

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO KELONTONG DAYBOX

SKRIPSI NON REGULER BUSINESS PLAN



disusun oleh

HAFIFUDDIN

20.92.0256

Kepada

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

TAHUN 2026

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO KELONTONG DAYBOX

SKRIPSI NON REGULER BUSINESS PLAN

untuk memenuhi salah satu syarat mencapai derajat Sarjana
Program Studi S1 – Kewirausahaan



disusun oleh

HAFIFUDDIN

20.92.0256

Kepada

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

TAHUN 2026

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO KELONTONG DAYBOX

yang disusun dan diajukan oleh

Hafifuddin

20.92.0256

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 20 Februari 2026

Dosen Pembimbing,



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

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO KELONTONG DAYBOX

yang disusun dan diajukan oleh

Hafifuddin

20.92.0256

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji
pada tanggal 20 Februari 2026

Susunan Dewan Penguji

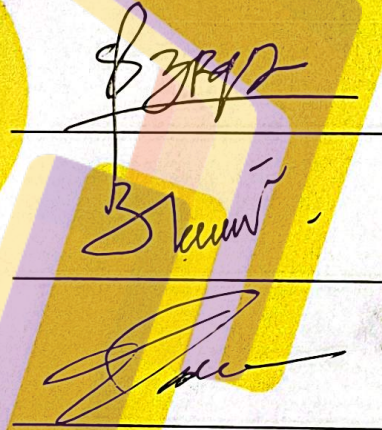
Nama Penguji

Tanda Tangan

Suvatmi, S.E., M.M.
NIK. 190302019

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

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



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis (S. Bns)

Tanggal 20 Februari 2026

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL



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

NIK. 190302125

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini,

Nama mahasiswa : Hafifuddin
NIM : 20.92.0256

Menyatakan bahwa Skripsi dengan judul berikut:

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO KELONTONG DAYBOX

Dosen Pembimbing : Dr. Dodi Setiawan Riatmaja, S.Psi., MBA,

1. Karya tulis ini adalah benar-benar ASLI dan BELUM PERNAH diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas AMIKOM Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini merupakan gagasan, rumusan dan penelitian SAYA sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dari Dosen Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan disebutkan dalam Daftar Pustaka pada karya tulis ini.
4. Perangkat lunak yang digunakan dalam penelitian ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab SAYA, bukan tanggung jawab Universitas AMIKOM Yogyakarta.
5. Pernyataan ini SAYA buat dengan sesungguhnya, apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka SAYA bersedia menerima SANKSI AKADEMIK dengan pencabutan gelar yang sudah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Perguruan Tinggi.

Yogyakarta, 20 Februari 2026

Yang Menyatakan,



Hafifuddin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO KELONTONG DAYBOX". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. 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 Laksmindra Saptyawati, S.E., MBA, selaku Kepala Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas AMIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Dodi Setiawan Riatmaja, S.Psi., MBA, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, ilmu, serta waktu dalam membimbing penulis hingga selesainya tugas akhir ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi S1 Kewirausahaan Universitas AMIKOM Yogyakarta, yang telah membagikan ilmu pengetahuan serta pengalaman berharga dalam dunia bisnis selama masa perkuliahan.
6. Ibu Rusmawati dan Bapak Hariri, kedua orang tua tercinta yang selalu memberikan dukungan moral, materi, serta doa yang tiada putus, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini tanpa halangan yang berarti.

7. Tika Lana, istri tercinta yang selalu memberikan semangat, pengertian, dan mendampingi penulis dalam setiap proses perjuangan menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman kelas Kewirausahaan angkatan 2020 dan seluruh rekan mahasiswa Universitas AMIKOM Yogyakarta yang tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih atas persahabatan dan dukungan selama ini.
9. Rekan-rekan kerja di dayBox, yang telah memberikan sumbangsih tenaga, waktu, dan kerja sama yang hebat selama proses penelitian dan pengembangan bisnis ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan perkembangan ilmu kewirausahaan.

Hormat Penulis,

Hafifuddin

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRACT	xiii
RINGKASAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Permasalahan Konsumen.....	1
1.2 Solusi dan Nilai Lebih yang Ditawarkan.....	2
1.3 Noble Purpose.....	7
1.4 Visi ,Misi dan <i>Brand</i>	8
BAB II DEKSRIPSI BISNIS	9
2.1 Sejarah Bisnis.....	9
2.2 Model Bisnis yang Dijalankan (<i>BMC</i>).....	10
2.3 Produk dan Inovasi Produk	12
2.4 Ukuran Pasar (<i>Market Size</i>).....	16
2.5 Analisis Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	17
2.6 Strategi Pengelolaan Bisnis.....	19
BAB III RENCANA PENGEMBANGAN.....	35

