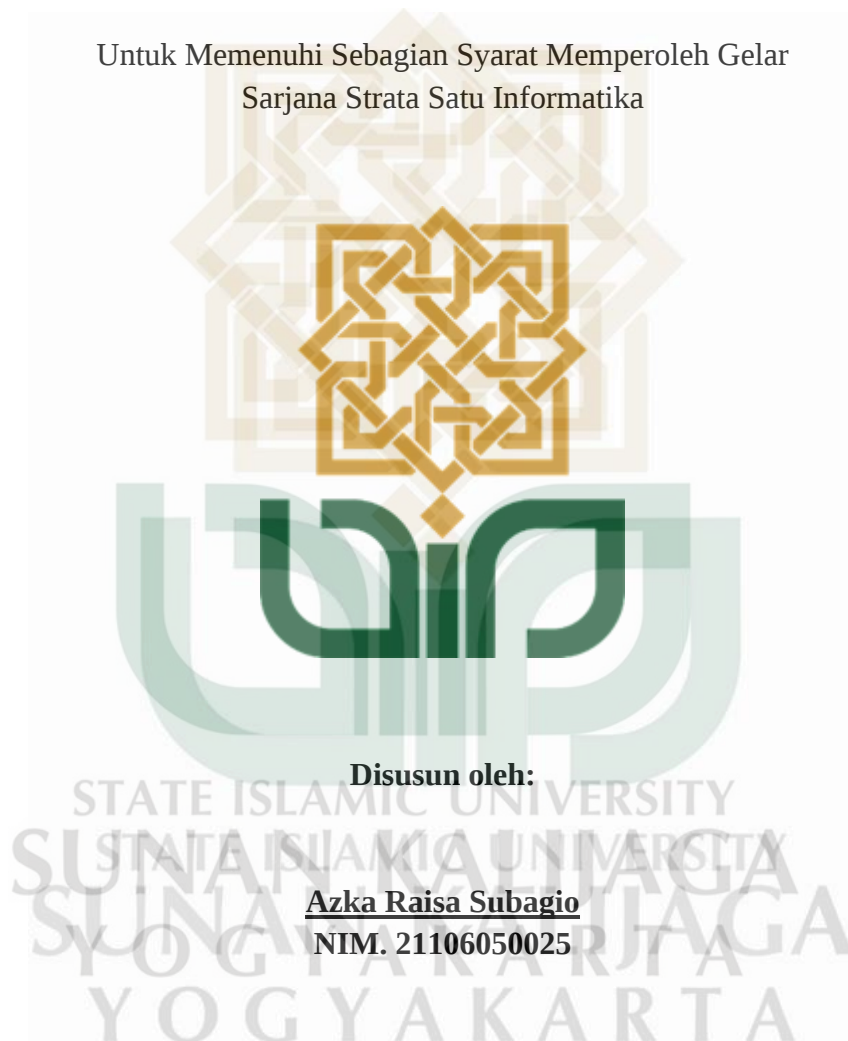


PERANCANGAN BISNIS APLIKASI SEKAI COSPLAY

UNTUK PERSEWAAN KOSTUM COSPLAY

TUGAS AKHIR

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Strata Satu Informatika



Disusun oleh:

Azka Raisa Subagio

NIM. 21106050025

**PROGRAM STUDI INFORMATIKA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2025

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama : Azka Raisa Subagio
NIM : 21106050025
Program Studi : Informatika
Fakultas : Sains dan Teknologi

Dengan ini menyatakan bahwa tugas akhir saya yang berjudul **"PERANCANGAN BISNIS APLIKASI SEKAI COSPLAY UNTUK PERSEWAAN KOSTUM COSPLAY"** merupakan hasil penelitian saya sendiri, tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar sarjana disuatu Perguruan Tinggi dan sesungguhnya tugas akhir/skripsi ini merupakan hasil pekerjaan penulis sendiri sepanjang pengetahuan penulis, bukan duplikasi atau saduran dari karya orang lain kecuali bagian tertentu yang penulis ambil sebagai bahan acuan dan disebutkan dalam daftar pustaka. Tugas akhir ini saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana bidang studi Informatika pada Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga..

Yogyakarta, 26 Mei 2024

Penulis,



Azka Raisa Subagio

NIM. 21106050025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 540971 Fax. (0274) 519739 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1060/Un.02/DST/PP.00.9/06/2025

Tugas Akhir dengan judul : Perancangan Bisnis Aplikasi Sekai Cosplay Untuk Persewaan Kostum Cosplay

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : AZKA RAISA SUBAGIO
Nomor Induk Mahasiswa : 21106050025
Telah diujikan pada : Selasa, 03 Juni 2025
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Muhammad Galih Wonoseto, M.T.
SIGNED

Valid ID: 684a50784b214



Penguji I
Dr. Agung Fatwanto, S.Si., M.Kom.
SIGNED

Valid ID: 6848f4a4a1467



Penguji II
Ir. Muhammad Didik Rohmad Wahyudi, S.T.,
MT.
SIGNED

Valid ID: 684a460aa42cf



Yogyakarta, 03 Juni 2025
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
Prof. Dr. Dra. Hj. Khurul Wardati, M.Si.
SIGNED

Valid ID: 684a5afd40969

SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR



Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga



FM-UINSK-BM-05-03/R0

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Skripsi / Tugas

Akhir Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan

Teknologi UIN Sunan Kalijaga

Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalammu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudari:

Nama : Azka Raisa Subagio
NIM : 21106050025
Judul Skripsi : Perancangan Bisnis Aplikasi Sekai Cosplay Untuk Persewaan Kostum Cosplay

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Program Studi Informatika.

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudari dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum wr.wb

Yogyakarta, 26 Mei 2024

Pembimbing

Muhammad Galih Wonoseto, M.T

NIP. 19901113 201903 1 012

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam mengerjakan Tugas Akhiri ni, hal utama bagi penulis adalah meniatkan *lillahi ta'ala*. Dengan niat itu pula, penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dan mempersembahkannya khusus untuk:

1. Kedua Orang Tua Tercinta, Kuncoro Rambat Subagio dan Lilik Istiqomah yang saat ini sedang study PhD di Sydney, Australia sejak 2021
2. Nenek Tercinta, Endang binti Khayati
3. Keluarga Besar yang saya cintai
4. Semua orang yang pernah mambantu saya selama kuliah ini

Almamater Tercinta
Program Studi Informatika
Fakultas Sains dan Teknologi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

