

**PENGEMBANGAN STRATEGI ONLINE DALAM
PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA
BEBEK MADURA 167**

TUGAS AKHIR



Joshua Sitanggang

1191001004

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

**PENGEMBANGAN STRATEGI ONLINE DALAM
PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA
BEBEK MADURA 167**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Joshua Sitanggang

1191001004


**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2024**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Joshua Sitanggang

NIM : 1191001004

Tanda Tangan : 

Tanggal : 14 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh

Nama : Joshua Sitanggang

NIM : 1191001004

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Pengembangan Strategi Online Dalam Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Bebek Madura 167

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Raden Aryo Febrian, SE., M.M

()

Penguji I : Dominica Ami Widyastuti, S.E.,MM

()

Penguji II : Dr. Jerry Heikal, S.T, MM

(*jheikal*)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 9 Agustus 2024

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yesus Kristus, karena atas berkat dan kasih karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengembangan Strategi Online dalam peningkatan pendapatan pada usaha Bebek Madura 167”**.

Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Saya menyadari tanpa nasehat dan dukungan dari berbagai pihak selama menjalankan studi maupun sampai tahap penyelesaian tugas akhir ini. Oleh karena itu, rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Ir. Sofia Miriyanti Alisjahbana Wangsadinata, M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Bakrie;
2. Bapak Dr. Dudi Rudianto, S.E., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial;
3. Bapak M. Taufiq Amir, S.E., M.M., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Manajemen;
4. Bapak Muchsin Saggaff Shibab, S.E., M.Sc., MBA, Ph.D selaku dosen pembimbing akademik selama masa studi penulis di Universitas Bakrie;
5. Ibu Holila Hatta, S. Pd., M.M selaku dosen pembimbing magang selama masa studi di Universitas Bakrie;
6. Bapak Raden Aryo Febrian, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran. Serta juga dengan sabar untuk memberikan bimbingan yang sangat bermanfaat selama proses penyelesaian tugas akhir ini;

7. Bapak/Ibu dosen Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial yang tidak dapat disebutkan satu-persatu atas segala ilmu dan pengalaman bermanfaat bagi penulis selama masa studi penulis di Universitas Bakrie;
8. Kedua orang tua saya serta kakak-kakak saya yang selalu memberi doa maupun support yang tidak pernah putus hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan Tugas Akhir ini tepat waktu;
9. Kepada diri saya sendiri karena telah menjadi orang yang kuat dalam menghadapi segala hal. Terima kasih untuk tidak menyerah dalam menyelesaikan tugas akhir ini;
10. Daffa Armanata, Dicky Pratama, Dwi Yolanda Putri, Kristian Hartono, Miftah Arsy Wijaya dan Julius Waruwu. Sebagai rekan partner bahkan sahabat saya yang menjadi saksi sehingga penulis bisa semangat. Terima kasih telah menjadi sahabat dan pendengar yang siap mendengarkan segala keluh kesah tanpa menghakimi, serta memberikan saran atau masukan dan motivasi dalam permasalahan yang saya hadapi;
11. Seluruh pihak-pihak terkait dan rekan lainnya yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah berjasa dalam proses penyelesaian Tugas Akhir ini;

Akhir kata Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 14 Agustus 2024



Joshua Sitanggang

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Joshua Sitanggang
NIM : 1191001004
Program Studi : S1 Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Pengembangan Strategi Online Dalam Peningkatan Pendapatan Pada Usaha Bebek Madura 167

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 14 Agustus 2024

Yang Menyatakan



Joshua Sitanggang

PENGEMBANGAN STRATEGI ONLINE DALAM PENINGKATAN PENDAPATAN PADA USAHA BEBEK MADURA 167

Joshua Sitanggang¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan pengembangan bisnis pada usaha Bebek Madura 167. Usaha letak dari Usaha bisnis ini berada di Cibinong kabupaten Bogor, sedangkan untuk tujuan dari bisnis yaitu mengembangkan penjualan berbasis *online* yang pada awalnya bisnis ini bergerak pada penjualan berbasis *offline*, dengan tujuan mengenalkan bisnis ini kepada orang banyak baik yang berada diruang lingkup Kabupaten Bogor, maupun di daerah lain seperti Jakarta dan sekitarnya.

Dengan strategi – strategi bisnis yang sedang digunakan pada usaha ini seperti Analisis *SWOT* dan Analisis *Five Porter's Forces* dan penentuan *Segmentasi Customer, Target Segmen, Value Proposition* serta penerapan *User Interface* dan *User Experience*, diharapkan pendapatan pada bisnis Bebek Madura 167 ini dapat meningkat, mengingat persaingan pada bisnis kuliner saat ini sangat pesat mulai dari makanan cepat saji, dan juga makanan tradisional. Dengan modal awal Rp. 67.000.000 maka dinyatakan bisnis ini layak untuk dikerjakan.

