

**PERENCANAAN BISNIS START-UP LAYANAN OMNICHANNEL  
UNTUK PELAKU BISNIS ONLINE “SYBLINK”**

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**ANGELINE WIJAYA  
NIM. 202110944**



**PROGRAM STUDI S-1 SISTEM INFORMASI  
FAKULTAS INFORMATIKA  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2024**

**START-UP BUSINESS PLANNING OMNICHANNEL SERVICE FOR  
ONLINE BUSINESSES “SYBLINK”**

**FINAL RESEARCH**

**By:**

**ANGELINE WIJAYA  
NIM. 202110944**



**MAJOR OF S-1 INFORMATION SYSTEM  
FACULTY OF INFORMATICS  
UNIVERSITAS MIKROSKIL  
MEDAN  
2024**

LEMBARAN PENGESAHAN

PERENCANAAN BISNIS START-UP LAYANAN OMNICHANNEL  
UNTUK PELAKU BISNIS ONLINE "SYBLINK"

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna  
Mendapatkan Gelar Sarjana  
Program Studi S-1 Sistem Informasi

Oleh:

ANGELINE WIJAYA  
NIM.202110944

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

  
Fandi Halim, S.Kom., M.Sc.

  
Riche, S.Kom., M.MSI

UNIVERSITAS  
MIKROSKIL

Medan, 30 Juli 2024  
Diketahui dan Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi  
S-1 Sistem Informasi,



Yuni Marlina Saragih, S.Kom., M.Kom.



## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Sistem Informasi Universitas Mikroskil Medan dengan identitas mahasiswa sebagai berikut:

Nama : Angeline Wijaya  
NIM : 202110944

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Perencanaan Bisnis Start-Up Layanan Omnichannel untuk Pelaku Bisnis Online "Syblink"

Tempat Penelitian : -  
Alamat Tempat Penelitian : -  
No. Telp. Tempat Penelitian : -

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian dan penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain yang mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar. Bila di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh Universitas Mikroskil Medan, yakni pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty Free Right) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, Universitas Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian isi Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, buku, ataupun perangkat lunak/sistem informasi.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 17 Juli 2024

Saya yang membuat pernyataan,



Angeline Wijaya

# PERENCANAAN BISNIS START-UP LAYANAN OMNICHANNEL UNTUK PELAKU BISNIS ONLINE “SYBLINK”

## **Abstrak**

*Perusahaan start-up “Syblink” berfokus pada layanan omnichannel untuk membantu pelaku bisnis online meningkatkan efisiensi operasional dan kepuasan pelanggan. Dengan pertumbuhan pesat industri e-commerce, banyak pelaku bisnis menghadapi tantangan dalam mengelola bisnis mereka di berbagai platform marketplace yang berbeda. “Syblink” hadir untuk mengatasi kompleksitas ini dengan menyediakan integrasi yang memungkinkan pengguna untuk mengelola produk, stok, dan pesanan secara efisien di berbagai platform penjualan. Selain itu, “Syblink” juga mengoptimalkan komunikasi dengan pelanggan melalui sistem yang terintegrasi, meningkatkan efektivitas operasional dengan fitur otomatisasi untuk pengunggahan produk dan pembuatan laporan bisnis, serta menyediakan alat AI untuk pembuatan konten yang menarik. Dalam tugas akhir ini, penulis merancang perencanaan bisnis yang mencakup visi, misi, strategi pemasaran, dan proyeksi keuangan “Syblink” untuk tiga tahun ke depan. Kesimpulannya, “Syblink” diharapkan dapat menjadi solusi yang efektif bagi pelaku bisnis online dalam menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang di pasar e-commerce yang berkembang pesat di Indonesia.*

**Kata kunci:** *Start-Up, Syblink, E-Commerce, Integrasi Platform*

## **Abstract**

*The start-up “Syblink” focuses on omnichannel services to help online business players enhance operational efficiency and customer satisfaction. With the rapid growth of the e-commerce industry, many businesses face challenges managing operations across different marketplace platforms. “Syblink” addresses this complexity by offering integrations that enable users to efficiently manage products, inventory, and orders across various sales platforms. Additionally, “Syblink” optimizes customer communication through integrated systems, enhances operational effectiveness with automated features for product uploads and business reporting, and provides AI tools for creating engaging content. In this thesis, the author designs a business plan covering “Syblink”'s vision, mission, marketing strategies, and financial projections for the next three years. In conclusion, “Syblink” is expected to provide an effective solution for online businesses to tackle challenges and capitalize on opportunities in the rapidly growing e-commerce market in Indonesia.*

**Keywords:** *Start-Up, Syblink, E-Commerce, Platform integration*



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat dan rahmat Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Adapun judul tugas akhir yang penulis ajukan adalah Perencanaan Bisnis *Start-Up* Layanan *Omnichannel* Untuk Pelaku Bisnis *Online* “Syblink”.

