

**INOVASI STOPLAMP RUNNING OTOMOTIF UNTUK
KESELAMATAN DAN ESTETIKA BERKENDARA
(LED HUB OFFICIAL)
TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS**



Disusun Oleh:

Malik Arif Rahman

20313178

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
PROGRAM STUDI ILMU EKONOMI
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA
2023/2024**

**Inovai Stoplamp Running Otomotif Untuk Keselamatan Dan Eestetika
Berkendara**

(LED HUB OFFICIAL)

TUGAS AKHIR PERINTISAN BISNIS

Disusun dan diajukan untuk memenuhi persyaratan ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjan jenjang Strata 1 program Studi Ekonomi Pembangunan, pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia

Oleh:

Nama	: Malik Arif Rahman
Nomor Mahasiswa	: 20313178
Program Studi	: Ekonomi Pembangunan

PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN

FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

2024

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa Tugas Akhir Perintisan Bisnis ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang dapat dikategorikan dalam tindakan plagiasi seperti dimaksud dalam buku pedoman TA Perintisan bisnis Program Studi Ekonomi Pembangunan FBE UII. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak bermakna saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.

Yogyakarta, 1 Agustus 2024



IBALX261001077
MAPEL

Malik Arif Rahman



FAKULTAS
BISNIS DAN EKONOMIKA

Gedung Prof. Dr. Aze Partadiredja
Ringroad Utara, Condong Catur, Depok
Sleman, Yogyakarta 55283
T. (0274) 881546, 883087, 885376;
F. (0274) 882589
E. fe@uii.ac.id
W. fecon.uii.ac.id

SURAT KETERANGAN HASIL TES KEMIRIPAN

No.: 1027/Ka.Div/10/Div.PP/VIII/2024

Bismillaahirrahmaanirrahiim.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Malik Arif Rahman**
Nomor Mahasiswa : **20313178**
Dosen Pembimbing : **Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK.**
Program Studi : **Ekonomi Pembangunan**
Judul Karya Ilmiah : **Inovai Stoplamp Running Otomotif Untuk Keselamatan Dan Eestetika Berkendara (LED Hub Official)**
Nomor Hp : -

Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses tes kemiripan (*similarity test*) menggunakan **Turnitin** dengan hasil **5% (Lima Persen)** sesuai aturan batas minimal dinyatakan lolos yang diberlakukan di Universitas Islam Indonesia yaitu sebesar 20% (dua puluh persen).

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum wr. wb

Yogyakarta, 3 Agustus 2024

Kepala Divisi Pengelolaan Pengetahuan,

Suwardi S.I.P., M.IP.

LEMBAR PENGESAHAN

Inovasi Stoplamp Running Otomotif Untuk Keselamatan Dan Eestetika Berkendara (LED HUB OFFICIAL)

Nama : Malik Arif Rahman
Nomor Mahasiswa : 20313178
Program Studi : Ekonomi Pembangunan

Yogyakarta, 2024

Telah disetujui oleh

Dosen Pembimbing,



Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala limpahan rahmat, karunia, serta hidayah-Nya, sehingga Tugas Akhir Rintisan Bisnis dengan judul

Inovasi Stoplamp Running Otomotif Untuk Keselamatan Berkendara dan estetika Berkendara (Led Hub Official) ini dapat diselesaikan dengan baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan pemimpin yang berakhlakul karimah dan kami nantikan syafaatnya di yaumul qiyamah.

Penyusunan Laporan Tugas Akhir Rintisan Bisnis ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ekonomi Pembangunan di Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Islam Indonesia.

Saya menyadari bahwa penulisan laporan akhir ini masih jauh dari kata sempurna, karena keterbatasan kemampuan serta pengetahuan yang saya miliki. Meskipun begitu, saya menyadari bahwa tanpa adanya bimbingan, bantuan serta do'a dari berbagai pihak, mungkin sulit bagi saya untuk menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan banyak terima kasih kepada:

- (1) Bapak Jannahar Saddam Ash Shidiqie, SEI., MEK. selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan ilmu dan bimbingan dengan sabar dan ikhlas kepada penulis agar dapat menyelesaikan tugas akhir rintisan bisnis ini dengan baik dan lancar.
- (2) Seluruh bapak dan ibu dosen prodi ekonomi pembangunan atas ilmu dan arahnya selama saya berkuliah.
- (3) Ayah dan Ibu atas segala kasih sayang, do'a, dukungan, bimbingan, serta motivasi yang selalu diberikan.
- (4) Kakak dan adik, mas Irwan, dek Naila, dek Fadhil dan dek Hilbram, atas dukungan bantuan, dan motivasi yang diberikan.
- (5) Nadia Hilya Salsabila atas dukungan, motivasi, bantuan, dan kebersamaannya sampai saat ini.

