

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AISUKA KERIPIK DI
SLEMAN, YOGYAKARTA**

**SKRIPSI NON REGULER
JALUR BUSINESS PLAN**

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



Disusun Oleh:
Liyana Eka Fuadah Ghaisani
22.92.0464

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AISUKA KERIPIK DI
SLEMAN, YOGYAKARTA**

**SKRIPSI NON REGULER
JALUR BUSINESS PLAN**

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



Disusun Oleh:

Liyana Eka Fuadah Ghaisani

22.92.0464

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

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AISUKA KERIPIK DI SLEMAN,
YOGYAKARTA**

yang disusun dan diajukan oleh

Liyana Eka Fuadah Ghaisani

22.92.0464

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 27 Januari 2026

Dosen Pembimbing,



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

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS AISUKA KERIPIK DI SLEMAN,
YOGYAKARTA

yang disusun dan diajukan oleh

Liyana Eka Fuadah Ghaisani

22.92.0464

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 27 Januari 2026

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Narwanto Nurcahyo, SH, MM
NIK. 190302581

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

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

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 27 Januari 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, 1 Maret 2026


METERAI
TEMPEL
71ANDG2604441M
Liyana Eka Fundah Ghaisani
NIM. 22.92.0464

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Aisuka Keripik di Sleman, Yogyakarta.”, yang menggunakan pendekatan analisis SWOT. Sebagai salah satu Syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan segala hormat dan kerendahan penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu melancarkan penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, yaitu :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
2. Prof. Dr. M.Suyanto, M.M. selaku rektor Universitas AMIKOM Yogyakarta.
3. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial.
4. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E., M.B.A selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan Universitas AMIKOM Yogyakarta
5. 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.
6. Seluruh Dosen program studi Kewirausahaan Universitas AMIKOM Yogyakarta, yang telah mengajarkan dan memberikan banyak motivasi serta ilmu pengetahuannya dalam dunia bisnis.
7. Cinta pertama Bapak Unggul Basuki, beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau mampu mendidik penulis, memberikan motivasi, memberikan dukungan. Atas kerja

keras, ketulusan, dan pengorbanan beliau, penulis dapat menempuh Pendidikan hingga jenjang Perguruan Tinggi.

8. Ibu tercinta, Ibu Deny Kurniawati, beliau sangat berperan penting dalam menyelesaikan program studi penulis, beliau juga memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai dibangku perkuliahan tetapi dengan jiwa penuh kasih sayang, kesabaran, dan ketulusan tanpa henti senantiasa mendoakan, serta memberikan dukungan moral dan material kepada penulis. Berkat doa dan pengorbanan beliau, penulis dapat menyelesaikan Pendidikan dengan jenjang perguruan tinggi.
9. Adik Lidiya Fikri Ismaizzah yang selalu semangat dengan perjuangannya dalam menjalani kehidupan yang telah memberikan motivasi besar bagi penulis untuk terus berjuang dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada seluruh keluarga besar H.Sulihingati Padani dan H.Sugiwiyoto yang selalu memberikan motivasi dan masukan untuk menyelesaikan studi sampai sarjana.
11. Sahabat penulis dan teman teman dari Program Studi Kewirausahaan yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulisan skripsi ini tentunya masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat berharap kepada pembaca dapat memberikan saran maupun kritik agar skripsi ini dapat menjadi lebih baik lagi. Dengan adanya skripsi ini semoga dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, dan mahasiswa S1-Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta dalam menganalisis bisnis maupun menyusun tugas akhir mahasiswa.