Adapun tujuan dari penulisan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi syarat kelulusan serta untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 di Universitas Mikroskil. Selain itu, tugas akhir ini juga bertujuan untuk menambah wawasan tentang “Layanan *Omnichannel* Untuk Pelaku Bisnis *Online*” bagi penulis dan juga bagi para pembaca.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada kepada semua pihak yang telah membantu dalam pembuatan tugas akhir ini, ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Fandi Halim, S.Kom., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing I.
2. Bapak Riche, S Kom. M.MSI., selaku Dosen Pembimbing II.
3. Bapak Hardy, S.Kom., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Mikroskil Medan.
4. Bapak Ng Poi Wong, S.Kom., M.T.I., selaku Dekan Fakultas Informatika Universitas Mikroskil Medan.
5. Ibu Yuni Marlina Saragih, S.Kom., M.Kom, selaku Ketua Program Studi S-1 Sistem Informasi Fakultas Informatika Universitas Mikroskil Medan.
6. Bapak Joosten, S.Kom., M.Eng., selaku Dosen Wali.
7. Orang tua dan keluarga.
8. Seluruh dosen dan staf pengajar Universitas Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca untuk kesempurnaan tugas akhir ini. Besar harapan penulis, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan pengetahuan bagi penulis dan bagi pihak lain pada umumnya.

Medan, 17 Juli 2024

Penulis,

Angeline Wijaya

# DAFTAR ISI

|   |            |
|---|------------|
| <b>ABSTRAK</b> .....  | <b>i</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                                     | <b>ii</b>  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....   | <b>iii</b> |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b> .....                                      | <b>v</b>   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                                       | <b>vii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....                                  | <b>1</b>   |
| 1.1 Latar Belakang.....   | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah.....  | 2          |
| 1.3 Tujuan .....  | 2          |
| 1.4 Manfaat .....   | 3          |
| 1.5 Ruang Lingkup .....   | 3          |
| <b>BAB II KAJIAN LITERATUR</b> .....                            | <b>4</b>   |
| 2.1 <i>Omnichannel</i> .....                                    | 4          |
| 2.2 <i>Start Up</i> .....                                       | 5          |
| 2.3 <i>E-commerce</i> .....                                     | 7          |
| 2.4 <i>Artificial Intelligence</i> .....                        | 8          |
| 2.4.1 Tingkatan dalam <i>AI</i> .....                           | 9          |
| 2.4.2 Tipe Teknikal <i>AI</i> .....                             | 10         |
| 2.5 <i>Business Plan</i> .....                                  | 11         |
| 2.6 <i>Process Mapping</i> .....                                | 15         |
| 2.7 Analisis SWOT .....   | 18         |
| 2.8 <i>Ps Marketing Mix</i> .....                               | 20         |
| 2.9 Laporan Keuangan.....                                       | 22         |
| 2.9.1 Rasio Keuangan.....                                       | 23         |
| 2.9.2 Rumus dan Perhitungan Rasio Keuangan .....                | 23         |
| 2.9.3 Contoh Studi Kasus untuk Perhitungan Rasio Keuangan ..... | 26         |
| <b>BAB III PERANCANGAN START-UP</b> .....                       | <b>34</b>  |
| 3.1 Deskripsi Bisnis .....                                      | 34         |
| 3.1.1 Penjelasan Produk dan Layanan.....                        | 34         |
| 3.1.2 Latar Belakang Industri .....                             | 60         |
| 3.1.3 Latar Belakang dan Legalitas Perusahaan .....             | 61         |