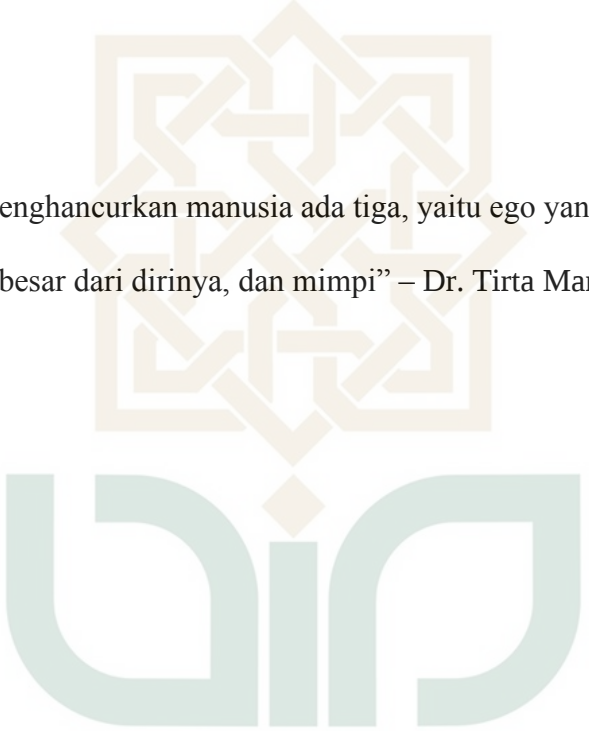
Tugas Akhir ini tidak dipublikasikan, tetapi tersedia di perpustakaan dalam lingkungan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, diperkenankan dipakai sebagai referensi kepustakaan, tetapi pengutipan harus seizin penyusun dan harus menyebutkan sumbernya sesuai dengan kebiasaan ilmiah. Dokumen Tugas Akhir ini merupakan hak milik UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



HALAMAN MOTTO

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan” – QS Al Insyirah ayat 6

“Yang dapat menghancurkan manusia ada tiga, yaitu ego yang tinggi, ambisi yang lebih besar dari dirinya, dan mimpi” – Dr. Tirta Mandira Hudhi



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Bisnis Aplikasi Sekai Cosplay untuk Persewaan Kostum Cosplay” dengan baik. Tak lupa shalawat dan salam senantiasa tercurah kepada junjungan agung Rasulullah SAW yang telah menunjukkan jalan kebenaran kepada kita hingga saat ini.

Tugas akhir ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan pada Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang ditujukan secara khusus kepada semua pihak yang telah membantu dan selalu mendukung penyelesaian tugas akhir ini, sebagai berikut:

1. Papa saya, Kuncoro Rambat Subagio dan Mama saya tercinta, Lilik Istiqomah yang selalu memberikan doa, dukungan, motivasi, arahan dan segalanya yang terbaik untuk saya. Berkat semua itu, saya bisa menyelesaikan penulisan tugas akhir ini.
2. Nenek saya, Endang binti Khayati, yang selalu memberikan motivasi, masukan, dan nasihat selama studi saya.
3. Bapak Prof. Noorhaidi Hasan, M.A, M.Phil., Ph.D. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

4. Ibu Prof., Dr., Dra., Hj. Khurul Wardani, M.Si., selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Muhammad Mustakim, S.T. M.T., selaku Kepala Program Studi Informatika Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Muhammad Galih Wonoseto, M.T., selaku dosen pembimbing yang selalu membimbing saya dalam pembuatan tugas akhir ini dan memberikan saran dan solusi atas semua permasalahan yang saya hadapi dalam penulisan tugas akhir.
7. Bapak Ir. Aulia Faqih Rifa'i, M.Kom., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan dan dukungan selama masa studi saya.
8. Bapak dan Ibu Dosen Informatika yang telah memberikan banyak sedikitnya ilmu dan pengalaman kepada saya.
9. Bapak Luthfan Adiputra selaku teman sehati, yang telah memberikan saran, nasihat, dan masukan terkait perhitungan keuangan dalam bisnis selama penyusunan tugas akhir.
10. Luthfantry Zamzam Muhammad dan Defany Khoirunnisa, teman perkuliahan sepejuangan yang telah menyediakan banyak waktunya untuk mengerjakan tugas akhir bersama, dan menjadi tempat berbagi keluh kesah selama menghadapi berbagai rintangan dalam penulisan tugas akhir.
11. Rahma Bintang Pratama dan Nanda Arya Putra, selaku teman informatika yang telah memberikan saran, masukan dan segala jawaban seputar tugas akhir.

12. Teman-teman Informatika yang telah memberikan semangat dan pengalamannya kepada saya.

13. Serta kepada pihak-pihak yang tidak dapat saya sebutkan, yang telah memberikan bantuan dan kemurahan hati sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan dari semua pihak demi kesempurnaan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pembaca dan penulis khususnya.

Yogyakarta, 26 Mei 2025

Penyusun,

Azka Raisa Subagio

NIM.21106050025

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

INTISARI

Cosplay merupakan bagian dari budaya populer Jepang, yang telah berkembang menjadi fenomena global dan digemari oleh berbagai kalangan. Seiring dengan meningkatnya popularitas anime, manga, dan budaya pop Jepang di Indonesia, komunitas cosplay juga terus berkembang dan didukung oleh berbagai acara tematik yang marak digelar. Namun, terdapat tantangan seperti biaya tinggi untuk membeli kostum dan aksesoris serta keterbatasan akses membuat cosplay sulit dijangkau bagi sebagian orang. Sekai Cosplay hadir sebagai aplikasi digital yang memberikan solusi praktis dan ekonomis dengan menghubungkan cosplayer dengan penyedia jasa penyewaan kostum. Selain itu, aplikasi ini juga menghubungkan cosplayer dengan komunitas cosplay untuk berbagi pengalaman. Penelitian ini membahas tentang pengembangan bisnis Sekai Cosplay sebagai inovasi dalam industri kreatif dalam penyewaan kostum dengan fokus pada aksesibilitas, efisiensi dan diharapkan dapat memberikan pemahaman terkait perencanaan bisnis penyewaan kostum cosplay serta berkontribusi positif mendukung perkembangan budaya cosplay di Indonesia.

Kata Kunci : Cosplay, Aplikasi Digital, Budaya Populer Jepang, Penyewaan Kostum

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRACT

Cosplay is a part of Japanese popular culture, which has developed into a global phenomenon and is favored by various groups. Along with the increasing popularity of anime, manga and Japanese pop culture in Indonesia, the cosplay community is also growing and is supported by various thematic events. However, challenges such as the high cost of buying costumes and accessories and limited access make cosplay out of reach for some people. Sekai Cosplay comes as a digital application that provides a practical and economical solution by connecting cosplayers with costume rental service providers. In addition, the app also connects cosplayers with cosplay communities to share experiences. This research discusses the business development of Sekai Cosplay as an innovation in the creative industry in costume rental with a focus on accessibility, efficiency and is expected to provide an understanding of cosplay costume rental business planning and contribute positively to supporting the development of cosplay culture in Indonesia.