Kata Kunci : *Segmentasi Customer, Value Proposition, Online Marketing, Analisis SWOT, Analisis Five Porter's Forces*

¹ Mahasiswa Manajemen, Universitas Bakrie

**DEVELOPMENT OF ONLINE STRATEGIES TO INCREASE INCOME
IN MADURA DUCK BUSINESSES**

Joshua Sitanggang²

ABSTRACT

This research aims to plan business development for the Bebek Madura 167 business. The location of this business is in Cibinong, Bogor Regency, while the aim of the business is to develop sales based *online*. Initially this business was based on sales *offline*, with the aim of introducing this business to many people both within Bogor Regency and in other areas such as Jakarta and surrounding areas.

With business strategies that are being used in this business, such as analysis *SWOT* and Analysis *Five Porter's Forces* and determination *Customer Segmentation, Target Segment, Value Proposition* as well as implementation *User Interface* and *User Experience*, It is hoped that income from the Bebek Madura 167 business can increase, considering that competition in the culinary business is currently very rapid, starting from fast food and also traditional food. With initial capital of Rp. 67,000,000 then it is declared that this business is worth running.

Keywords : *Customer Segmentation, Value Proposition, Online Marketing, Analysis SWOT, Analysis Five Porter's Forces*

¹ Mahasiswa Manajemen, Universitas Bakrie

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
KATA PENGANTAR	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Perencanaan Bisnis	5
1.4 Manfaat dan Kegunaan Perencanaan Bisnis	5
BAB II	7
KONSEP BISNIS	7
2.1 Profil Usaha	7
2.1.1 Strategi Usaha	8
2.1.2 Pengembangan Produk (Product)	9
2.1.3 Menentukan Harga (Price)	10
2.2 Analisa Persaingan (Kompetitor)	11
2.3 Deskripsi Produk	13
2.4 Kondisi Penjualan dan Pemasaran Bebek Madura 167	14
2.5 Segmeting, Targeting dan Positioning (STP)	14
BAB III	17
METODE PENGEMBANGAN	17
3.1 Pengumpulan Data	17
3.1.1 Data Primer	17

3.2 Analisis SWOT	18
BAB IV	23
ANALISIS BISNIS	23
4.1 Clustering Model.....	23
4.2 Segmentasi Customer.....	23
4.3 Target Segmen dan Value Propotion.....	34
4.4 User Interface dan User Experience	39
4.5 Analisis SWOT	41
4.6 Analisis Porter’s Five Forces.....	44
4.7 Hasil dan Pembahasan	48
BAB V	57
RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS.....	57
5.1 Profil Bisnis Bebek Madura 167	57
5.2 Struktur Organisasi	58
5.3 Strategi Pengembangan Bisnis Online	58
5.4 Kesimpulan.....	59
5.5 Saran.....	60
Daftar Pustaka.....	61
Lampiran	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Profile Usaha.....	7
Gambar 2.2 Gambar Pesaing/Kompetitor.....	12
Gambar 2.3 Produk Bebek Madura 167.....	14
Gambar 3.1 Five Porter's Forces.....	21
Gambar 4.1 Usia Pelanggan Bebek Madura 167.....	26
Gambar 4.2 Gender Hasil Wawancara.....	26
Gambar 4.3 Data Hasil Wawancara.....	26
Gambar 4.4 Status Pekerjaan Pelanggan Bebek Madura 167.....	27
Gambar 4.5 Tingkat Pendidikan Pelanggan Bebek Madura 167.....	27
Gambar 4.6 Segmentasi Geografis Bebek Madura 167.....	28
Gambar 4.7 Pembelian Produk Bebek Masuda 167.....	29
Gambar 4.8 Cluster 1.....	29
Gambar 4.9 Cluster 2.....	30
Gambar 4.10 Cluster 3.....	31
Gambar 4.11 Cluster 4.....	31
Gambar 4.12 Segment Berdasarkan Keluarga.....	33
Gambar 4.13 Segment Berdasarkan Pekerja.....	34
Gambar 4.14 Segment Berdasarkan Mahasiswa dan Pelajar.....	34
Gambar 4.15 Usia Hasil Wawancara.....	36
Gambar 4.16 Gender Pembelian Produk Bebek Madura 167.....	37
Gambar 4.17 Tampilan Menu Aplikasi Go-Food.....	41
Gambar 4.18 Analisis Porter's Five Forces.....	45
Gambar 4.19 Data Wawancara.....	49
Gambar 4.20 Clustering Model.....	49
Gambar 4.21 Cluster 1.....	50
Gambar 4.22 Cluster 2.....	51
Gambar 4.23 Cluster 3.....	51
Gambar 4.24 Cluster 4.....	52

Gambar 4.25 Penjualan Online Grab/Go-Food.....54
Gambar 4.26 Iklan Grab-food & Go-Food.....55
Gambar 5.1 Produk..... 57
Gambar 5.2 Struktur Organisasi.....58
Gambar 5.3 Pengembangan Bisnis Online.....59

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Harga Jual	10
Tabel 2.2 Harga Pesaing/Kompetitor	12
Tabel 3.2 Analisis SWOT	20
Tabel 4.1 Tabel Analisis SWOT	45
Tabel 4.2 Analisis <i>Porter's Five Forces</i>	46
Tabel 4.3 Matriks Rekomendasi Perbaikan Bebek Madura	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	56
----------------	----