Yogyakarta, 04 Januari 2026



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
ABSTRAKSI	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I 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
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	16
2.4.1 Total Addressable Market (TAM).....	17
2.4.2 Serviceable Available Market (SAM).....	17

2.4.3	<i>Serviceable Obtainable Market (SOM)</i>	18
2.5	Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing.....	18
2.6	Strategi Pengelolaan Bisnis	22
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....		34
3.1	Analisis Matrik SWOT.....	34
3.2	Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	37
BAB IV LAPORAN KEUANGAN.....		40
4.1	Neraca.....	40
4.2	Laporan Laba Rugi.....	41
4.3	Laporan Arus Kas.....	42
4.4	BEP.....	42
4.5	Proyeksi Keuangan.....	44
BAB V PENUTUP.....		45
DAFTAR PUSTAKA		47
LAMPIRAN.....		49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Usia Responden.....	1
Gambar 2. Jenis Kelamin Responden	2
Gambar 3. Domisili Responden	2
Gambar 4. Pekerjaan Responden	2
Gambar 5. Seberapa Sering Responden Mengonsumsi Camilan Keripik	3
Gambar 6. Situasi Membeli Camilan Keripik.....	3
Gambar 7. Logo Aisuka Keripik.....	10
Gambar 8. Business Model Canvas Aisuka Keripik.....	13
Gambar 9. Total Addressable Market	17
Gambar 10. Alur Proses Operasional.....	26
Gambar 11. Struktur Organisasi Aisuka Keripik	28



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan Konsumen Melalui Hasil Kuesioner.....	4
Tabel 1. 2 Bukti Berdasarkan Hasil Kuesioner.....	5
Tabel 1. 3 Pengamatan testimoni	7
Tabel 1. 4 Solusi dan Nilai Lebih.....	8
Tabel 2. 1 Produk dan Inovasi Produk Aisuka Keripik	15
Tabel 2. 2 Serviceable Availabel Market (SAM).....	18
Tabel 2. 3 Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	18
Tabel 2. 4 Job Deskripsi.....	28
Tabel 3. 1 Analisis Matriks SWOT Aisuka Keripik	34
Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan Jangka Panjang dan Jangka Pendek Aisuka Keripik.....	38
Tabel 4. 1 Neraca Aisuka Keripik.....	40
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi.....	41
Tabel 4. 3 Laporan Arus Kas	42
Tabel 4. 4 Break Even Poin	42

ABSTRAKSI

Aisuka keripik merupakan usaha di bidang kuliner yang menjual makanan ringan, khususnya berbagai macam jenis keripik seperti keripik kaca, keripik kulit lumpia, dan keripik kentang dengan tujuan memberikan solusi untuk konsumen yang menginginkan camilan keripik dengan cita rasa gurih, renyah, pedas dan praktis dikonsumsi kapan saja. Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis Aisuka Keripik agar mampu bersaing di pasar yang semakin kompetitif dan meningkatkan daya tarik produk.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan business plan dengan analisis SWOT. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen. Berdasarkan hasil survei terhadap konsumen ditemukan beberapa kendala yang dihadapi oleh konsumen seperti inovasi rasa, kemasan produk, serta promosi produk yang masih terbatas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengembangan bisnis Aisuka Keripik dapat dilakukan dengan meningkatkan variasi rasa yang inovatif, memperbaiki desain kemasan agar lebih menarik, serta memperluas promosi melalui media sosial dan platform e-commerce.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, SWOT, Camilan Ringan

ABSTRACT

Aisuka Keripik is a culinary business that sells snacks, specifically various types of chips such as glass chips, spring roll skin chips, and potato chips. The goal is to provide a solution for consumers who want a snack with a savory, crunchy, spicy flavor that is practical to consume anytime. This study aims to formulate a business development strategy for Aisuka Keripik to compete in an increasingly competitive market and increase product appeal.

The method used in this study was a business plan approach with a SWOT analysis and a Business Model Canvas. Data was obtained through a questionnaire distributed to consumers. Based on the results of the consumer survey, several obstacles were identified, such as limited flavor innovation, product packaging, and product promotion. The results indicate that Aisuka Keripik business development strategy can be implemented by increasing the variety of innovative flavors, improving packaging design to make it more attractive, and expanding promotion through social media and e-commerce platforms.

Keywords: Development Strategy, SWOT, Snacks