Keywords: Cosplay, Digital Application, Japanese Popular Culture, Costume Rental

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR ISI

PERANCANGAN BISNIS APLIKASI SEKAI COSPLAY	1
UNTUK PERSEWAAN KOSTUM COSPLAY	1
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
SURAT PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iv
HALAMAN PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR.....	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR	viii
INTISARI.....	xi
ABSTRACT.....	xii
DAFTAR ISI.....	xiii
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Rancangan Bisnis.....	6
1.5 Manfaat Rancangan Bisnis	6
BAB II.....	8
KAJIAN PUSTAKA.....	8
2.1 Tinjauan Pustaka	8
2.2 Landasan Teori	10
2.2.1 Teori Perancangan Bisnis	10
2.2.2 Teori Analisis Proses Bisnis	11
BAB III	20

ANALISIS DAN PERANCANGAN BISNIS	20
3.1 Tahap Analisis Industri	21
3.2 Tahap Analisis Pesaing	23
3.3 Tahap Penetapan Profil Perusahaan	25
3.4 Tahap Analisis Pasar	26
3.5 Tahap Analisis Perekonomian Bisnis	28
3.6 Tahap Penetapan Strategi Pemasaran	29
3.7 Tahap Pembuatan Rencana Desain dan Pengembangan Bisnis	31
3.8 Tahap Analisis Rencana Operasional	33
3.9 Tahap Penetapan Jadwal Keseluruhan	35
3.10 Tahap Penetapan Proyeksi Keuangan	35
3.11 Tahap Analisis Kelayakan Usaha	36
BAB IV	38
HASIL DAN PEMBAHASAN	38
4.1 Executive Summary	38
4.2 Hasil Analisis Industri	39
4.2.1 Hasil Analisis SWOT	39
4.2.2 Ukuran Industri, Pertumbuhan Industri, Proyeksi Penjualan	40
4.2.3 Struktur industri	53
4.2.4 Faktor Kunci Keberhasilan	54
4.2.5 Tren Industri	55
4.2.6 Prospek Jangka Panjang	56
4.3 Hasil Analisis Pesaing	57
4.3.1 Hasil Identifikasi Pesaing	57
4.3.2 Hasil Analisis Produk dan Layanan	59
4.3.3 Kelebihan dan Kelemahan Pesaing	59
4.3.4 Diferensiasi dan Strategi Bersaing	61
4.4 Penetapan Profil Perusahaan	62
4.4.1 Identifikasi Visi dan Misi Perusahaan	62
4.4.2 Analisis Kebutuhan Bisnis	63
4.4.3 Penetapan Tujuan dan Sasaran	64

4.4.4 Penyusunan Identitas Perusahaan	64
4.5 Hasil Analisis Pasar	67
4.5.1 Hasil Kuesioner.....	67
4.5.2 Hasil Pengujian Kuesioner.....	81
4.5.3 Ukuran, Potensi dan Tren Pasar.....	90
4.5.4 Produk atau Jasa yang di hasilkan	91
4.5.5 Target Pasar yang dituju	92
4.6 Hasil Analisis Perekonomian Bisnis	93
4.7 Hasil Strategi Pemasaran.....	95
4.7.1 Hasil Pemahaman Target Pasar	95
4.7.2 Branding.....	97
4.7.3 Strategi Penjualan	97
4.7.4 Kemitraan Strategis.....	97
4.7.5 Testimoni dan Kasus Keberhasilan.....	98
4.7.6 Program Promosi Khusus	98
4.8 Hasil Pembuatan Rencana Desain dan Pengembangan Bisnis.....	98
4.8.1 Deskripsi Sistem Aplikasi.....	99
4.8.2 Database dan Visualisasi	100
4.8.3 Infrastruktur Sistem	101
4.8.4 Perancangan Sistem	102
4.8.5 User Interfaces	106
4.9 Hasil Analisis Rencana Operasional	116
4.9.1 Pendekatan umum untuk operasi.....	116
4.9.2 Fasilitas dan Peralatan	117
4.9.3 Hasil Analisis Sumber Daya Manusia	118
4.9.4 Status dan Pengembangan	120
4.9.5 Tantangan dan Risiko	123
4.10 Hasil Penetapan Jadwal Proyek Keseluruhan.....	124
4.11 Proyeksi Keuangan.....	125
4.11.1 Proyeksi Biaya Pengembangan.....	125
4.11.2 Laporan Sumber dan Penggunaan Dana.....	128

4.11.3 Laporan Laba Rugi Performa	130
4.12 Hasil Analisis Kelayakan Usaha	131
4.12.1 Kelayakan Produk / Jasa	131
4.12.2 Kelayakan Industri / Pasar	131
4.12.3 Kelayakan Organisasi / Operasional.....	132
4.12.4 Kelayakan Finansial.....	132
BAB V	138
PENUTUP	138
5.1 Kesimpulan.....	138
5.2 Saran	139
DAFTAR PUSTAKA	140



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
 YOGYAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Analisis SWOT	39
Tabel 4.2 Data Jumlah Event Jejepangan di beberapa kota 2022-2024.....	41
Tabel 4.3 Data Event Jejepangan di Kota Besar 2024	43
Tabel 4.4 Proyeksi Penjualan Bulan ke-1 Tahun 2026	45
Tabel 4.5 Proyeksi Penjualan Bulan ke-2 Tahun 2026	46
Tabel 4.6 Proyeksi Penjualan Bulan ke-3 Tahun 2026	46
Tabel 4.7 Proyeksi Penjualan Bulan ke 4-12 Tahun 2026	47
Tabel 4.8 Proyeksi Penjualan Tahun 2027	48
Tabel 4.9 Proyeksi Penjualan Tahun 2028.....	48
Tabel 4.10 Proyeksi Penjualan Tahun 2029	49
Tabel 4.11 Proyeksi Penjualan Tahun 2030.....	50
Tabel 4.12 Total Pendapatan di 5 kota besar	52
Tabel 4.13 Prospek Jangka Panjang	56
Tabel 4.14 Kelebihan dan Kelemahan Pesaing.....	59
Tabel 4.15 Status dan Pengembangan.....	120
Tabel 4.16 Jadwal keseluruhan proyek	125
Tabel 4.17 Proyeksi Biaya Pengembangan.....	125
Tabel 4.18 Proyeksi Biaya Tetap	126
Tabel 4.19 Proyeksi Gaji CEO.....	127
Tabel 4.20 Proyeksi Biaya Variabel	127
Tabel 4.21 Proyeksi Penggunaan Dana.....	129
Tabel 4.22 Proyeksi Laba Rugi.....	130
Tabel 4.23 Cash Flow	133
Tabel 4.24 Jumlah PV r1 dan r2	137
Tabel 4.25 Hasil Penelitian Studi Kelayakan Bisnis.....	137

