

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SPARKLINZ
ACCESORIES DI SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Disusun oleh
Paulina Anugrahni
22.92.0468

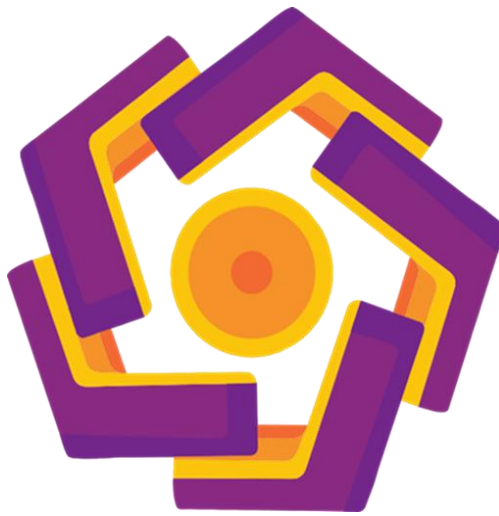
**PROGRAM STUDI S-1 KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA**

2026

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SPARKLINZ
ACCESORIES DI SLEMAN, YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Disusun oleh
Paulina Anugrahni
22.92.0468

**PROGRAM STUDI S-1 KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SPARKLINZ ACCESSORIES DI
SLEMAN, YOGYAKARTA**

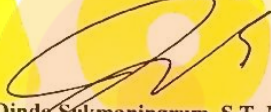
yang disusun dan diajukan oleh

Paulina Anugrahni

22.92.0468

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 26 Februari 2026

Dosen Pembimbing,


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

HALAMAN PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS SPARKLINZ ACCESSORIES DI
SLEMAN, YOGYAKARTA

yang disusun dan diajukan oleh

Paulina Anugrahni

22.92.0468

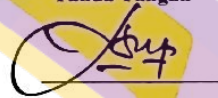
Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 26 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M.
NIK. 190302308



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



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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 26 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

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 tanggung jawab saya pribadi.

Yogyakarta, 3 Maret 2026

10000
METRA
TEMPER
93BAFANX347424177

Paulina Anugrahni

NIM 22.92.0468

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Sparklinz Accessories di Sleman, Yogyakarta.” Sebagai salah satu Syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam proses penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa atas karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Ayahanda tersayang M. Kurnelius, meskipun beliau tidak sempat menempuh pendidikan hingga perguruan tinggi, namun dengan kerja keras, ketulusan, serta pengorbanannya beliau telah memberikan pendidikan, dukungan, dan motivasi sehingga penulis dapat melanjutkan pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi.
3. Ibunda tercinta Seriwati Y. Sitol, yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa, kesabaran, serta dukungan moral dan material tanpa henti. Berkat doa dan pengorbanan beliau, penulis dapat menyelesaikan pendidikan pada jenjang perguruan tinggi.
4. Prof. Dr. M.Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial
6. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A selaku Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas AMIKOM Yogyakarta
7. Ibu Dinda Sukmaningrum, S.T., M.M, selaku Dosen Pembimbing skripsi yang selalu sabar, yang telah memberikan bimbingan, arahan, petunjuk, serta motivasi kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen program studi Kewirausahaan Universitas AMIKOM Yogyakarta, yang telah mengajarkan dan memberikan banyak motivasi serta ilmu pengetahuannya dalam dunia bisnis.