- (6) Teman-teman satu tim Led Hub Official Jorgie, Faizal, selaku tim manajemen, yang selalu menemani kala suka dan duka, dan teman-teman seperjuangan saya lainnya atas semangat yang diberikan.
- (7) Rico, Vandan, Franscollin, Gilang, Lutphi, selaku tim produksi, dengan dukungan penuh dan motivasi semangat yang diberikan.
- (8) Dan pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu, dan besar harapan saya, semoga laporan akhir ini dapat bermanfaat bagi saya sendiri khususnya serta bagi pihak lain pada umumnya.

DAFTAR ISI

DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I	3
PENDAHULUAN	3
1.1 Latar Belakang	3
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Perintisan Bisnis	6
1.4 Luaran yang Diharapkan.....	7
1.5 Manfaat Program	7
BAB II	9
TELAAH PUSTAKA.....	9
2.1 Kondisi Led Hub Official Sebelum Adanya Inovasi.....	9
2.1.1 Target Pasar	14
2.1.2 Sosial Media Marketing.....	16
2.1.3 Shopee Ads dan Live Streamer.....	18
2.1.4 <i>Endorsment dan Affiliat Marketing</i>	22
2.1.5 Efisiensi Proses Produksi.....	25
2.2 Capaian Kondisi Led Hub Official Setelah Adanya Inovasi.....	29
BAB III	33
METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS.....	33
3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha	33
3.2 Gagasan Kegiatan Usaha	36
3.3 Analisis Peluang Pasar	37
3.4 Analisis Kelayakan Usaha	39
3.5 Aspek Operasional.....	40
3.6 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis.....	41
BAB IV	43
PERKEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROYEK BISNIS	43
4.1 Perluas Target Pasar.....	43
4.2 Pembaruan Konten Media Sosial.....	47

4.3 Perkembangan Shopee Ads dan Live Streamer	50
4.4 Endorsment Dan Affiliate Influencer Tiktok.....	52
4.5 Pembaruan Efisiensi Proses Produksi	54
4.6 Perbandingan Insight Media Sosial Instagram dan Tiktok Led Hub OfficialSebelum dan Sesudah Proyek Perintisan Bisnis	55
4.7 Rincian Arus Kas Led Hub Official	57
BAB V.....	59
KESIMPULAN DAN REKOMENDASI	59
5.1 KESIMPULAN.....	59
5.2 REKOMENDASI	60
LAMPIRAN.....	61
DAFTAR PUSTAKA	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 iklan kata kunci 1 bulan terakhir.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 2. 1 analisis SWOT sebelum adanya inovasi....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 2. 2 BMC Led Hub Official kondisi saat ini.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 2. 3 Analisis SWOT Capaian Kondisi Led Hub Official Yang Diharapkan	30
Gambar 2. 4 Business Model Canvas Capaian Kondisi Led Hub Official Yang Di	
harapkan.....	31
Gambar 3. 1 Logo Led Hub Official	33
Gambar 3. 2 Produk Led Hub Official Stoplam Running	34
Gambar 3. 3 Kompetitor Led Hub Official	38
Gambar 4. 1 tampilan kemitraan Led Hub Official	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Gambar 4. 2 tampilan dashboard untuk riset kompetitor	45
Gambar 4. 3 tampilan media sosial Instagram dan Tiktok Led Hub Official	48
Gambar 4. 4 tampilan kalender konten pada bulan maret	48
Gambar 4. 5 tampilan dashboard iklan shopee selama 3 bulan terakhir	50
Gambar 4. 6 tampilan dashboard iklan kata kunci.....	51
Gambar 4. 7 tampilan dashboard iklan pencarian kata kunci	52
Gambar 4. 8 tampilan dashboard kolaborasi terbuka	53
Gambar 4. 9 tampilan dashboard permintaan sampel afiliasi	54

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Perbandingan Insight Instagram dan Tiktok Led Hub Official	56
Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Led Hub Official Selama 3 Bulan	Kesalahan!

Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I CV Mahasiswa	61
Lampiran II Dokumentasi Selama Kegiatan Perintisan Bisnis Berjalan	62
Lampiran III Laporan keuangan Led Hub Official	63

LAPORAN AKHIR PERINTISAN BISNIS

INOVASI STOPLAMP RUNNING OTOMOTIF UNTUK

KESELAMATAN DAN ESTETIKA BERKENDARA

(LED HUB OFFICIAL)