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik event jejepangan di Indonesia setelah pandemi	3
Gambar 3 1 Skema Penelitian dan Pengembangan oleh Borg & Gall (1983)	20
Gambar 4.1 Grafik Jumlah Event Jejepangan.....	41
Gambar 4.2 Grafik Transaksi per Kota selama 2026	47
Gambar 4.3 Grafik Penjualan kota-kota besar selama 2026-2030	51
Gambar 4.4 Grafik penjualan perbulan, Gambar 4.5 Grafik penjualan pertahun	52
Gambar 4.6 Platform Ruang Cosplay	59
Gambar 4 7 Logo Sekai Cosplay	66
Gambar 4.8 Entitiy Relationship Diagram	102
Gambar 4.9 Use Case Diagram	103
Gambar 4.10 Class Diagram	104
Gambar 4.11 Activity Diagram Pemesanan	105
Gambar 4.12 Activity Diagram Pengembalian	105
Gambar 4.13 UI Onboarding Session.....	106
Gambar 4.14 Gambar UI Login, Gambar 4.15 Gambar UI Register.....	106
Gambar 4.16 UI Otorisasi Privasi.....	107
Gambar 4.17 UI Scan Wajah	107
Gambar 4.18 UI Home Page	108
Gambar 4.19 UI Rent Shop	108
Gambar 4.20 UI Rent Calendar	109
Gambar 4.21 UI Current Order, Gambar 4.22 UI Rented Page	109
Gambar 4 23 UI User Profile	110
Gambar 4 24 UI Provider Profile.....	110
Gambar 4 25 UI Product Page.....	111
Gambar 4 26 UI Book Slots.....	111
Gambar 4.27 UI Checkout.....	112
Gambar 4.28 UI Track	112
Gambar 4.29 UI Rating.....	113
Gambar 4.30 UI Dashboard	113
Gambar 4.31 UI Notifikasi	114
Gambar 4.32 UI Shopping Cart.....	114
Gambar 4.33 UI Katalog Gambar 4.34 UI Set Bundle	115
Gambar 4 35 UI Tambah Set Bundle	115
Gambar 4.36 UI Tambah Katalog.....	115
Gambar 4 37 Struktur Organisasi Sekai Cosplay	120



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Jepang dikenal sebagai negara dengan kekayaan budaya, baik dalam bentuk tradisi maupun adat istiadat seperti kimono, upacara minum teh, matsuri atau festival dan pemandian air panas (*onsen*) [1]. Selain itu, budaya Jepang modern dikenal sebagai *Japanese Pop Culture*, juga memiliki pengaruh besar, terutama di kalangan generasi muda. Budaya populer adalah budaya yang memiliki banyak pengikut dan mudah diterima [2]. Budaya ini mencakup anime, manga, game, film, yang mudah diterima dan memiliki banyak penggemar. Sejak akhir 1970-an, budaya pop Jepang mulai populer secara global khususnya di Asia Timur dan Asia Tenggara hingga ke seluruh dunia.

Selain budaya populer yang umum, Jepang juga terkenal dengan gaya fashion yang unik di kalangan remaja seperti *Cosplay*, *Lolita*, *Ganguro*, *Visual-Kei*, dan *Decora* [1]. Diantara tren tersebut, *Cosplay* menjadi salah satu fenomena yang menarik. *Cosplay* atau biasa disebut *kosupure* merupakan istilah bahasa Inggris buatan Jepang (*wasei-eigo*) yang merupakan gabungan kata antara “*costume*” (kostum) dan “*play*” (bermain) [3]. *Cosplay* sendiri didefinisikan sebagai berpakaian menirukan atau memperagakan suatu karakter yang mirip dengan *anime*, *manga*, *tokusatsu*, *video game* maupun yang ada di film [4]. Artinya seseorang meniru suatu karakter fiksi dengan mengenakan pakaian, aksesoris, rias wajah bahkan rambut palsu atau wig sebagai satu kesatuan [5]. Pelaku yang melakukan *cosplay* disebut *cosplayer*, dikalangan penggemar *cosplayer* juga disingkat sebagai *coser/cosu* [6]. Salah satu alasan *cosplayer* melakukan *cosplay* adalah untuk menjadikan karakter tersebut menjadi hidup dan terlihat seperti versi 3D, bukan hanya dengan mengenakan kostum, tetapi juga menirukan gerakan seperti mimik wajah, cara berpikir, gaya bicara dan gerak tubuh suatu karakter [7]. *Cosplayer* biasanya menggunakan *Anime Conventions* untuk membangun komunitas *cosplay*,

melalui *cosplay fashion show*, *cosplay competition* dan pertemuan random, para cosplayer biasanya melakukan evaluasi dan menghargai kostum satu sama lain, memperkuat ikatan dan mendapatkan modal sosial dalam fandom cosplay [8].

Istilah cosplay dikenalkan pertama kali oleh Nobuyuki Takahashi, pendiri Perusahaan Studio Hard ketika menghadiri acara peragaan busana *Los Angeles World Science Fiction Convention* di tahun 1984. Fenomena cosplay awalnya muncul di Jepang pada tahun 1978 untuk pertama kalinya dilangsungkan pada acara peragaan busana di Prefektur Kanagawa, kemudian cosplay segera mendapatkan pengakuan internasional seiring dengan popularitas anime dan manga di luar negeri. Di Indonesia, Cosplay pertama kali muncul pada tahun 2000 melalui acara dengan tema Jepang yaitu Gelar Jepang Universitas Indonesia (GJUI) yang diselenggarakan oleh Universitas Indonesia [9]. Namun, pada saat itu peminatnya sangat sedikit. Setelah acara tersebut selesai, Cosplay mulai dikenal oleh Masyarakat Indonesia.

Budaya cosplay di Indonesia terus berkembang, penggemarnya pun semakin meningkat dari tahun ke tahun. Selama pandemi covid-19, untuk mengisi waktu semasa isolasi masyarakat mencoba memulai hobi baru, salah satunya cosplay [10]. Meredanya wabah covid-19, kegiatan cosplay dan event bertema Jepang semakin populer di berbagai kalangan [2]. Ini berarti bahwa antusiasme terhadap cosplay sudah semakin meluas. Seiring dengan meningkatnya popularitas budaya pop Jepang di Indonesia, jumlah event bertema Jepang juga mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan data dari JFest Chart, jumlah event jejepangan menunjukkan tren peningkatan dari tahun 2022 hingga 2024. JFest Chart merupakan database event jejepangan di Indonesia yang diperoleh melalui kontribusi dari berbagai event organizer dan komunitas di seluruh Indonesia. JFest Chart ini dapat ditemukan dalam komunitas JFEST INDO LOVER di Facebook, yang menjadi wadah bagi para penggemar budaya Jepang untuk berbagi informasi terkait event jejepangan.



