

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KACAMATA I.SEEGLASSES
SKEMA ENTREPRENEUR-BISNIS PLAN
SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana



Disusun oleh

Dimas Rizky Trisakti PB

22.92.0460

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

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KACAMATA I.SEEGLASSES
SKEMA ENTREPRENEUR-BISNIS PLAN
SKRIPSI**

Untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Kewirausahaan



Disusun oleh

Dimas Rizky Trisakti PB

22.92.0460

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KACAMATA I.SEEGLASSES

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dimas Rizky Trisakti PB

22.92.0460

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

Pada tanggal 07 Februari 2026

Dosen Pembimbing



Suyatmi, S.E.,M.M. NIK.190302019

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KACAMATA
I.SEEGLASSES

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Dimas Rizky Trisakti PB

22.92.0460

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Pada tanggal 23 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

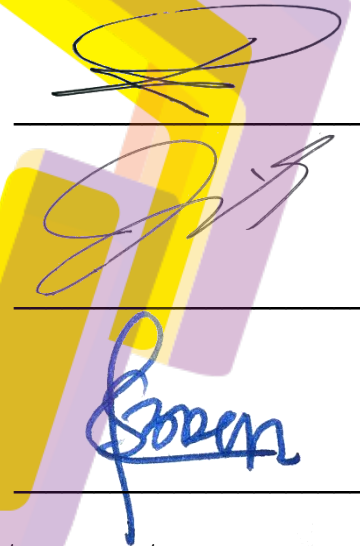
Nama Penguji

Tanda Tangan

Narwanto Nurcahyo, SH, MM
NIK. 190302581

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

Suyatmi, S.E.,M.M.
NIK. 190302019



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Tanggal 23
Februari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom.
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, 23 Februari 2026



Dimas Rizky Trisakti PB

22.92.0460

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan hidayah, rahmat, serta karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

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

1. Bapak Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Bapak Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ibu Suyatmi, S.E.,M.M. selaku Direktur Kemahasiswaan, Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi.
4. Bapak Yusuf Amri Amrullah, S.E.,M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Laksmindra Saptyawati, S.E.,M.BA dan Ibu Tanti Prita Hapsari, S.E.,M.Si. selaku dosen prodi Kewirausahaan.
6. Bapak Suminto dan Ibu Winarti selaku orangtua penulis.
7. Seluruh kerabat, saudara, dan rekan-rekan yang mendukung terselesaikannya skripsi ini.