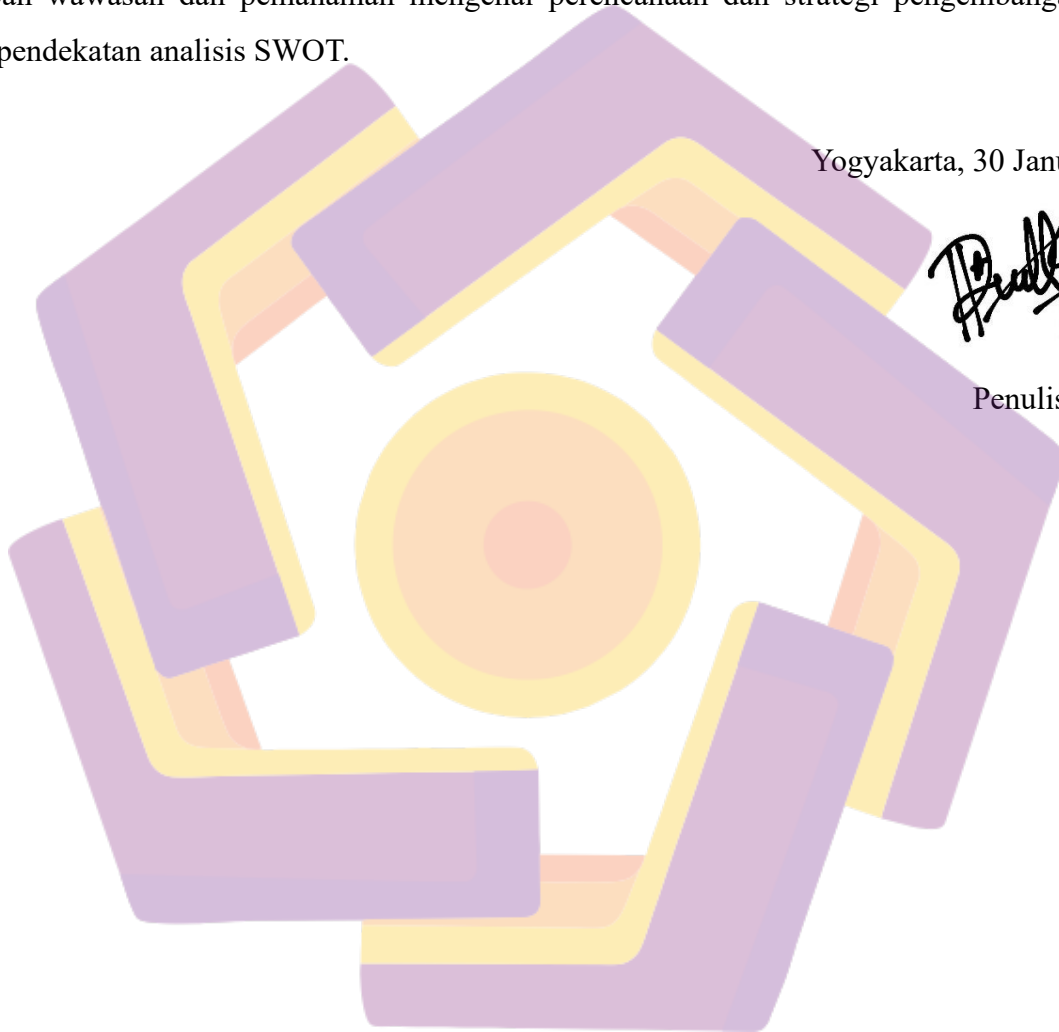
9. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu berbagi pemikiran demi kelancaran dan keberhasilan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna. Oleh sebab itu, penulis memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Penulis berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca serta menambah wawasan dan pemahaman mengenai perencanaan dan strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan analisis SWOT.

Yogyakarta, 30 Januari 2026



Penulis



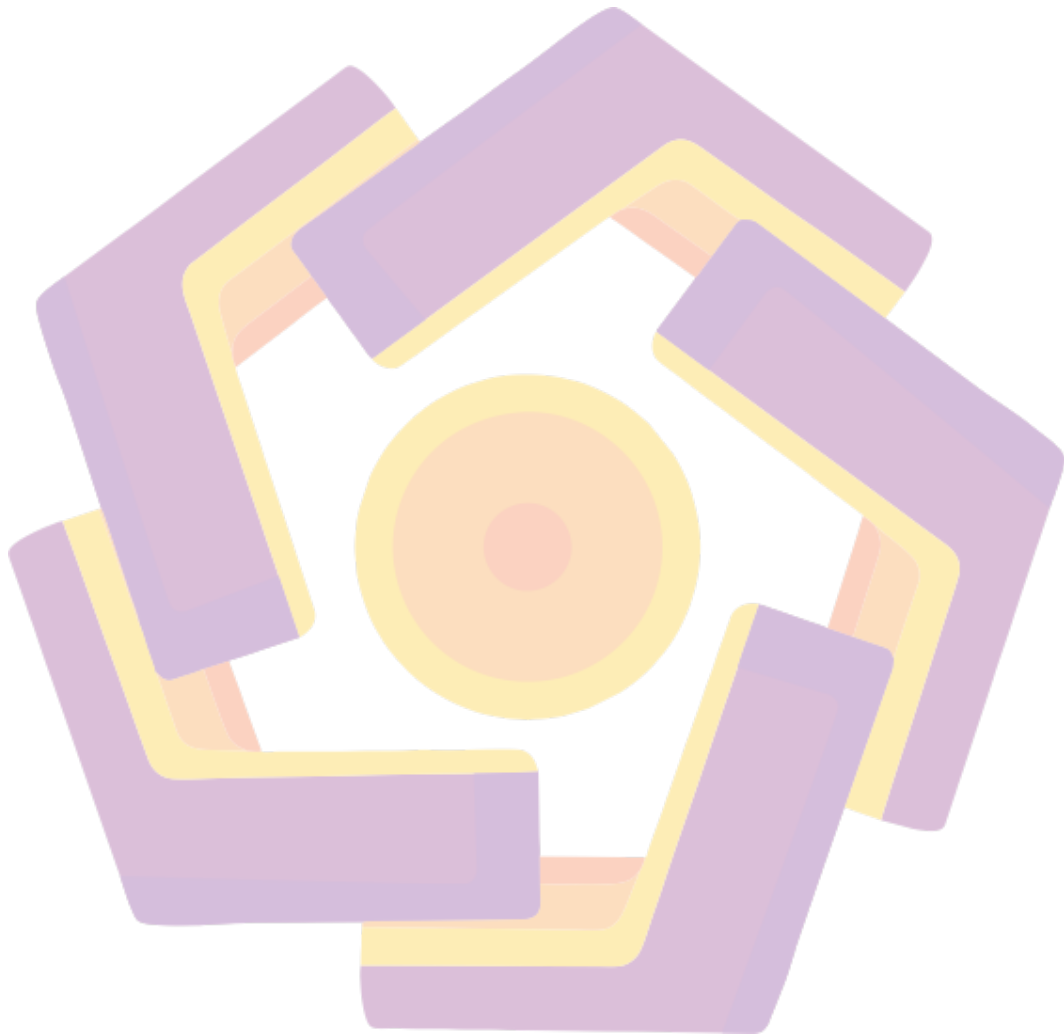
DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
INTISARI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih Yang Di Tawarkan	2
1.3 <i>Noble Purpose</i>	3
1.4 Visi, Misi dan Logo Bisnis.....	3
1.4.1 Visi 3	
1.4.2 Misi.....	3
1.4.3 Logo Bisnis.....	3
BAB II DESKRIPSI BISNIS.....	5
2.1 Sejarah Bisnis.....	5
2.2 Model Bisnis Yang Dijalankan.....	5
2.3 Produk dan Inovasi Produk	7
2.3.1 Produk.....	7
2.3.2 Inovasi Produk.....	11
2.4 Ukuran Pasar	11
2.4.1 <i>Total Addressable Market (TAM)</i>	12
2.4.2 <i>Serviceable Available Market (SAM)</i>	12
2.4.3 <i>Serviceable Obtainable Market (SOM)</i>	12
2.5 Analisis Posisi Perusahaan Dibanding Pesaing.....	13
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	15