ABSTRAK

Rintisan bisnis ini mengkaji inovasi stoplamp running sebagai solusi yang menggabungkan aspek keselamatan dan estetika dalam berkendara. Produk ini dikembangkan oleh Led Hub Official, dimana Led Hub Official adalah sebuah usaha home industri yang berfokus pada lampu otomotif, dengan tujuan utama meningkatkan visibilitas dan komunikasi antar pengendara di jalan raya melalui penggunaan teknologi LED yang canggih, *stoplamp running* dirancang untuk memberikan sinyal visual yang lebih jelas dan menarik dibandingkan lampu konvensional, sehingga mengurangi risiko kecelakaan dengan memastikan pengendara di belakang lebih cepat dan lebih jelas memahami niat pengemudi di depan. Selain itu rintisan bisnis ini mengeksplorasi proses dan hasil, efektifitas berbagai strategi *digital marketing*, antara lain, *shopee ads*, *social media marketing*, dan *endorsment*, *social media marketing* dengan fokus khusus pada *traffic* dan *engagement* dalam kampanye *social media marketing*. Dengan perkembangan pesat platform belanja *online* seperti *shopee ads* dan popularitas *live streamer* dapat meningkatkan *traffic* dan *engagement*. *Shopee ads* antara lain iklan kata kunci, iklan serupa dan iklan toko, yang sudah disediakan di platform shopee sendiri. Untuk pemasaran selain iklan di shopee Led Hub Official juga menggunakan *social media marketing* yang dilakukan pada 2 variabel seperti *live streamer* dan *konten* untuk pemanfaatan pada sosial media seperti video reels dimana kontennya terdiri dari *story telling* melalui instagram maupun tiktok. Untuk penggunaan *endorsment* menggunakan instagram maupun tiktok dimana pemanfaatannya memakai sistem *affiliat marketing*. Dampak rintisan bisnis ini membuktikan bahwa *stoplamp running* tidak hanya memperbaiki aspek keselamatan tetapi juga memberikan peningkatan signifikan pada penampilan kendaraan, dalam hal pemasaran seperti *digital marketing*, *shopee ads*, *social media marketing*, dan *endorsment*, secara signifikan meningkatkan visibilitas dan interaksi

dengan target audiens mengoptimalkan strategi untuk mencapai hasil yang lebih baik dan memaksimalkan peningkatan penjualan pada Led Hub Official .

Kata Kunci : stoplamp running, trafik, digital marketing, shopee ads, social media marketing, endorsment, story telling, affiliat marketing, live streamer.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

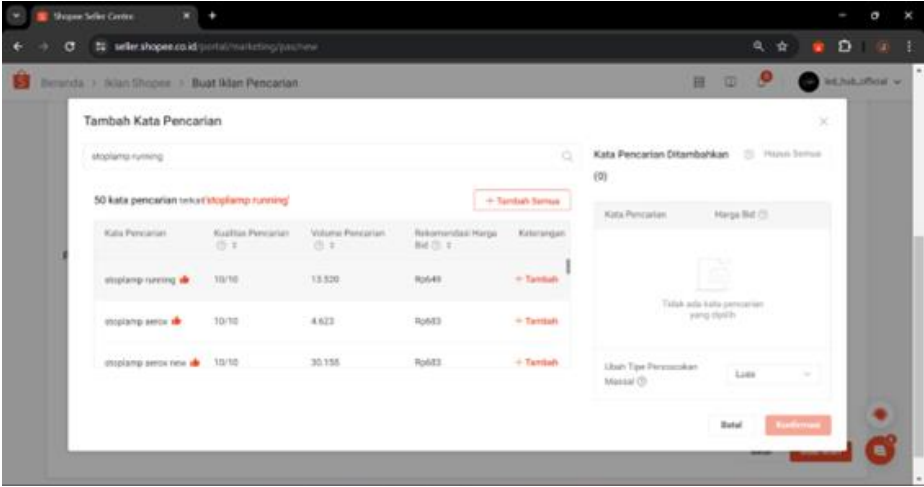
Keselamatan berkendara selalu menjadi prioritas utama dalam industri otomotif, salah satu aspek penting yang berkontribusi terhadap keselamatan di jalan raya adalah sistem pencahayaan kendaraan, khususnya stoplamp. Stoplamp konvensional telah menjadi standar dalam industri otomotif selama bertahun-tahun, namun dengan perkembangan teknologi dan meningkatnya kesadaran akan pentingnya keselamatan dan estetika, muncul kebutuhan untuk inovasi baru yang lebih efektif dan menarik. Stoplamp running adalah salah satu inovasi terbaru yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan tersebut. Teknologi ini menggunakan lampu LED yang dapat menghasilkan efek cahaya bergerak, memberikan sinyal yang lebih jelas dan mencolok kepada pengendara lain. Efek visual ini tidak hanya meningkatkan visibilitas tetapi juga mempercepat respons pengendara di belakang, sehingga dapat mengurangi risiko kecelakaan. Selain aspek keselamatan, estetika juga menjadi pertimbangan penting dalam desain otomotif modern. Stoplamp running menawarkan desain yang lebih modern dan futuristik, yang dapat meningkatkan daya tarik visual kendaraan dan memberikan kesan premium. Inovasi ini diharapkan dapat menjadi tren baru dalam desain otomotif yang tidak hanya fungsional tetapi juga estetis. Dalam konteks inilah Led Hub Official mengembangkan produk stoplamp running untuk menjawab tantangan keselamatan dan estetika berkendara. Melalui integrasi teknologi canggih dan desain inovatif, stoplamp running berpotensi menjadi standar baru dalam sistem pencahayaan kendaraan, menawarkan solusi yang tidak hanya meningkatkan keselamatan tetapi juga memenuhi kebutuhan estetika para pemilik kendaraan.

