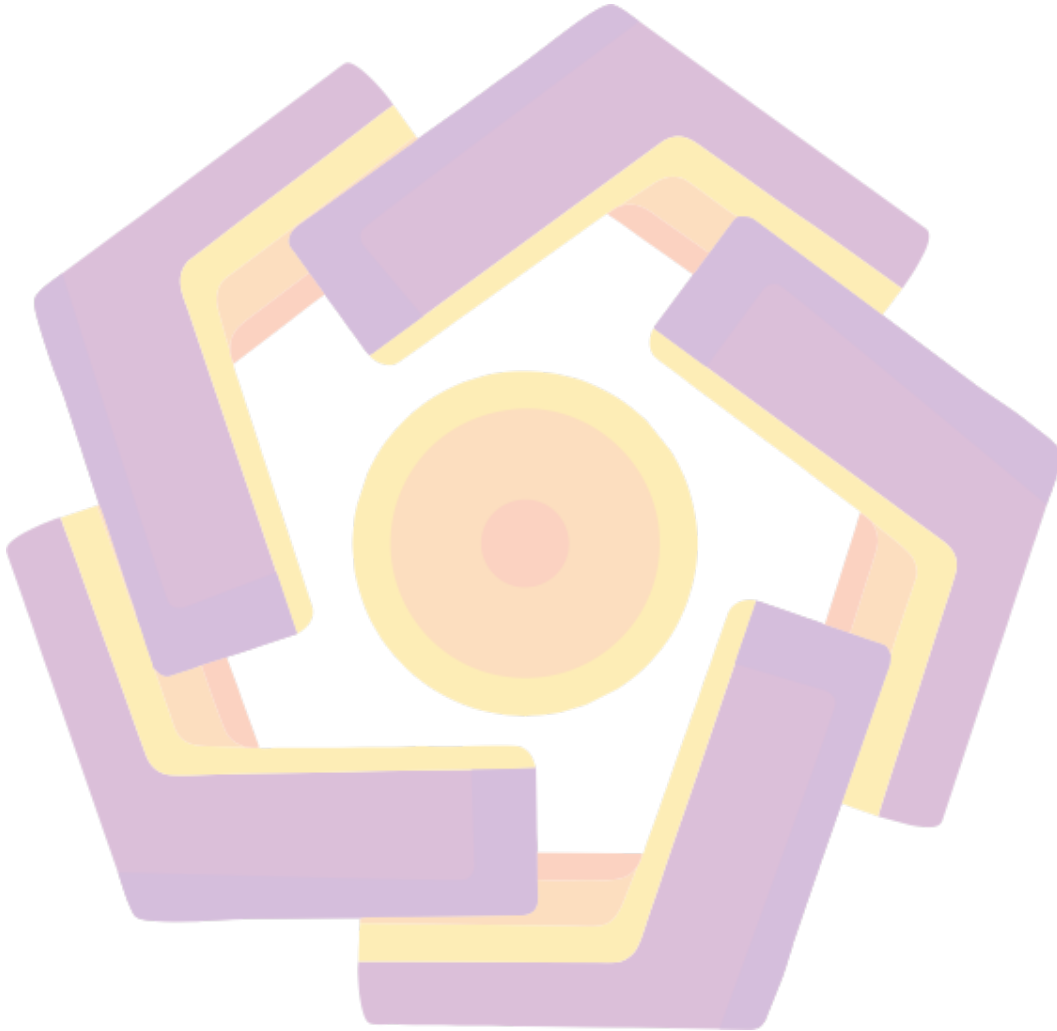
|                                   |                                                             |    |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------|----|
| 2.4                               | Ukuran Pasar .....                                          | 18 |
| 2.4.1                             | TAM ( <i>Total Addressable Market</i> ) .....               | 18 |
| 2.4.2                             | SAM ( <i>Serviceable Available Market</i> ) .....           | 19 |
| 2.4.3                             | SOM ( <i>Serviceable Obtainable Market</i> ) .....          | 20 |
| 2.5                               | Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing.....           | 20 |
| 2.6                               | Strategi Pengelolaan Bisnis .....                           | 24 |
| 2.6.1                             | Strategi Pemasaran .....                                    | 24 |
| 2.6.2                             | Strategi Operasional dan Produksi.....                      | 26 |
| 2.6.3                             | Strategi Sumber Daya Manusia.....                           | 27 |
| 2.6.4                             | Strategi Keuangan .....                                     | 30 |
| BAB III RENCANA PENGEMBANGAN..... |                                                             | 33 |
| 3.1                               | Analisis Matrix SWOT.....                                   | 33 |
| 3.2                               | Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang ..... | 35 |
| BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....      |                                                             | 39 |
| 4.1                               | Neraca .....                                                | 39 |
| 4.2                               | Laporan Laba Rugi.....                                      | 40 |
| 4.3                               | Arus Kas .....                                              | 44 |
| 4.4                               | BEP ( <i>Break Even Point</i> ) .....                       | 45 |
| BAB V PENUTUP.....                |                                                             | 52 |
| 5.1                               | Kesimpulan.....                                             | 52 |
| 5.2                               | Saran .....                                                 | 53 |
| 5.2.1                             | Saran Bagi Rants Wear.....                                  | 53 |
| 5.2.2                             | Saran Bagi Konsumen Rants Wear .....                        | 53 |