3.1	Analisi Matrix SWOT.....	35
3.2	Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Panjang	39
BAB IV LAPORAN KEUANGAN		42
4.1	Laporan Neraca	42
4.2	Laporan Laba Rugi.....	43
4.3	Laporan Arus Kas.....	45
4.4	BEP dan ROI.....	46
4.5	Proyeksi Keuangan.....	48
BAB V PENUTUP.....		50
5.1	Kesimpulan.....	50
5.2	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		52
LAMPIRAN		54
Lampiran 1 Dokumen Legalitas Bisnis		54
Lampiran 2 Dokumen Media dan Promosi.....		57
Lampiran 3 Aktivitas Bisnis		60
Lampiran 4 Dokumen <i>Feedback</i> Konsumen.....		62
Lampiran 5 Dokumen Produk Barang.....		72

DAFTAR TABEL

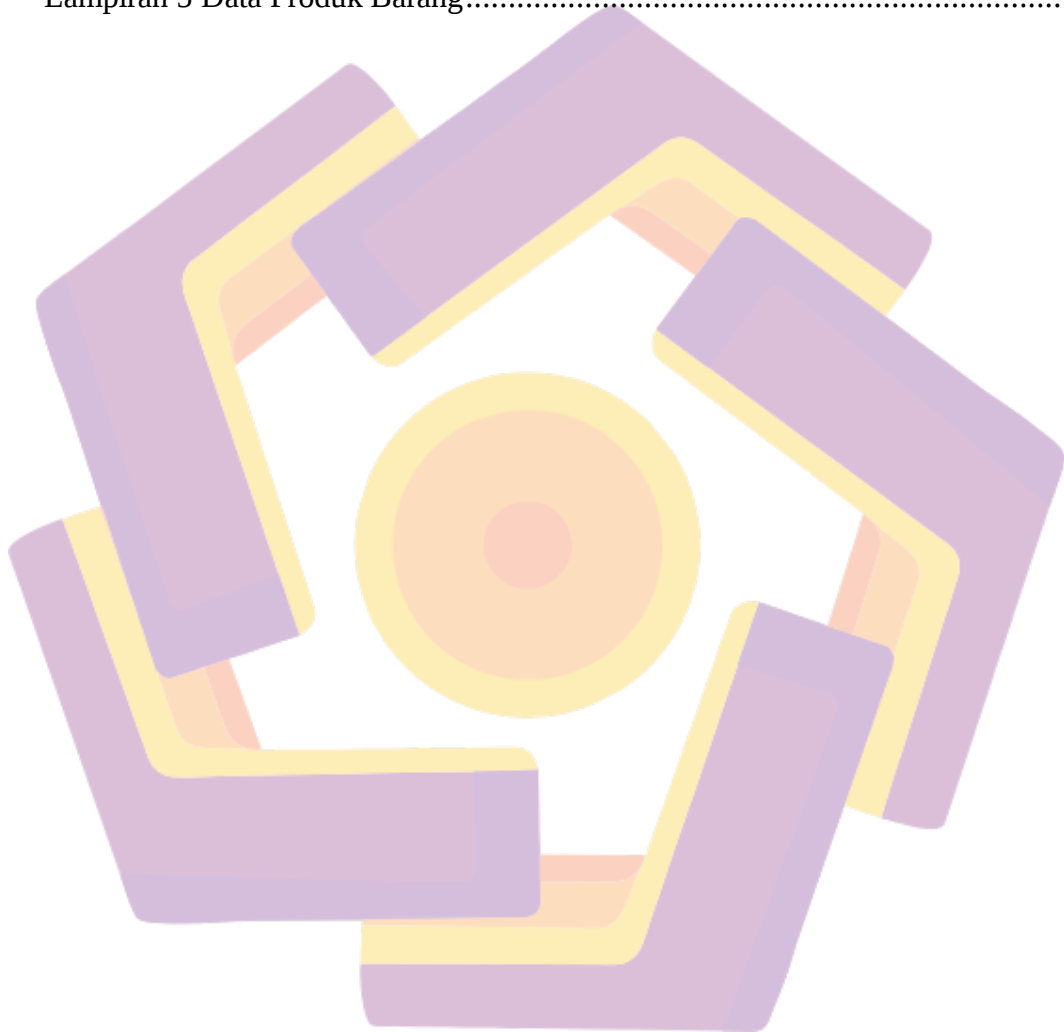
Tabel 1.1 Daftar Cabang Toko	3
Tabel 2.1 Kategori Produk.....	13
Tabel 2.2 Posisi Perusahaan dibanding Pesaing	18
Tabel 2.3 Strategi Produk	19
Tabel 2.4 Strategi Markup Harga	19
Tabel 2. 5 Layanan PPOB.....	23
Tabel 2. 6 Distributor atau Pemasok.....	25
Tabel 2.7 Daftar Karyawan.....	29
Tabel 2.8 Sistem Gaji	30
Tabel 3.1 Analisis Matrix SWOT.....	35
Tabel 3.2 Analisis Nilai EFAS dan IFAS.....	36
Tabel 3.3 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Menengah.....	39
Lanjutan 3.3 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Menengah	40
Lanjutan 3.3 Rencana Pengembangan Jangka Pendek dan Jangka Menengah	41
Tabel 4.1 Laporan Neraca 2025	42
Tabel 4.2 Laporan Laba Rugi 2025	43
Tabel 4.3 Laporan Arus Kas 2025.....	45
Tabel 4.4 Proyeksi Keuangan 2026.....	48