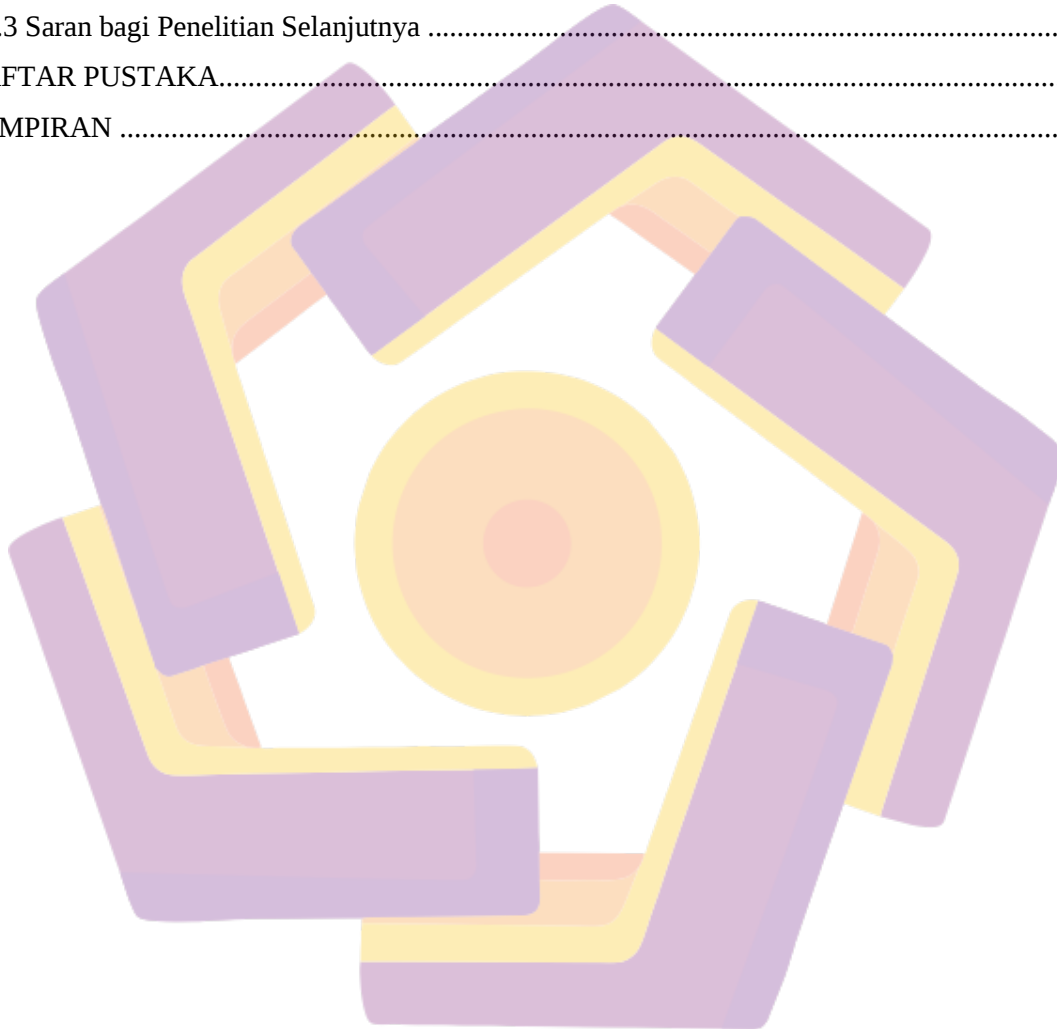
Yogyakarta, November 2025

(Dimas Rizky Trisakti PB)

DAFTAR ISI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KACAMATA I.SEEGLASSES.....	i
STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KACAMATA I.SEEGLASSES.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Permasalahan Konsumen.....	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	3
1.4 Noble Purpose	6
1.5 Visi dan Misi	8
BAB II DESKRIPSI PRODUK.....	9
2.1 Sejarah Bisnis.....	9
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan	11
2.3 Produk dan Inovasi Produk	12
2.4 Ukuran Pasar	16
2.5 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing.....	19
2.6 Strategi Pengelola Bisnis.....	20
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN	27
3.1 Analisis Matrik SWOT.....	28
3.2 Rencana Pengembangan.....	29
3.3 Matrik IFAS dan EFAS.....	31
BAB IV LAPORAN KEUANGAN	35
4.1 Neraca.....	35
4.2 Laporan Laba/Rugi.....	36
4.3 Arus Kas.....	37
4.4 BEP dan ROI.....	37
4.5 Proyeksi Laba/Rugi	39

4.7 HPP Kacamata I.seeglasses.....	40
BAB V PENUTUP.....	42
5.1 Kesimpulan.....	42
5.2 Saran.....	42
5.2.1 Saran bagi Pemilik I.seeglasses.....	42
5.2.2 Saran bagi Konsumen I.seeglasses.....	42
5.2.3 Saran bagi Penelitian Selanjutnya	43
DAFTAR PUSTAKA.....	44
LAMPIRAN	45