|                      |                                         |    |
|----------------------|-----------------------------------------|----|
| 5.2.3                | Saran Bagi Penelitian Selanjutnya ..... | 53 |
| DAFTAR PUSTAKA ..... |                                         | 55 |
| LAMPIRAN .....       |                                         | 57 |



## DAFTAR GAMBAR

|                                                  |    |
|--------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Logo Rants Wear .....                | 7  |
| Gambar 2. 1 BMC Rants Wear.....                  | 12 |
| Gambar 2. 2 Struktur Perusahaan Rants Wear ..... | 28 |



## DAFTAR TABEL

|                                                                        |    |
|------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen .....                                 | 3  |
| Tabel 1. 2 Solusi yang Ditawarkan .....                                | 4  |
| Tabel 2. 1 Inovasi Produk.....                                         | 17 |
| Tabel 2. 2 Jumlah Wanita Islam di Sleman 2025 .....                    | 19 |
| Tabel 2. 3 Jumlah Wanita Usia 15 -50 tahun.....                        | 19 |
| Tabel 2. 4 Perbandingan Pesaing .....                                  | 21 |
| Tabel 2. 5 Marketing Mix 7P .....                                      | 24 |
| Tabel 2. 6 Tahap Operasional Rants Wear.....                           | 26 |
| Tabel 2. 7 Deskripsi SDM Rants Wear.....                               | 29 |
| Tabel 3. 1 Analisis SWOT Matrix Rants Wear .....                       | 33 |
| Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang ..... | 36 |
| Tabel 4. 1 Neraca Rants Wear .....                                     | 40 |
| Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Hijab Instan .....                        | 40 |
| Tabel 4. 3 Laporan Laba Rugi Pashmina Rayon Tencel .....               | 41 |
| Tabel 4. 4 Laporan Laba Rugi Bella Square .....                        | 43 |
| Tabel 4. 5 Laporan Arus Kas.....                                       | 45 |
| Tabel 4. 6 Biaya Tetap Rants Wear .....                                | 45 |
| Tabel 4. 7 BEP Hijab Instan .....                                      | 46 |
| Tabel 4. 8 BEP Hijab Pashmina Rayon Tencel .....                       | 47 |
| Tabel 4. 9 BEP Hijab Bella Square .....                                | 49 |

## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi bagi pengembangan bisnis Rants Wear dalam mengatasi masalah yang dihadapi konsumen terkait kualitas serta kenyamanan produk hijab. Metode yang diterapkan adalah *Business Model Canvas* (BMC) serta analisis SWOT. Proses pengumpulan data dilakukan melalui distribusi kuesioner online kepada wanita muslim dengan rentang usia 15-50 tahun sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan bahan rayon tencel dan desain pashmina instan merupakan keunggulan utama dari Rants Wear. Strategi pengembangan yang digunakan *marketing mix* 7P lebih difokuskan pada peningkatan pemasaran digital serta perluasan pasar untuk meningkatkan daya saing dalam industri *fashion* muslim.

**Kata Kunci:** Strategi Pengembangan Bisnis, Rants Wear, Hijab, *Business Model Canvas*, Analisis SWOT.



## ABSTRACT

*This research was conducted to formulate a strategy for Rants Wear's business development in addressing consumer concerns regarding the quality and comfort of hijab products. The methods applied were the Business Model Canvas (BMC) and a SWOT analysis. The data collection process was carried out through the distribution of online questionnaires to muslim women aged 15-50 years as respondents. The results showed that the use of rayon tencel material and instant pashmina designs are the main advantages of Rants Wear. The development strategy used, the 7P marketing mix, is more focused on improving digital marketing and expanding the market to increase competitiveness in the muslim fashion industry.*

**Keywords:** *Business Development Strategy, Rants Wear, Hijab, Business Model Canvas, SWOT Analysis.*