Industri otomotif terus berkembang seiring dengan peningkatan jumlah kendaraan bermotor, salah satu komponen penting dalam industri ini adalah stoplamp running dari Led Hub Official, yang berperan sebagai sinyal pemberitahuan kepada pengendara di belakang kendaraan atau modifikasi lampu motor.

Modifikasi motor sudah dikenal sejak lama oleh masyarakat khususnya para pecinta dunia otomotif. Istilah "modifikasi" tidak lagi tabu, terutama di era digital saat ini di mana pengetahuan tentang perubahan motor spesifik menyebar luas. Ini meningkatkan keinginan untuk tren modifikasi sepeda motor di antara banyak demografi, terutama di kalangan anak-anak muda. Banyak acara otomotif yang menampilkan kompetisi modifikasi sepeda motor harus menjadi kekuatan pendorong di balik banyak tren modifikasi ini. Sepeda motor yang berpartisipasi dalam acara dan kontes harus disesuaikan untuk mencerminkan kepribadian pemilik. Motor-motor yang ikut serta di acara/kontes tersebut tentu adalah motor yang telah di modifikasi dengan sedemikian rupa sesuai dengan karakter pemiliknya (Arif Muzzain Fahmi, 2022).

Permintaan akan stoplamp running yang inovatif, tahan lama, dan efisien semakin meningkat dengan pertumbuhan industri otomotif. Setiap penggunaan motor pasti terdapat resiko kerusakan dan semakin banyak orang menggunakan motor maka semakin besar pula peluang industri stoplamp running menerima banyak pengunjung yang ingin mengganti atau modifikasi motornya. Pada permintaan pasar yang sangat banyak pada setiap bulanya dari *traffic* shopee ads memang sudah lumayan banyak akan tetapi dari segi suplai masih tergolong sedikit untuk mengetahui riset market bisa dapat dilihat dari kata kunci pada dashbord iklan shopee seperti gambar dibawah ini.

Gambar 1.1 iklan kata kunci 1 bulan terakhir



The screenshot shows the 'Tambah Kata Pencarian' (Add Search Keywords) interface in the Shopee Seller Center. The search bar contains 'stoplamp running'. Below the search bar, a table displays 50 search keywords related to 'stoplamp running'. The table has five columns: 'Kata Pencarian' (Search Keyword), 'Kualitas Pencarian' (Search Quality), 'Volume Pencarian' (Search Volume), 'Rekomendasi Harga Bid' (Recommended Bid Price), and 'Keterangan' (Remarks). The table lists three keywords: 'stoplamp running', 'stoplamp senar', and 'stoplamp senar new'. To the right of the table, there is a section for 'Kata Pencarian Ditambahkan' (Search Keywords Added) and a 'Tambahkan' (Add) button.

Kata Pencarian	Kualitas Pencarian	Volume Pencarian	Rekomendasi Harga Bid	Keterangan
stoplamp running	10/10	13.520	Rp648	Tambah
stoplamp senar	10/10	4.623	Rp683	Tambah
stoplamp senar new	10/10	30.155	Rp683	Tambah

Dari iklan kata kunci bisa dilihat total pengunjung klik yang masih sangat murah karena penjuala masih tergolong sedikit dan itu menandakan masih belum banyak suplainya, dengan kata kunci tersebut sesuai dengan strategi yang telah dijalani yaitu *traffik*, menarik, dan *trusted*, bagaimana untuk mencari trafik dengan judul prodak yang sesuai menjadikan performa iklan semakin bagus, selain itu juga gambar maupun video prodaknya juga harus menarik untuk meningkatkan trafik, karena gambar serta judul menjadi tujuan paling utama ketika sebelum prodak itu di iklankan, karena iklan merupakan salah satu fitur yang dapat membantu peningkatan penjualan, iklan akan tampil pada halaman hasil pencarian, dengan memilih kata pencarian yang cocok untuk produk stoplamp running, pilih kata pencarian dengan volume yang tinggi serta gunakan pencocokan spesifik maupun luas, agar kata kunci iklan dapat menjangkau lebih banyak calon pembeli.