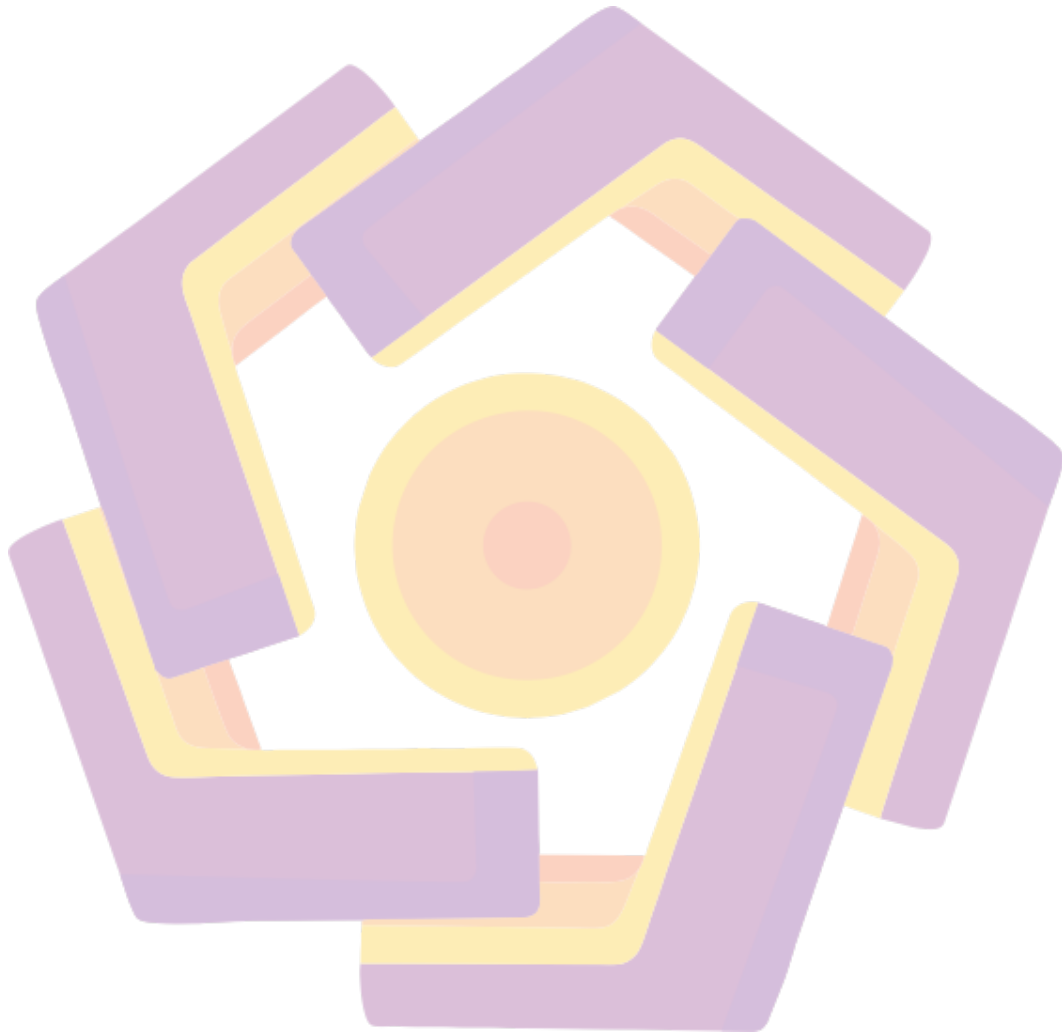


DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Permasalahan konsumen I.seeglasses	2
Tabel 2. 1 Produk dan Inovasi Produk	13
Tabel 2. 2 Jumlah perempuan dan laki-laki Kabupaten Sleman umur 20-50 Tahun tahun 2025.....	17
Tabel 2. 3 Jumlah penduduk Kabnupaten Sleman umur 20-50 Tahun tahun 2025	19
Tabel 2. 4 Strategi Pemasaran I.seeglasses	21
Tabel 2. 5 Alat dan Bahan Operasional I.seeglasses	23
Tabel 3. 1 Analisis Matriks SWOT I.seeglasses.....	28
Tabel 3. 2 Rencana Pengembangan I.seeglasses	29
Tabel 3. 3 Matrik IFAS I.seeglasses	31
Tabel 3. 4 Matrik EFAS I.seeglasses	32
Tabel 3. 5 Selisih nilai tertimbanng I.seeglasses	33
Tabel 4. 1 Laporan Neraca Saldo	35
Tabel 4. 2 Laporan Laba/Rugi	36
Tabel 4. 3 Arus Kas	37
Tabel 4. 4 BEP dan ROI	38
Tabel 4. 5 Proyeksi Laba/Rugi.....	39