|  |            |
|--|------------|
| 3.1.4 Tujuan dan Target Perusahaan .....                     | 63         |
| 3.2 Rencana dan Strategi Pemasaran .....                     | 63         |
| 3.2.1 Target Pasar dan Pelanggan .....                       | 64         |
| 3.2.2 Kompetisi Pasar dan <i>Marketshare</i> .....           | 66         |
| 3.2.3 Strategi Penetapan Harga .....                         | 75         |
| 3.2.4 Promosi dan Distribusi .....                           | 77         |
| 3.3 Operasional dan Dukungan .....                           | 79         |
| 3.3.1 Target Kualitas .....                                  | 79         |
| 3.3.2 Kebutuhan Teknologi dan Perlengkapan Operasional ..... | 83         |
| 3.3.3 Dukungan Layanan .....                                 | 85         |
| 3.3.4 Kebutuhan Operasional .....                            | 86         |
| <b>BAB IV PERENCANAAN START-UP .....</b>                     | <b>91</b>  |
| 4.1 Manajemen Tim .....                                      | 91         |
| 4.1.1 Struktur Organisasi .....                              | 91         |
| 4.1.2 Pengalaman dan Keahlian .....                          | 91         |
| 4.1.3 Hak Kekayaan Intelektual .....                         | 100        |
| 4.2 Rencana Finansial dan Proyeksi .....                     | 101        |
| 4.2.1 Proyeksi Laba Rugi dan Neraca Keuangan .....           | 101        |
| 4.2.2 Proyeksi Arus Kas .....                                | 124        |
| 4.2.3 Analisis Rasio Finansial .....                         | 126        |
| 4.2.4 Sumber Pendanaan .....                                 | 129        |
| 4.3 Risiko dan Kesempatan .....                              | 130        |
| 4.3.1 Masalah dan Risiko yang Mungkin Muncul .....           | 130        |
| 4.3.2 Peluang .....  | 131        |
| <b>BAB V PENUTUP .....</b>                                   | <b>133</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....   | 133        |
| 5.2 Saran .....  | 133        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>                                  | <b>134</b> |
| <b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>                            | <b>137</b> |



## DAFTAR GAMBAR

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Evolusi <i>Omnichannel</i> .....                      | 4  |
| Gambar 2. 2 <i>Business Plan Components</i> .....                 | 11 |
| Gambar 2. 3 <i>Process Mapping Symbol</i> .....                   | 15 |
| Gambar 2. 4 Matrix SWOT .....                                     | 18 |
| Gambar 2. 5 <i>4Ps Marketing Mix</i> .....                        | 20 |
| Gambar 2. 6 Laporan Keuangan PT. Indofood CPB (1) .....           | 27 |
| Gambar 2. 7 Laporan Keuangan PT. Indofood CPB (2) .....           | 28 |
| Gambar 2. 8 Laporan Keuangan PT. Indofood CPB (3) .....           | 29 |
| Gambar 2. 9 Laporan Keuangan PT. Indofood CPB (4) .....           | 30 |
| Gambar 3. 1 Tampilan <i>Splash Secreen</i> “Syblink” .....        | 34 |
| Gambar 3. 2 Tampilan Menu <i>Sign Up</i> “Syblink” .....          | 35 |
| Gambar 3. 3 Tampilan Menu <i>Sign In</i> “Syblink” .....          | 36 |
| Gambar 3. 4 Tampilan Lupa <i>Password</i> “Syblink” .....         | 37 |
| Gambar 3. 5 <i>Flow</i> Proses Masuk Aplikasi “Syblink” .....     | 38 |
| Gambar 3. 6 <i>Dashboard</i> “Syblink” .....                      | 40 |
| Gambar 3. 7 Tampilan Integrasi <i>Marketplace</i> “Syblink” ..... | 40 |
| Gambar 3. 8 Proses Integrasi <i>Marketplace</i> “Syblink” .....   | 42 |
| Gambar 3. 9 Tampilan <i>Scrape</i> Produk “Syblink” .....         | 43 |
| Gambar 3. 10 <i>Flow Scraping Product</i> “Syblink” .....         | 44 |
| Gambar 3. 11 Tampilan Produk “Syblink” .....                      | 44 |
| Gambar 3. 12 <i>Flow</i> Penambahan Produk “Syblink” .....        | 45 |
| Gambar 3. 13 Pemetaan Produk “Syblink” .....                      | 46 |
| Gambar 3. 14 Tampilan Pesanan “Syblink” .....                     | 47 |
| Gambar 3. 15 <i>Flow</i> Mengatur Pesanan “Syblink” .....         | 48 |
| Gambar 3. 16 Tampilan <i>Chat</i> “Syblink” .....                 | 48 |
| Gambar 3. 17 Tampilan Laporan “Syblink” .....                     | 49 |
| Gambar 3. 18 Tampilan Kasir “Syblink” .....                       | 51 |
| Gambar 3. 19 <i>Flow</i> Kasir “Syblink” .....                    | 51 |
| Gambar 3. 20 <i>Link Bio</i> “Syblink” .....                      | 52 |
| Gambar 3. 21 Proses Pembuatan <i>Website</i> “Syblink” .....      | 53 |
| Gambar 3. 22 Tampilan Pengaturan “Syblink” .....                  | 54 |
| Gambar 3. 23 Tampilan <i>AI Tools</i> “Syblink” .....             | 56 |