Gambar 1.1 Grafik event jepengangan di Indonesia setelah pandemi

Grafik diatas memperlihatkan bahwa setelah pandemi COVID-19 mereda, berbagai event bertema Jepang seperti Japan Festival, Anime Convention, Cosplay Competition, dan Pop Culture Expo semakin sering diadakan di berbagai kota di seluruh Indonesia. Peningkatan jumlah event ini mencerminkan semakin besarnya antusiasme masyarakat terhadap budaya pop Jepang, terutama dalam dunia cosplay. Hal tersebut menunjukkan bahwa kebutuhan akan kostum cosplay juga semakin tinggi. Harga kostum yang relatif mahal dan terbatasnya penyedia kostum di beberapa daerah membuat banyak cosplayer, terutama pemula, kesulitan untuk mendapatkan kostum yang sesuai. Selain itu, membeli kostum hanya untuk dipakai sesekali dianggap kurang ekonomis, sehingga solusi penyewaan kostum menjadi alternatif yang lebih praktis dan terjangkau.

Pada tahun 2016-an, jasa penyewaan kostum cosplay mulai dikenal [9]. Bisnis rental cosplay merupakan jenis usaha yang menyediakan jasa penyewaan kostum cosplay [10]. Bisnis ini hadir untuk memberikan kesempatan bagi orang yang ingin cosplay namun memiliki keterbatasan dana, harga sewa kostum yang tergolong murah, mulai dari puluhan hingga ratusan ribu rupiah, selain itu mereka dapat mencocokkan kostum terlebih dahulu, dapat berganti karakter, tidak akan menyesal jika kostum hanya digunakan sekali

atau ternyata karakter yang diperankan tidak sesuai [9]. Umumnya, penyedia jasa penyewaan kostum juga merupakan seorang cosplayer, sehingga mereka memiliki beragam kostum karakter fiksi. Cosplayer yang membuka jasa ini biasanya ingin memanfaatkan koleksi kostum mereka yang hanya dipakai beberapa kali saja, sekaligus untuk menambah penghasilan.

Saat ini, bisnis rental kostum cosplay sudah cukup berkembang di Indonesia. Banyak penyedia jasa persewaan kostum yang menawarkan berbagai pilihan karakter dari anime, manga, film, hingga game. Namun, layanan ini masih bersifat terfragmentasi dan belum terintegrasi secara optimal. Sebagian besar penyedia jasa rental kostum beroperasi secara mandiri tanpa adanya platform khusus yang menghubungkan mereka dengan calon penyewa secara sistematis. Selain itu, mayoritas transaksi masih dilakukan secara manual melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan WhatsApp, yang mengharuskan pelanggan untuk menghubungi penyedia secara langsung melalui pesan pribadi atau *Direct Message*. Proses ini seringkali memakan waktu, sehingga transaksi menjadi kurang efisien dan kurang praktis serta memiliki keamanan yang rendah bagi penyewa dan penyedia jasa.

Saat ini, sudah ada platform yang menghubungkan penyedia jasa rental kostum dengan calon penyewa, seperti Ruang Cosplay, yang menyediakan daftar penyedia jasa rental kostum dari berbagai daerah di Indonesia. Namun, platform ini belum memiliki fitur transaksi di dalam aplikasinya. Proses penyewaan masih harus dilakukan melalui *Direct Message* Instagram atau media sosial lainnya, yang sering kali memakan waktu dan dapat menimbulkan ketidakpastian dalam transaksi, seperti keterlambatan respons, kesulitan dalam pembayaran, hingga risiko penyewa yang tidak bertanggung jawab.

Untuk menjawab tantangan tersebut, Sekai Cosplay hadir sebagai aplikasi rental kostum yang dapat mengintegrasikan semua penyedia jasa rental kostum di Indonesia dalam satu platform yang lebih sistematis dan aman. Aplikasi ini tidak hanya menyediakan katalog kostum dari berbagai daerah, tetapi juga

menghadirkan fitur transaksi langsung untuk mempermudah proses penyewaan. Selain itu fitur keamanan seperti sistem verifikasi pengguna, rating, dan ulasan, serta metode pembayaran yang terjamin dapat membantu mengurangi risiko penipuan dan memastikan pengalaman yang lebih nyaman bagi penyewa maupun penyedia jasa. Dengan adanya aplikasi ini, ekosistem cosplay di Indonesia dapat berkembang lebih pesat, memungkinkan lebih banyak orang untuk berpartisipasi dalam dunia cosplay tanpa hambatan biaya dan akses terhadap kostum.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, permasalahan yang dijadikan objek pada proyek ini adalah:

1. Bagaimana merancang model bisnis aplikasi penyewaan kostum cosplay yang dapat meningkatkan aksesibilitas dan efisiensi bagi cosplayer?
2. Apakah pengembangan aplikasi penyewaan kostum cosplay berpotensi memberikan keuntungan dan nilai bisnis yang berkelanjutan bagi perusahaan pengembangnya?

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian dan pengembangan bisnis Sekai Cosplay lebih terarah, maka terdapat beberapa batasan masalah yang perlu ditentukan, yaitu :

1. Fokus penelitian ini terbatas pada perancangan model bisnis, tanpa mencakup aspek teknis pengembangan aplikasi secara mendetail
2. Pengembangan ini tidak mencakup aspek manufaktur atau produksi kostum, melainkan hanya sebagai platform penghubung antara penyedia dan penyewa kostum cosplay.
3. Analisis difokuskan pada mekanisme transaksi penyewaan kostum, sistem pencarian dan pemesanan kostum, serta fitur yang mendukung keamanan transaksi bagi penyedia dan penyewa.

4. Penelitian ini akan lebih menitikberatkan pada aspek strategi bisnis, model pemasaran, serta keunggulan kompetitif yang dapat diterapkan oleh Sekai Cosplay dalam industri penyewaan kostum berbasis digital

1.4 Tujuan Rancangan Bisnis

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disusun, tujuan dari rancangan bisnis Sekai Cosplay ini adalah sebagai berikut :

1. Merancang model bisnis aplikasi penyewaan kostum cosplay yang mampu meningkatkan aksesibilitas, efisiensi, dan kemudahan bagi pengguna dalam menemukan dan menyewa kostum sesuai kebutuhan.
2. Menganalisis potensi keuntungan dan keberlanjutan bisnis dari pengembangan aplikasi Sekai Cosplay sebagai platform digital dalam ekosistem persewaan kostum cosplay di Indonesia.