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Dokumentasi bisnis	10
Gambar 2. 2 Dokumentasi bisnis I.seeglasses	10
Gambar 2. 3 Dokumentasi Business Model Canvas I.seeglasses	12
Gambar 2. 4 Struktur Organisasi I.seeglasses	25



ABSTRAK

Skripsi ini berisi mengenai strategi pengembangan bisnis kacamata I.seeglasses, kacamata lokal saat ini mengalami perkembangan yang cukup pesat seiring meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan mata serta perubahan gaya hidup yang menjadikan kacamata sebagai bagian dari fashion. Kondisi tersebut membuka peluang bagi pelaku usaha kacamata lokal untuk berkembang, namun di sisi lain juga menimbulkan persaingan yang semakin ketat, baik dengan merek nasional maupun internasional. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan bisnis yang tepat agar usaha kacamata lokal mampu bertahan, memiliki daya saing, dan berkembang secara berkelanjutan di tengah dinamika industri fashion kreatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis kacamata lokal dengan fokus pada upaya peningkatan daya saing usaha. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi dan wawancara terhadap objek penelitian. Pendekatan ini dipilih untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi internal dan eksternal usaha, serta strategi yang telah dan dapat diterapkan dalam pengembangan bisnis kacamata lokal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor utama yang berperan penting dalam memperkuat daya saing usaha kacamata lokal. Faktor tersebut meliputi inovasi desain produk yang mengikuti tren fashion dan kebutuhan konsumen, peningkatan kualitas produk yang mencakup kenyamanan, ketahanan, dan estetika kacamata, serta pemanfaatan pemasaran digital sebagai sarana promosi yang efektif dan efisien. Selain itu, kolaborasi dengan komunitas lokal juga menjadi strategi yang relevan dalam membangun citra merek, memperluas jaringan pasar, dan meningkatkan loyalitas konsumen. Strategi pengembangan bisnis yang dirumuskan melalui penelitian ini menekankan pentingnya keseimbangan antara aspek kreatif, kualitas produk, dan pendekatan pemasaran yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan tren pasar. Dengan menerapkan strategi tersebut secara konsisten, usaha kacamata lokal diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta menciptakan keberlanjutan usaha dalam jangka panjang. Intisari ini diharapkan dapat memberikan gambaran ringkas mengenai hasil penelitian serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dan penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengembangan bisnis pada industri fashion kreatif, khususnya di sektor kacamata lokal.

Kata kunci : *strategi, pengembangan, bisnis, kacamata, pemasaran*

ABSTRACT

This thesis discusses the business development strategies of I.seeglasses as a local eyewear brand operating in the creative fashion industry. The local eyewear business has experienced significant growth in recent years, along with increasing public awareness of eye health and lifestyle changes that position eyewear not only as a vision aid but also as a fashion product. This condition creates opportunities for local eyewear businesses to grow; however, it also intensifies competition with both national and international brands. Therefore, appropriate business development strategies are required to ensure that local eyewear businesses are able to survive, remain competitive, and achieve sustainable growth. This study aims to analyze business development strategies for local eyewear with a focus on enhancing business competitiveness. A qualitative research approach was employed, with data collected through observation and interviews conducted at the research object. This approach was chosen to obtain an in-depth understanding of the internal and external conditions of the business, as well as the strategies that have been implemented and those that can potentially be applied in developing local eyewear businesses. The results of the study indicate that several key factors play an important role in strengthening the competitiveness of local eyewear businesses. These factors include product design innovation that aligns with fashion trends and consumer needs, improvement in product quality covering aspects of comfort, durability, and aesthetics, and the utilization of digital marketing as an effective and efficient promotional medium. In addition, collaboration with local communities is identified as a relevant strategy for building brand image, expanding market networks, and increasing customer loyalty. The business development strategies formulated in this study emphasize the importance of balancing creativity, product quality, and marketing approaches that are adaptive to technological developments and market trends. By consistently implementing these strategies, local eyewear businesses are expected to enhance their competitiveness, expand market share, and achieve long-term business sustainability. This abstract is expected to provide a concise overview of the research findings and serve as a reference for business practitioners and future studies related to business development in the creative fashion industry, particularly in the local eyewear sector.

Keywords: strategy, development, business, eyewear, marketing