|  |    |
|--|----|
| Gambar 3. 24 Proses <i>AI Generate</i> Konten “Syblink” .....                                    | 57 |
| Gambar 3. 25 Tampilan <i>SubAccount User</i> “Syblink” .....                                     | 57 |
| Gambar 3. 26 Proses Penambahan Subakun Pengguna “Syblink” .....                                  | 58 |
| Gambar 3. 27 Tampilan Artikel “Syblink” .....  | 59 |
| Gambar 3. 28 Persentase Usaha <i>E-commerce</i> dan <i>Non E-commerce</i> menurut Provinsi ..... | 65 |
| Gambar 3. 29 Tampilan <i>Home</i> “HiToko” .....   | 66 |
| Gambar 3. 30 Tampilan <i>Dashboard</i> “HiToko” .....  | 67 |
| Gambar 3. 31 Tampilan <i>Order</i> “HiToko” .....  | 68 |
| Gambar 3. 32 Tampilan <i>Mine</i> “Hi Toko” .....  | 68 |
| Gambar 3. 33 Tampilan <i>Dashboard</i> “Melaka” .....  | 69 |
| Gambar 3. 34 Tampilan Integrasi <i>Marketplace</i> “Melaka” .....                                | 70 |
| Gambar 3. 35 Tampilan Produk “Melaka” .....  | 70 |
| Gambar 3. 36 Tampilan <i>Order</i> “Melaka” .....  | 71 |
| Gambar 3. 37 Tampilan Laporan “Melaka” .....   | 72 |
| Gambar 3. 38 Tampilan Kasir “Melaka” .....   | 72 |
| Gambar 3. 39 Tampilan Pengaturan Akun “Melaka” .....   | 73 |
| Gambar 3. 40 Tampilan Layanan “Syblink” .....  | 85 |
| Gambar 4. 1 Struktur Organisasi “Syblink” .....  | 91 |