Akan tetapi, dari customer sering menanyakan lokasi dan mau ambil langsung, dari situlah Led Hub Official memanfaatkan media sosial untuk customer yang mau datang ke lokasi langsung, dengan menggunakan platform Instagram untuk menaruh alamat maps, serta membuat konten untuk meningkatkan trafik, sehingga customer tidak repot apabila langsung beli ditempat serta apabila ada kerusakan atau tidak nyala pada lampunya, customer bisa konsultasi terkait produk yang sudah dibeli, karena, karena Led Hub Official juga bergaransi selama 1 bulan apabila prodak tidak nyala, bukan hanya di online akan tetapi juga berlaku pada pembelian offline, dari kepercayaan tersebut harapanya dapat meningkatkan penjualan dari usaha tersebut.

Peluang inilah yang coba diambil oleh Led Hub Official produsen yang menawarkan berbagai variasi modifikasi motor dan lain lain. Selain itu Led Hub Official juga sudah berjalan selama 1 tahun yang dimana rata rata penjualan dari *online* maupun *offline*, Led Hub Official juga berupaya untuk dapat menjangkau konsumen potensial sebanyak banyaknya dengan mengoptimalkan penggunaan *social media*, dan *marketplace*.

Dengan berbagai peluang tersebut, stoplamp running memiliki potensi besar untuk tumbuh dan menjadi fitur standar dalam kendaraan modern, baik sebagai bagian dari desain asli produsen otomotif maupun sebagai produk *aftermarket* yang populer

dikalangan pemilik kendaraan, bukan hanya inovasi teknologi yang meningkatkan keselamatan dan estetika kendaraan, tetapi juga mewakili peluang bisnis yang signifikan bagi produsen. Rintisan bisnis ini akan mengeksplorasi peluang tersebut dan mengidentifikasi strategi yang terbaik untuk memanfaatkan potensi pasar yang ada.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah dalam perintisan bisnis ini, yaitu:

1. Apakah target pasar dapat menerima produk Led Hub Official ?
2. Bagaimana yang dilakukan pembuatan konten di media sosial Instagram dan Tiktok oleh Led Hub Official ?
3. Bagaimana dampak dari penggunaan iklan shopee dan live streamer?
4. Apa dampak dari *endorsment* dan *affiliat marketing* Instagram dan Tiktok sebagai salah satu pemasaran digital yang dilakukan oleh Led Hub Official ?
5. Bagaimana meningkatkan efisiensi proses produksi disaat pemenuhan pesanan?

1.3 Tujuan Perintisan Bisnis

Berdasarkan rumusan masalah di atas, dapat diketahui tujuan untuk membuat proposal ini yaitu:

1. Untuk menganalisis sejauh mana produk Led Hub Official diterima oleh target pasar, serta dampak persepsi konsumen terhadap kualitas, harga, dan desain produk untuk memahami kebutuhan dan preferensi target pasar
2. Untuk menganalisis proses dan hasil pada engagement di platform media sosial Instagram dan Tiktok.
3. Untuk mengukur proses dan hasil dengan adanya iklan shopee dan strategi live streaming dalam meningkatkan penjualan.
4. Mengukur sebelum dan sesudah dengan adanya *endorsment* dan *affiliate marketing* terhadap *brand awareness* dan penjualan.

5. Mengukur proses produktivitas dalam produksi, serta dampak dari permintaan pasar secara tepat waktu.

1.4 Luaran yang Diharapkan

Usaha ini diharpakan menghasilkan luaran sebagai berikut:

1. Produk Led Hub Official dapat diterima oleh target pasar.
2. Meningkatkan omset penjualan pada usaha Led Hub Official .
3. Produk Led Hub Official mampu bertahan dalam persaingan bisnis di bidang otomotif.
4. Meningkatkan kreativitas kemampuan berwirausaha mahasiswa.
5. Membuka lapangan kerja baru khususnya di industri otomotif.

1.5 Manfaat Program

Program perintisan bisnis Led Hub Official diharapkan memberikan manfaat yang signifikan dalam berbagai aspek. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari program tersebut:

1. Memastikan bahwa produk yang dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan preferensi target pasar akan meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.
2. Dengan meningkatkan penjualan, Led Hub Official dapat mencapai Profitabilitas yang lebih tinggi, yang memungkinkan untuk peningkatan dalam inovasi produk, pemasaran, dan pengembangan bisnis lebih lanjut.
3. Mampu bersaing secara efektif di pasar otomotif menunjukkan bahwa produk memiliki keunggulan kompetitif yang kuat, baik dari segi kualitas, harga, maupun inovasi. Hal ini juga dapat membuka peluang ekspansi ke paasar yang lebih luas.
4. Program ini memberikan mahasiswa kesempatan untuk belajar dan mengembangkan ketrampilan berwirausaha, inovasi, dan manajemen bisnis yang praktis, serta dapat meningkatkan kesiapan usaha sendiri di masa depan.