2.6.1 Strategi Pemasaran.....	15
2.6.2 Strategi Operasional dan Produksi.....	17
2.6.3 Strategi Sumber Daya Manusia	19
2.6.4 Strategi Keuangan.....	21
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN	26
3.1 Analisis Matrix SWOT.....	26
3.2 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	28
BAB IV LAPORAN KEUANGAN	32
4.1 Neraca.....	32
4.2 Laporan Laba/Rugi.....	33
4.3 Arus Kas	33
4.4 BEP.....	35
4.5 Proyeksi Pendapatan	40
BAB V PENUTUP.....	41
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	41
DAFTAR PUSTAKA	42
LAMPIRAN.....	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Logo Sparklinz Accessories	3
Gambar 2.1 Alur Produksi dan Operasional Sparklinz Accessories	17
Gambar 2.2 Struktur Organisasi Sparklinz Accessories	19



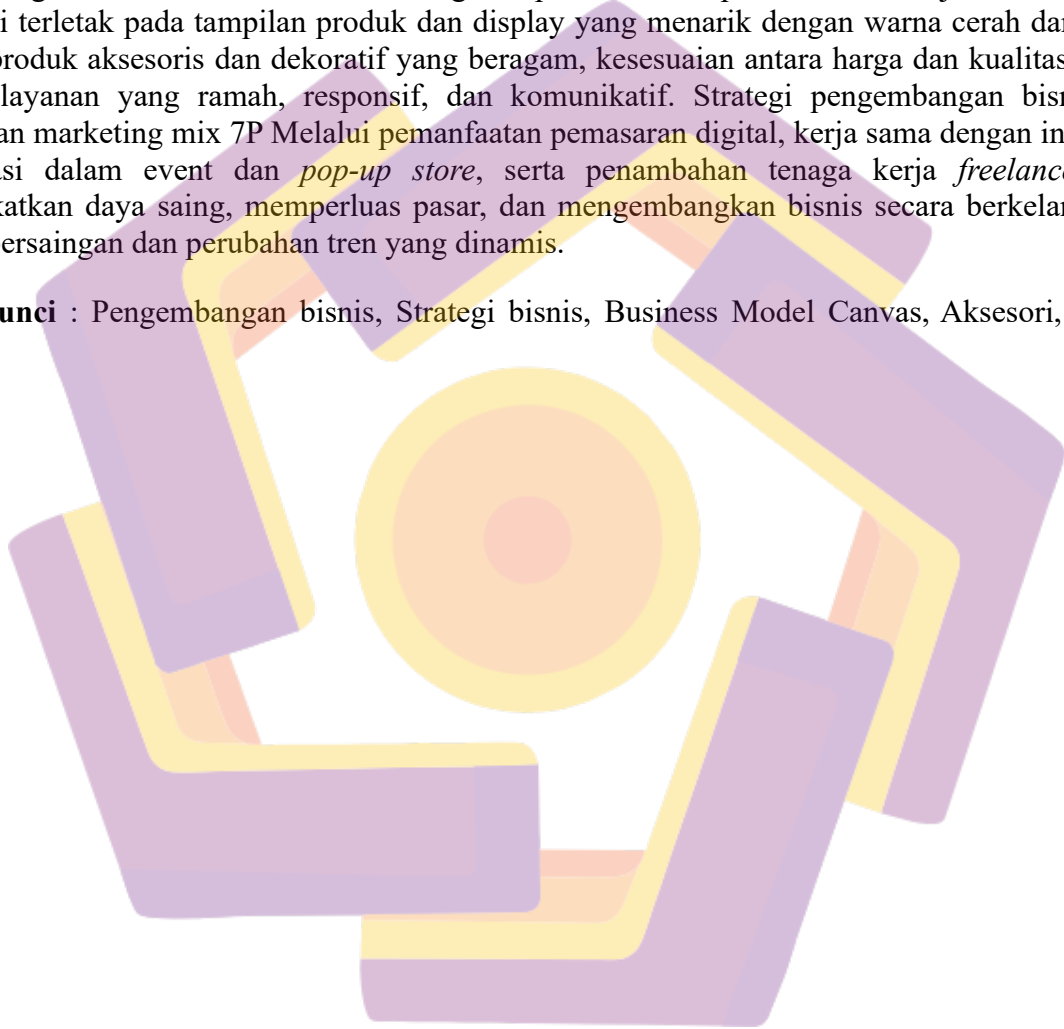
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Permasalahan Konsumen Melalui Hasil Kuesioner	1
Tabel 1.2 Solusi dan Nilai Lebih.....	2
Tabel 2.1 <i>Business Model Canvas</i>	6
Tabel 2.2 Produk	8
Tabel 2.3 Data SAM.....	12
Tabel 2.4 Perbandingan Pesaing	13
Tabel 2.5 Bukti Transaksi.....	22
Tabel 3.1 Matrix SWOT.....	26
Tabel 3.2 Rencana Pengembangan Jangka pendek dan Jangka Panjang	28
Tabel 4.1 Laporan Neraca	32
Tabel 4.2 Laporan Laba Rugi.....	33
Tabel 4.3 Laporan Arus Kas.....	34
Tabel 4.4 Laporan BEP	35
Tabel 4.5 Proyeksi Pendapatan	40

INTISARI

Penelitian ini dilakukan untuk merumuskan strategi bagi pengembangan bisnis Sparklinz Accessories dalam mengatasi masalah yang dihadapi konsumen terkait tampilan produk kurang menarik, variasi produk kurang memuaskan, harga tidak sepadan dengan kualitas yang ditawarkan dan pelayanan yang kurang memuaskan. Metode yang diterapkan adalah Business Model Canvas (BMC) serta analisis SWOT. Proses pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang dibagikan kepada pria dan wanita dengan rentan usia 17-25 tahun sebagai responden. Hasil penelitian menunjukkan Keunggulan usaha ini terletak pada tampilan produk dan display yang menarik dengan warna cerah dan ikonik, variasi produk aksesoris dan dekoratif yang beragam, kesesuaian antara harga dan kualitas produk, serta pelayanan yang ramah, responsif, dan komunikatif. Strategi pengembangan bisnis yang digunakan marketing mix 7P Melalui pemanfaatan pemasaran digital, kerja sama dengan influencer, partisipasi dalam event dan *pop-up store*, serta penambahan tenaga kerja *freelance*, untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan mengembangkan bisnis secara berkelanjutan di tengah persaingan dan perubahan tren yang dinamis.

Kata Kunci : Pengembangan bisnis, Strategi bisnis, Business Model Canvas, Aksesoris, Analisis SWOT.



ABSTRACT

This research was conducted to formulate a strategy for the development of the Sparklinz Accessories business in addressing problems faced by consumers related to unattractive product displays, unsatisfactory product variations, prices that do not match the quality offered and unsatisfactory service. The methods applied are Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis. The data collection process was carried out through questionnaires distributed to men and women aged 17-25 years as respondents. The results of the study show that the advantages of this business lie in the attractive product displays and displays with bright and iconic colors, a variety of accessories and decorative products, the suitability between price and product quality, and friendly, responsive, and communicative service. The business development strategy used is the 7P marketing mix through the use of digital marketing, collaboration with influencers, participation in events and pop-up stores, and the addition of freelance workers, to increase competitiveness, expand the market, and develop the business sustainably amidst competition and dynamic changes in trends.

Keywords: *Business development, Business strategy, Business Model Canvas, Accessories, SWOT analysis.*