1.5 Manfaat Rancangan Bisnis

Manfaat dari perancangan bisnis ini meliputi:

1. Bagi Cosplayer
 Penelitian ini diharapkan dapat membantu Cosplayer dalam mengakses berbagai pilihan kostum dengan harga terjangkau, menghemat biaya tanpa perlu membeli kostum dengan harga tinggi, dan mempercepat proses pencarian dan pemesanan kostum melalui platform digital yang user-friendly.
2. Bagi Penyedia Jasa Rental Kostum
 Penelitian ini diharapkan dapat membantu penyedia jasa rental kostum untuk meningkatkan visibilitas dan jangkauan pasar dengan menghubungkan mereka langsung dengan calon penyewa dari berbagai daerah, memudahkan manajemen penyewaan dan transaksi dengan sistem yang lebih terstruktur, serta mengurangi risiko penyewa yang tidak bertanggung jawab melalui sistem keamanan dan regulasi dalam aplikasi.
3. Bagi Komunitas Cosplay

Penelitian ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan komunitas cosplay di Indonesia dengan menyediakan platform yang mendukung interaksi dan kolaborasi antar cosplayer serta menjadi wadah bagi cosplayer untuk berbagi pengalaman, memberikan ulasan kostum serta membangun hubungan dengan sesama penggemar.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian melalui analisis proses bisnis yang penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa meskipun total laba bersih yang dihasilkan dalam lima tahun sebesar Rp52.769.500 terbilang relatif kecil, namun hal ini menunjukkan bahwa proyek aplikasi Sekai Cosplay masih memiliki potensi untuk menghasilkan profit secara konsisten dan menjawab kebutuhan pasar dalam hal penyewaan kostum cosplay yang lebih mudah, efisien, dan terintegrasi secara digital.

Perancangan model bisnis aplikasi ini dirancang untuk meningkatkan aksesibilitas bagi para cosplayer melalui fitur-fitur seperti katalog digital, sistem pemesanan online, hingga pelacakan status penyewaan secara real-time. Pendekatan ini memberikan kemudahan dalam transaksi serta membuka peluang kolaborasi dengan penyedia kostum yang belum terintegrasi.

Berdasarkan hasil analisis kelayakan usaha dan kelayakan finansial yang sudah penulis lakukan, dapat disimpulkan sebagai berikutL

1. Hasil analisis kelayakan finansial menampilkan proyeksi arus kas yang cenderung naik secara konsisten. Dengan investasi awal sebesar Rp150.000.000, bisnis ini diperkirakan mencapai *Break Even Point* (BEP) sebesar Rp315.592.240 di awal tahun kedua, sehingga bisnis Sekai Cosplay layak dijalankan.
2. Perhitungan *Payback Period* menunjukkan bahwa investasi dapat kembali dalam waktu 1 tahun 6 bulan yang merupakan waktu pengembalian yang cepat sehingga bisnis ini layak dijalankan.
3. Perhitungan *Net Present Value* (NPV) dengan tingkat diskonto 20% menghasilkan nilai positif sebesar Rp847.210.811,- hal ini menunjukkan bahwa bisnis Sekai Cosplay layak untuk dijalankan.

4. Nilai *Internal Rate of Return* (IRR) Sekai Cosplay mencapai 50,69% jauh diatas tingkat diskonto yang digunakan, yang memperkuat bahwa proyek Sekai Cosplay ini layak secara finansial.

Berdasarkan kesimpulan diatas, Sekai Cosplay telah memenuhi segala aspek dari analisis kelayakan bisnis, sehingga proyek Sekai Cosplay ini dapat dikatakan layak untuk dijalankan.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran dari penulis yang dapat dijadikan pertimbangan pengembangan aplikasi lebih lanjut, yaitu:

1. Untuk menjaga stabilitas dan performa aplikasi, sangat disarankan untuk melakukan pembaruan sistem secara berkala, memperkuat keamanan data pengguna, dan memastikan server yang digunakan mampu menangani lonjakan trafik pengguna terutama pada momen event cosplay yang besar.
2. Melakukan pemantauan dan evaluasi kinerja bisnis secara berkala terhadap indikator finansial seperti BEP, NPV, IRR, dan Payback Period. Hal ini akan memastikan bahwa proyek tetap berada di jalur yang sesuai dengan proyeksi awal, sekaligus mengantisipasi risiko yang akan datang.
3. Meskipun proyeksi arus kas positif, pengelolaan keuangan tetap dilakukan secara hati-hati. Penyediaan dana cadangan sebagai antisipasi terhadap fluktuasi pasar atau kendala teknis sangat dianjurkan untuk menjaga kelangsungan operasional.
4. Untuk menjaga kepuasan pengguna dan memastikan aplikasi tetap relevan dengan kebutuhan pasar, penting untuk membuka saluran komunikasi yang aktif seperti survei rutin atau fitur feedback dari aplikasi.

Dengan mengikuti saran-saran tersebut, diharapkan Sekai Cosplay dapat berkembang secara berkelanjutan dan menjadi platform utama dalam ekosistem penyewaan kostum cosplay berbasis digital di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] E. D. Pricillia, "PERKEMBANGAN BUDAYA COSPLAY JEPANG DIKALANGAN KOMUNITAS COSPLAY DI JAKARTA," UNIVERSITAS DARMA PERSADA, 2018. [Online]. Available: <https://kumparan.com/user-17012023033553/cosplay-fenomena-identik-dengan-jepang-yang-saat-ini-populer-di-indonesia-1zej45sRdQR/3>
- [2] K. Ayunada, A. Zahra, and A. S. Kusuma, "Existence of Cosplayers : A Study on Cosplayers Self- Disclosure through The Digital World of Instagram," *Int. Summit Sci. Technol. Humanit.* 2023, pp. 1759–1768, 2018, doi: 10.23917/iseth.4568.
- [3] A. Lotecki, "Cosplay Culture: The Development of Interactive and Living Art through Play," *Ryerson Univ.*, pp. 1, 41, 45, 2012, [Online]. Available: http://digitalcommons.ryerson.ca/dissertations%0Ahttp://digital.library.ryerson.ca/islandora/object/RULA:1176/datastream/OBJ/download/Cosplay_Culture__The_Development_of_Interactive_and_Living_Art_through_Play.pdf
- [4] N. A. Pramana and A. M. Masykur, "Cosplay Adalah 'Jalan Ninjaku' Sebuah Interpretative Phenomenological Analysis," *J. EMPATI*, vol. 8, no. 3, pp. 646–654, 2020, doi: 10.14710/empati.2019.26508.
- [5] Mulyanah, "PANDANGAN DIRI COSPLAYER PADA KOMUNITAS JAPAN MATSURI," 2018. [Online]. Available: <https://eprints.untirta.ac.id/1132/1/Mulyanah.6662130703 - Copy.pdf>
- [6] B. Mutiarin, "Perkembangan Pembuatan Kostum Cosplay 'Fufu Armor' Terhadap Potensi Sumber Dayanya," *Lit. J. Ilm. Sos.*, vol. 1, no. 2, pp. 73–81, 2019, doi: 10.53489/jis.v1i2.3.
- [7] D. A. Adnas and R. Nando, "Analisis dan kajian efektivitas media sosial dalam mengembangkan pemasaran kostum cosplay di Kota Batam," *J. Inf. Sist. Applied, Manag. Account. Res. (JISAMAR)*, vol. 7, no. 1, pp. 35–44, 2023, doi: 10.52362/jisamar.v7i1.989.
- [8] H. Hu, "Staged Creativity and Co-creation of Meanings: The Commodification of Spaces for Cosplay in Japanese Cosplay Culture," *Cult. Sociol.*, 2024, doi: 10.1177/17499755241279495.
- [9] F. A. Saputra, "Analisis Yuridis Perlindungan Hukum Bagi Penyedia Jasa Dari Pengguna Jasa Sewa - Menyewa Kostum Cosplay Di Media Sosial Instagram Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 80 Tahun 2019 Tentang Perdagangan Melalui Sistem Elektronik," Universitas Katolik Parahyangan, 2024. [Online]. Available: <https://repository.unpar.ac.id/handle/123456789/19048>
- [10] Izza Aeda, "Cosplay, Fenomena Identik dengan Jepang yang Saat Ini Populer di Indonesia," Kumparan. [Online]. Available: <https://kumparan.com/user-17012023033553/cosplay-fenomena-identik-dengan-jepang-yang-saat-ini-populer-di-indonesia-1zej45sRdQR>
- [11] S. Anindita, "PENGELOLAAN BISNIS SEWA COSPLAY AUTEUR