5. Dengan berkembangnya bisnis Led Hub Official, kebutuhan akan tenaga kerja juga meningkat, sehingga membuka lapangan kerja baru. Hal ini berkontribusi pada pengurangan dan peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya di industri otomotif.

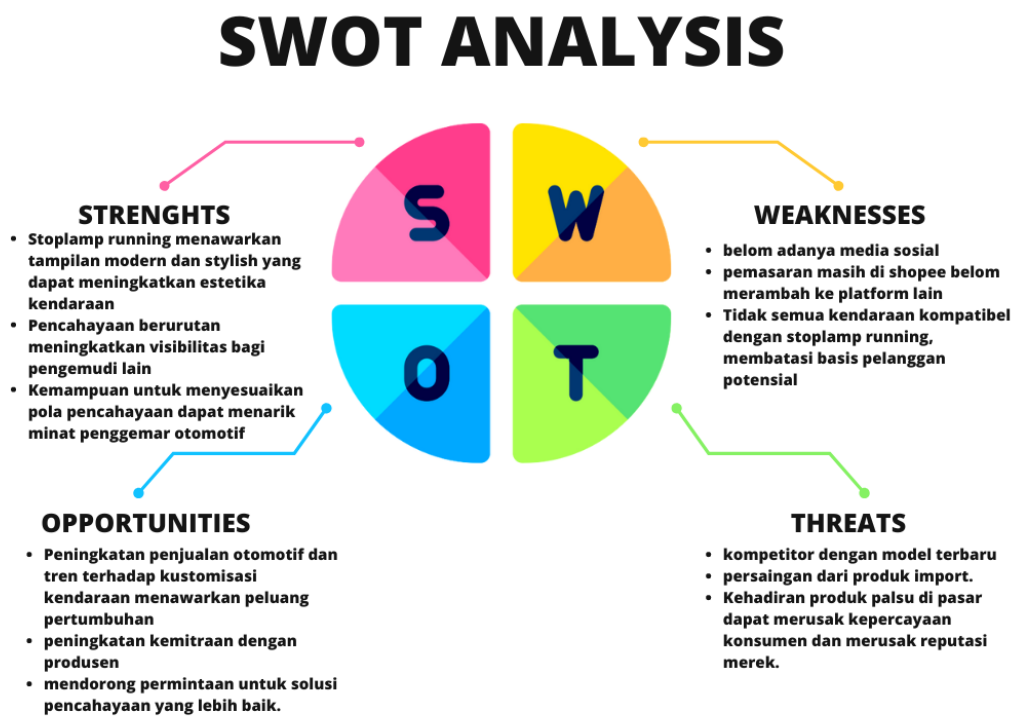
BAB II

TELAAH PUSTAKA

2.1 Kondisi Led Hub Official Sebelum Adanya Inovasi

Kondisi sebelum adanya inovasi dari usaha Led Hub Official, akan menjelaskan dari beberapa bagian melalui Business Model Canvas dan Analisis SWOT.

Gambar 2.1 analisis SWOT sebelum adanya inovasi



Kekuatan (*Strengths*)

Desain inovatif stoplamp running menawarkan tampilan modern dan *stylish* yang dapat meningkatkan estetika kendaraan, visibilitas dan keamanan lebih baik, pencahayaan berurutan meningkatkan visibilitas bagi pengemudi lain sehingga dapat mengurangi risiko kecelakaan. Efisiensi energi teknologi led lebih efisien energi dibandingkan dengan lampu tradisional, mengurangi konsumsi energi dan meningkatkan efisiensi kendaraan. daya tahan led memiliki umur pakai, lebih lama dibandingkan dengan lampu tradisional, mengurangi kebutuhan penggantian yang sering. Opsi kustomisasi, kemampuan untuk menyesuaikan pola pencahayaan dapat menarik minat penggemar otomotif dan pemilik kendaraan yang mencari sentuhan pribadi.

Kelemahan (*Weaknesses*)

Biaya lebih tinggi biaya awal stoplamp running lebih tinggi dibandingkan dengan solusi pencahayaan tradisional, yang mungkin menghalangi beberapa pembeli. Masalah kompatibilitas, tidak semua kendaraan kompatibel dengan stoplamp running, membatasi basis pelanggan potensial. Instalasi bisa lebih kompleks dan mungkin memerlukan bantuan profesional, menambah biaya keseluruhan. Kesadaran pasar beberapa konsumen mungkin tidak menyadari manfaat dari stoplamp running, membutuhkan upaya pemasaran yang signifikan. kepatuhan regulasi, memastikan kepatuhan dengan berbagai regulasi pencahayaan otomotif di berbagai wilayah bisa menjadi tantangan.