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Google Maps dayBox Mungur	3
Gambar 1.2 Google Maps dayBox Babarsari	4
Gambar 1.3 Google Maps dayBox Stadion Maguwoharjo.....	4
Gambar 1.4 Grab Mart dan Maxim Foods&Goods	5
Gambar 1.5 Layar Kasir Aronium POS	6
Gambar 1.6 Logo dayBox.....	8
Gambar 2.1 Business Model Canvas (BMC)	10
Gambar 2.2 QRIS (Quick Response Code Indonesian Standard)	14
Gambar 2.3 Grab Kios dan Mitra Shopee	15
Gambar 2.4 Spanduk atau Banner	21
Gambar 2.5 Neon Box.....	21
Gambar 2.6 Rak Produk	27
Gambar 2.7 Data Penerimaan Barang, Nota (Plastik Hitam), Produk Expired	28
Gambar 2.8 Brosur Lowongan Kerja.....	31
Gambar 2.9 Dashboard Aronium POS.....	32
Gambar 2.10 Dashboard Akuntasiku.....	33
Gambar 3.1 Posisi Nilai x dan y Analisi SWOT	38
Gambar 7.1 Google Business.....	57
Gambar 7.2 Portal Grab Merchant.....	57
Gambar 7.3 Maxim Merchant	57
Gambar 7.4 Shopee (Marketplace)	58
Gambar 7.5 Instagram	58
Gambar 7.6 Tiktok	58
Gambar 7.7 Halaman Facebook	59
Gambar 7.8 Portal Tapo CCTV	60
Gambar 7.9 CCTV Mungur	61
Gambar 7.10 CCTV Babarsari	61
Gambar 7.11 CCTV Stad. Maguwo.....	61

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 NIB	54
Lampiran 2 Media dan Promosi	57
Lampiran 3 CCTV dayBox	60
Lampiran 4 Laporan Feedback Konsumen.....	62
Lampiran 5 Data Produk Barang.....	72



ABSTRACT

dayBox is a modern 24-hour convenience store that integrates technology into its retail system to address barriers in accessibility (88.4%), transaction efficiency (67.3%), and pricing (59.2%). The SWOT matrix analysis positions dayBox in Quadrant I (Aggressive) with an IFAS score of 4.65 and an EFAS score of 3.00, indicating significant internal strength to capture massive market opportunities. Financially, dayBox recorded a robust performance in 2025, achieving a total revenue of IDR 1,567,551,363 and a net profit of IDR 363,450,025. The efficiency of this business model is evidenced by a Return on Investment (ROI) of 103.89% and a rapid Payback Period of approximately 11.5 months. This success is bolstered by the synergy of on-demand delivery services and transparent inventory management, positioning dayBox as a modern retail entity prepared for extensive future business escalation.

Keywords: Convenience Store, Business Strategy, SWOT Matrix, Business Model Canvas, Marketing Mix, STP, Digitalization, On-demand Delivery

RINGKASAN

dayBox merupakan toko kelontong modern 24 jam yang mengintegrasikan teknologi dengan sistem ritel kelontong untuk mengatasi hambatan aksesibilitas (88,4%) dan efisiensi transaksi (67,3%) dan Harga (59,2%). Analisis matriks SWOT menempatkan dayBox pada posisi Kuadran I (Agresif) dengan skor IFAS 4,65 dan EFAS 3,00, yang menunjukkan kekuatan internal besar untuk menangkap peluang pasar secara masif. Secara finansial, dayBox mencatatkan performa sangat sehat pada tahun 2025 dengan total pendapatan Rp1.567.551.363 dan laba bersih mencapai Rp363.450.025. Efisiensi model bisnis ini dibuktikan dengan nilai *Return On Investment (ROI)* sebesar 103,89% serta masa pengembalian modal yang sangat cepat, yakni kurang lebih 11,5 bulan. Keberhasilan ini didukung oleh sinergi layanan on-demand delivery dan manajemen stok yang transparan, menjadikan dayBox entitas ritel modern yang siap melakukan eskalasi bisnis lebih luas di masa depan.

Kata Kunci: Toko Kelontong, Strategi Bisnis, Matriks SWOT, Business Model Canvas, Marketing Mix, STP, Digitalisasi, On-demand Delivery