- RENTCOS PROYEK KEWIRAUSAHAAN,” SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI YAYASAN KELUARGA PAHLAWAN NEGARA YOGYAKARTA, 2023. [Online]. Available: <http://repositorybaru.stieykpn.ac.id/2348/1/Ringkasan Kewirus Sasmaya Anindita 112031239.pdf>
- [12] K. RI, “Siaran Pers: Menparekraf: Tenaga Kerja Sektor Ekonomi Kreatif Terbukti Lebih Cepat Pulih dari Pandemi,” Kemenparekraf. [Online]. Available: <https://kemenparekraf.go.id/berita/menparekraf-tenaga-kerja-sektor-ekonomi-kreatif-terbukti-lebih-cepat-pulih-dari-pandemi>
- [13] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation: A handbook for visionaries, game changers and challengers*. John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, 2010. doi: 10.1177/001458589903300111.
- [14] J. A. Timmons and S. Spinelli, *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill Higher Education, 2009. [Online]. Available: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31162458/MBA-559-4-libre.pdf?1392219364=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DNew_venture_creation_Entrepreneurship_fo.pdf&Expires=1741869936&Signature=fmowBxK~y~ofQIaq0C-Su8sZbOqNdFLKG7Mb7~5M83hKM8s3duvz
- [15] P. Kotler and K. L. Keller, *Marketing Management*. Pearson, 2016. [Online]. Available: https://books.google.com.au/books/about/Marketing_Management.html?id=UbfwtwEACAAJ&redir_esc=y
- [16] Blank & Dorf, *The Startup Owner’s Manual*, vol. 53, no. 9. K and S Ranch Inc., K&S Ranch, 2012. [Online]. Available: [https://smeportal.unescwa.org/sites/default/files/2019-12/The_Startup_Owner s_Manual-A step by step guide for building a great company.pdf](https://smeportal.unescwa.org/sites/default/files/2019-12/The_Startup_Owner_s_Manual-A%20step%20by%20step%20guide%20for%20building%20a%20great%20company.pdf)
- [17] P. Burns, *Entrepreneurship and Small Business*. 2016. [Online]. Available: https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=QG1NEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR6&dq=+Entrepreneurship+and+Small+Business&ots=odxinYkUvq&sig=AM1BrmvvkteL3gGnJN6BXk0ui9E&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- [18] M. Hammer and J. Champy, *Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution*. Harper Business, 1993. [Online]. Available: https://books.google.com.au/books/about/Reengineering_the_Corporation.html?id=VpYgWyc16twC&redir_esc=y
- [19] M. Weske, *Business Process Management: Concepts, Languages, Architectures*. Springer Science & Business Media, 2007. [Online]. Available: [https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=BwcUEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=Mathias+Weske+\(2007\).+Business+Process+Management:+Concepts,+Languages,+Architectures&ots=0hrN6zoJi0&sig=uK30BZ4GiEUfxgONTtv6SphTLFI&redir_esc=y#v=onepage&q=Mathias Weske \(2007\).](https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=BwcUEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR7&dq=Mathias+Weske+(2007).+Business+Process+Management:+Concepts,+Languages,+Architectures&ots=0hrN6zoJi0&sig=uK30BZ4GiEUfxgONTtv6SphTLFI&redir_esc=y#v=onepage&q=Mathias+Weske+(2007).)
- [20] G. A. Rummler and A. P. Brache, *Improving Performance: How to*

- Manage the White Space on the Organization Chart*. John Wiley & Sons, 2012. [Online]. Available: [https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=AZCEJmKCjl4C&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rummler,+G.+A.,+%26+Brache,+A.+P.+\(2012\).+Improving+Performance:+How+to+Manage+the+White+Space+on+the+Organization+Char&ots=fH_XHwWivi&sig=7HejWq6TM-AdmvIcvFx3eKMjjJU&redir_esc=y](https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=AZCEJmKCjl4C&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rummler,+G.+A.,+%26+Brache,+A.+P.+(2012).+Improving+Performance:+How+to+Manage+the+White+Space+on+the+Organization+Char&ots=fH_XHwWivi&sig=7HejWq6TM-AdmvIcvFx3eKMjjJU&redir_esc=y)
- [21] M. Hammer and S. Stanton, *How Process Enterprises Really Work*. the President and Fellows of Harvard College, 1999. [Online]. Available: <http://w.cali.org/conference/2000/PROGRAM BOOK/hbr2.pdf>
 - [22] W. van der Aalst, *Process Mining Data Science in Action*. Springer Berlin, Heidelberg, 2016. doi: 10.1007/978-3-662-49851-4.
 - [23] A. Remesh, "Industry Analysis: Definition, Methods, How to Do, Example," Strike blogs. [Online]. Available: <https://www.strike.money/fundamental-analysis/industry-analysis>
 - [24] M. E. Porter, *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New Yor: Free Press, 1980. [Online]. Available: <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=195>
 - [25] F. C. Pratama, "Porter's Five Forces : Lima Hal Sebelum Bersaing," Binus University. [Online]. Available: <https://binus.ac.id/malang/2020/08/porters-five-forces-lima-hal-sebelum-bersaing/>
 - [26] P. SoM, "Analisis SWOT dalam Bisnis: Pengertian, Komponen, Cara Melakukan dan Contoh," PPM School of Management. [Online]. Available: <https://ppmschool.ac.id/analisis-swot-dalam-bisnis/#Pengertian>
 - [27] W. Kenton, "What Is PEST Analysis? Its Applications and Uses in Business," Investopedia. [Online]. Available: <https://www.investopedia.com/terms/p/pest-analysis.asp>
 - [28] D. Wijaya, "Value Chain Analysis," Binus University. [Online]. Available: <https://sis.binus.ac.id/2017/04/20/value-chain-analysis/>
 - [29] B. R. Barringer and R. D. Ireland, *Entrepreneurship: Successfully Launching New Ventures*. Pearson Prentice Hall, 2006. [Online]. Available: https://books.google.com.au/books/about/Entrepreneurship.html?id=tYfuAAAMAAJ&redir_esc=y
 - [30] C. Staff, "What Is Competitor Analysis? Definition + Step-by-Step Guide," Coursera. [Online]. Available: <https://www.coursera.org/articles/competitor-analysis>
 - [31] P. R. Ramdhani, "Rangkuman kewirausahaan (part7)," wordpress. Accessed: Feb. 25, 2025. [Online]. Available: <https://matakuliahekonomi.wordpress.com/tag/pengertian-deskripsi-perusahaan/>
 - [32] Ocbc, "Profil Perusahaan: Komponen, Fungsi, Contoh & Tips Membuat," Ocbc. [Online]. Available: <https://www.ocbc.id/article/2023/08/15/profil-perusahaan>
 - [33] Binus, "Pengertian, Faktor, Manfaat, dan Langkah – Langkah Analisis Pasar," accounting binus. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://accounting.binus.ac.id/2023/10/19/pengertian-faktor-manfaat-dan->