# UNIVERSITAS MIKROSKIL

## DAFTAR TABEL

|   |     |
|---|-----|
| Tabel 3. 1 Analisis SWOT “Syblink” .....  | 62  |
| Tabel 3. 2 Target Pelanggan “Syblink” .....   | 65  |
| Tabel 3. 3 Perbandingan Layanan Kompetitor “Syblink” .....                                  | 74  |
| Tabel 3. 4 Harga Paket Berlangganan “Syblink” .....   | 75  |
| Tabel 3. 5 Harga Paket Gabungan “Syblink” .....   | 76  |
| Tabel 3. 6 Skala Likert.....  | 82  |
| Tabel 3. 7 Target Kualitas “Syblink” .....  | 82  |
| Tabel 3. 8 Kebutuhan Teknologi dan Perlengkapan Operasional “Syblink” .....                 | 84  |
| Tabel 3. 9 <i>Roadmap Kegiatan App Deverlopment</i> “Syblink” .....                         | 87  |
| Tabel 3. 10 <i>Roadmap Kegiatan Marketing and Support</i> “Syblink” .....                   | 88  |
| Tabel 3. 11 <i>Roadmap Kegiatan Resource Development</i> “Syblink” .....                    | 88  |
| Tabel 3. 12 <i>Roadmap Kegiatan Human Resource Management</i> “Syblink” .....               | 89  |
| Tabel 3. 13 <i>Roadmap Kegiatan Partner Relations</i> “Syblink” .....                       | 89  |
| Tabel 3. 14 <i>Roadmap Kegiatan Infrastructure</i> “Syblink” .....                          | 89  |
| Tabel 4. 1 Perkiraan Jumlah Personil “Syblink” Selama 3 Tahun.....                          | 98  |
| Tabel 4. 2 Perkiraan Gaji/bulan Karyawan “Syblink” .....                                    | 99  |
| Tabel 4. 3 Proyeksi Laba Rugi “Syblink” selama 3 Tahun.....                                 | 101 |
| Tabel 4. 4 Target Pelanggan “Syblink” .....   | 103 |
| Tabel 4. 5 Persentase Target Pelanggan untuk Setiap Paket.....                              | 103 |
| Tabel 4. 6 Daftar Harga “Syblink” .....   | 104 |
| Tabel 4. 7 Keunggulan untuk Setiap Paket.....   | 105 |
| Tabel 4. 8 Perhitungan Pendapatan <i>Subscription</i> “Syblink” .....                       | 108 |
| Tabel 4. 9 Perhitungan Pendapatan Paket Gabungan “Syblink” .....                            | 109 |
| Tabel 4. 10 Perhitungan Pendapatan Kelas Pelatihan Bisnis “Syblink” .....                   | 111 |
| Tabel 4. 11 Perhitungan Gaji Karyawan/tahun “Syblink” .....                                 | 112 |
| Tabel 4. 12 Perhitungan Fasilitas Karyawan .....  | 113 |
| Tabel 4. 13 Perhitungan Tunjangan Karyawan “Syblink” .....                                  | 113 |
| Tabel 4. 14 Perhitungan Beban <i>Marketing</i> (Penawaran Khusus) “Syblink” .....           | 115 |
| Tabel 4. 15 Perhitungan Beban <i>Marketing</i> ( <i>Digital Marketing</i> ) “Syblink” ..... | 116 |
| Tabel 4. 16 Total Beban <i>Marketing</i> “Syblink” .....                                    | 116 |
| Tabel 4. 17 Perhitungan Biaya <i>Maintenance</i> “Syblink” .....                            | 117 |
| Tabel 4. 18 Perhitungan Biaya Perlengkapan “Syblink” .....                                  | 118 |

|  |     |
|--|-----|
| Tabel 4. 19 Perhitungan Biaya Lisensi <i>Software</i> “Syblink” .....            | 119 |
| Tabel 4. 20 Perhitungan Biaya Peralatan “Syblink” .....                          | 120 |
| Tabel 4. 21 Perhitungan Beban Penyusutan Peralatan “Syblink” Tahun Pertama ..... | 122 |
| Tabel 4. 22 Perhitungan Penyusutan Peralatan “Syblink” Tahun Kedua .....         | 122 |
| Tabel 4. 23 Perhitungan Beban Penyusutan Peralatan “Syblink” Tahun Ketiga .....  | 122 |
| Tabel 4. 24 Perhitungan Pajak Penghasilan “Syblink” .....                        | 123 |
| Tabel 4. 25 Proyeksi Neraca Keuangan “Syblink” .....                             | 123 |
| Tabel 4. 26 Proyeksi Arus Kas “Syblink” .....                                    | 124 |
| Tabel 4. 27 Perhitungan <i>Current Ratio</i> “Syblink” .....                     | 126 |
| Tabel 4. 28 Perhitungan <i>Cash Ratio</i> “Syblink” .....                        | 126 |
| Tabel 4. 29 Perhitungan <i>Debt to Asset</i> “Syblink” .....                     | 127 |
| Tabel 4. 30 Perhitungan <i>Debt to Equity</i> “Syblink” .....                    | 127 |
| Tabel 4. 31 Perhitungan <i>Return on Investment (ROI)</i> “Syblink” .....        | 128 |
| Tabel 4. 32 Perhitungan <i>Return on Asset (ROA)</i> “Syblink” .....             | 128 |
| Tabel 4. 33 Perhitungan <i>Net Profit Margin (NPM)</i> “Syblink” .....           | 129 |
| Tabel 4. 34 Rincian Pendanaan “Syblink” .....                                    | 130 |

# UNIVERSITAS MIKROSKIL