- langkah-langkah-analisis-pasar/
- [34] Populix, “Analisis Pasar: Definisi, Tujuan, Cara Melakukannya,” populix. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://info.populix.co/articles/analisis-pasar-adalah/>
- [35] Ayunda, “Pengertian Ekonomi Bisnis, Karakteristik dan Contoh Sederhananya,” accurate. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://accurate.id/aplikasi-kasir/pengertian-ekonomi-bisnis/>
- [36] P. Blog, “Ekonomi Bisnis: Pengertian, Contoh dan Karakteristik,” pintu blog. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://pintu.co.id/blog/ekonomi-bisnis-adalah>
- [37] M. G. Haque-Fawzi and A. S. Iskandar, *STRATEGI PEMASARAN Konsep, Teori dan Implementasi*. Tangerang Selatan: Pascal Books, 2021. [Online]. Available: https://books.google.com.au/books?hl=id&lr=&id=73hjEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=pengertian+Strategi+pemasaran&ots=YRBLQPBCeD&sig=e9DePsD_JigEPRGYrNOFD1LLm2M&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- [38] Nandy, “Strategi Pemasaran: Pengertian, Fungsi, Tujuan, dan Contohnya,” gramedia. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: https://www.gramedia.com/literasi/strategi-pemasaran/?srsltid=AfmBOor20IHWUiRkUsvmnOG_1PhtmkNpyh8r684wfSDPPN59J7GD1_ay
- [39] S. Priharto, “Pengertian Rencana Pengembangan Bisnis, Tahapan, dan Contohnya,” kledo. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://kledo.com/blog/rencana-pengembangan-bisnis/>
- [40] V. Kartasmita, “Rencana Operasional,” ukm indonesia. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/rencana-operasional>
- [41] Anggi, “Rencana Operasional: Pengertian, Fungsi, Cara Membuat dan Contohnya,” accurate id.
- [42] A. Herawati, “Proyeksi Keuangan: Pengertian, Tujuan, dan Tips Membuatnya,” kledo. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://kledo.com/blog/proyeksi-keuangan/>
- [43] R. Menyala, “Proyeksi Keuangan: Tujuan, Cara Membuat, dan Contohnya,” ruang menyala. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://www.ruangmenyala.com/article/read/proyeksi-keuangan-adalah>
- [44] S. Candrawardhani, “Analisis Kelayakan Usaha: Metode, Aspek, Langkah, dan Contoh,” kita lulus. Accessed: Mar. 14, 2025. [Online]. Available: <https://www.kitalulus.com/blog/bisnis/analisis-kelayakan-usaha/>
- [45] L. Judijanto and M. Muhammadiyah, *Metodologi Research and Development: Teori dan Penerapan Metodologi RnD*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. [Online]. Available: [https://books.google.com.au/books?id=y3INEQAAQBAJ&dq=pengertian+research+and+development+\(RnD\)&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s](https://books.google.com.au/books?id=y3INEQAAQBAJ&dq=pengertian+research+and+development+(RnD)&lr=&hl=id&source=gbs_navlinks_s)
- [46] M. Waruwu, “Metode Penelitian dan Pengembangan (R&D): Konsep, Jenis, Tahapan dan Kelebihan,” *J. Ilm. Profesi Pendidik.*, vol. 9, no. 2, pp.

- 1220–1230, 2024, doi: 10.29303/jipp.v9i2.2141.
- [47] A. Fadilah, “PERANCANGAN BISNIS PENYEDIA LAYANAN SISTEM MANAJEMEN INVENTARIS SEBAGAI SOLUSI EFISIEN DALAM PENGELOLAAN WARUNG/TOKO,” Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, 2024. [Online]. Available: <http://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/65660>
- [48] Natalia, “PEST Analysis, Metode Manajemen untuk Bangun Bisnis yang Kompetitif,” accurate id2. [Online]. Available: <https://accurate.id/bisnis-ukm/pest-analysis/>
- [49] A. T. Zakiya, “PERANCANGAN PORSES BISNIS JEJARING APOTEK BERBASIS CLOUD UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI DALAM PELAYANAN,” UIN Sunan Kalijaga, 2024. [Online]. Available: https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/65659/1/20106050005_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
- [50] D. B. T. Pamungkas, “PERANCANGAN BISNIS APLIKASI ONE-STOP SOLUTION UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING KIOS PULSA DI ERA DIGITAL,” UIN Sunan Kalijaga, 2024. [Online]. Available: https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/68597/1/20106050014_BAB-I_IV-atau-V_DAFTAR-PUSTAKA.pdf
- [51] Jf. Admin, “JFest Chart (One Stop Info Indonesian Japan Festival).” JFest Lovers Indo, 2022. [Online]. Available: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1RQ2PZMRKjBVHpG0ettmuiDjjxzfF7OfFDfXlJDT0EIE/edit?gid=1112288297#gid=1112288297>
- [52] D. Komunikasi, “BI-Rate Tetap 5,75%: Mempertahankan Stabilitas, Mendukung Pertumbuhan Ekonomi,” Bank Indonesia. [Online]. Available: [https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_278425.aspx#:~:text=Rapat Dewan Gubernur \(RDG\) Bank,Facility sebesar 6%2C50%25](https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/Pages/sp_278425.aspx#:~:text=Rapat Dewan Gubernur (RDG) Bank,Facility sebesar 6%2C50%25)