Peluang (*Opportunities*)

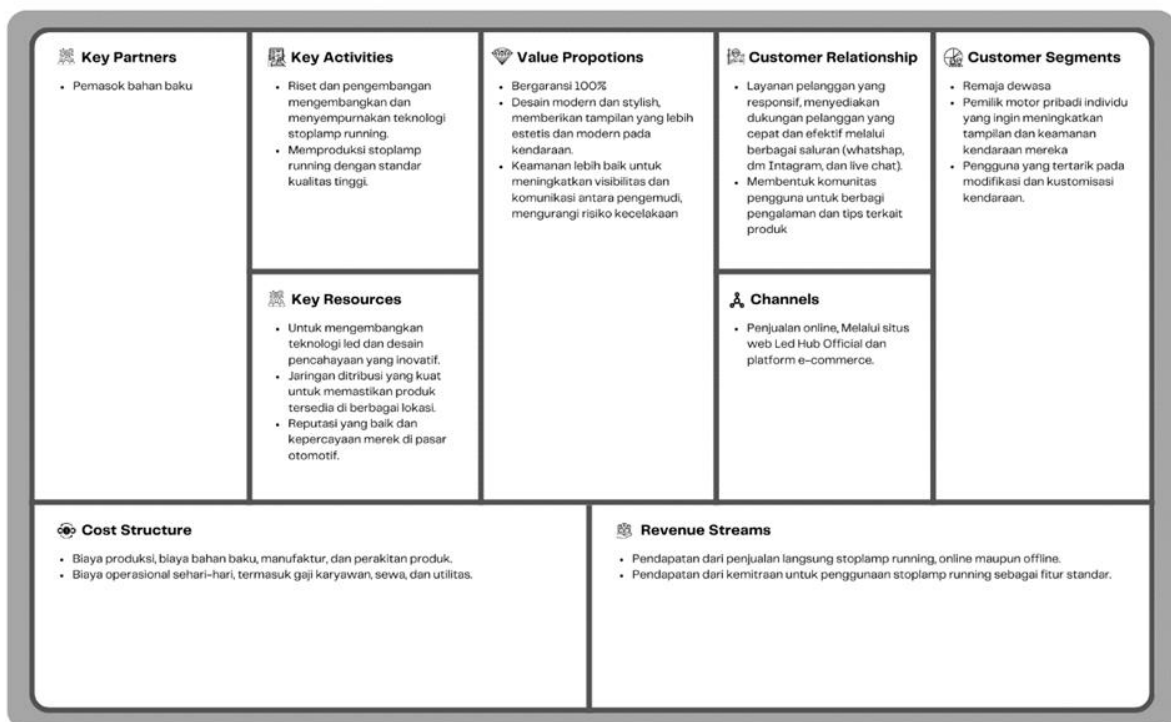
Pertumbuhan pasar otomotif menjadikan peningkatan penjualan otomotif dan tren terhadap kustomisasi kendaraan menawarkan peluang pertumbuhan, serta kemajuan dalam teknologi led dan otomotif dapat mengarah pada pengembangan stoplamp running yang lebih canggih dan efisien. Kemitraan dengan produsen otomotif berkolaborasi dengan produsen otomotif dapat mengarah pada adopsi yang lebih luas. Peningkatan standar keamanan, penekanan yang meningkat pada standar keamanan kendaraan secara global dapat mendorong permintaan untuk solusi pencahayaan yang lebih baik.

Ancaman (*Threats*)

Kondisi ekonomi yang tidak stabil membuat ketidakstabilan ekonomi dapat mengurangi pengeluaran konsumen pada peningkatan dan aksesoris otomotif.

Gambar 2. 1 BMC Led Hub Official kondisi saat ini

BUSINESS MODEL CANVAS



Bisnis Model Canvas adalah alat strategis yang digunakan untuk menggambarkan, mendesain, menantang, dan mendesain ulang model bisnis. Berikut adalah penjelasan Model Bisnis Canvas untuk produk "stoplamp running":

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)

- Pemilik Motor Pribadi Individu yang ingin meningkatkan tampilan dan keamanan kendaraan mereka.
- Penggemar Otomotif: Pengguna yang tertarik pada modifikasi dan kustomisasi kendaraan.
- Bengkel dan Toko Aftermarket: Bisnis yang menjual dan menginstal aksesoris lampu motor.
- Produsen Motor: Perusahaan otomotif yang dapat menggunakan stoplamp running sebagai fitur standar atau opsional.

2. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

- Desain modern dan stylish, memberikan tampilan yang lebih estetik dan modern pada kendaraan.
- Keamanan lebih baik untuk meningkatkan visibilitas dan komunikasi antara pengemudi, mengurangi risiko kecelakaan.
- Efisiensi Energi: Menggunakan LED yang lebih hemat energi dan tahan lama dibandingkan lampu konvensional.
- Personalization: Kemampuan untuk menyesuaikan pola pencahayaan sesuai dengan preferensi pengguna.

3. Saluran (*Channels*)

- Penjualan online, Melalui situs web Led Hub Official dan platform *e-commerce*.
- Penjual produk melalui jaringan dealer motor dan toko aksesoris otomotif.

- Pameran Otomotif: Mengikuti acara dan pameran otomotif untuk memamerkan produk kepada audiens yang lebih luas.
- Kemitraan dengan toko aksesoris motor

4. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*)

- Layanan pelanggan yang responsif, menyediakan dukungan pelanggan yang cepat dan efektif melalui berbagai saluran (*whatsapp*, *dm Instagram*, dan *live chat*).
- Komunitas Online: Membentuk komunitas pengguna untuk berbagi pengalaman dan tips terkait produk.
- Layanan Purna Jual: Menyediakan layanan instalasi, perawatan, dan garansi produk.

5. Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*)

- Pendapatan dari penjualan langsung stoplamp running, online maupun offline.
- Pendapatan dari kemitraan untuk penggunaan stoplamp running sebagai fitur standar.
- Pendapatan tambahan dari layanan instalasi dan kustomisasi produk.

6. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

- Untuk mengembangkan teknologi led dan desain pencahayaan yang inovatif.
- Jaringan distribusi yang kuat untuk memastikan produk tersedia di berbagai lokasi.
- Reputasi yang baik dan kepercayaan merek di pasar otomotif.

7. Kegiatan Utama (*Key Activities*)

- Riset dan pengembangan mengembangkan dan menyempurnakan teknologi stoplamp running.
- Memproduksi stoplamp running dengan standar kualitas tinggi.

- Pemasaran dan penjualan produk melalui berbagai saluran pemasaran dan menjalin hubungan dengan mitra.
- Layanan Pelanggan: Menyediakan dukungan dan layanan purna jual untuk memastikan kepuasan pelanggan.

8. Mitra Kunci (*Key Partnerships*)

- Pemasok bahan baku dan komponen led berkualitas tinggi.
- Distributor dan Dealer: Kerjasama dengan distributor dan dealer untuk memperluas jangkauan pasar.
- Teknisi dan penyedia layanan mitra untuk instalasi.

9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

- Biaya produksi, biaya bahan baku, manufaktur, dan perakitan produk.
- R&D: Investasi dalam riset dan pengembangan untuk inovasi produk.
- Biaya pemasaran, promosi, dan distribusi.
- Biaya operasional sehari-hari, termasuk gaji karyawan, sewa, dan utilitas.

Dengan menggunakan bisnis model canvas ini, Led Hub Official yang memproduksi stoplamp running dapat memiliki gambaran yang jelas tentang elemen-elemen penting dari bisnis tersebut dan bagaimana setiap elemen tersebut saling terkait untuk menciptakan nilai bagi pelanggan dan mencapai kesuksesan di pasar.

Berikut adalah rencana inovasi yang akan dilaksanakan oleh Led Hub Official.

2.1.1 Target Pasar

Untuk menentukan apakah target pasar dapat menerima produk Led Hub Official, penting untuk mempertimbangkan beberapa faktor, termasuk segmentasi pasar, umpan balik pelanggan, **Hak Kelayakan Intlektual, SNI** dan strategi pemasaran yang digunakan. Berikut adalah analisis singkat berdasarkan beberapa poin utama:

1. Segmentasi pasar pada Led Hub Official kemungkinan besar menargetkan pasar yang teknologis dan visual, termasuk pengguna profesional yang

membutuhkan pencahayaan LED berkualitas tinggi untuk berbagai keperluan seperti fotografi, videografi, dan pencahayaan studio. Target pasar ini biasanya terdiri dari para kreator konten, fotografer, videografer, dan individu atau bisnis yang membutuhkan solusi pencahayaan yang inovatif dan berkualitas tinggi.

2. Umpan balik dari pelanggan bisa memberikan gambaran apakah produk diterima dengan baik. Jika Led Hub Official memiliki banyak ulasan positif yang menyoroti kualitas produk, kemudahan penggunaan, dan layanan pelanggan yang baik, ini menandakan bahwa produk mereka diterima dengan baik oleh target pasar. Contoh umpan balik positif bisa ditemukan pada platform e-commerce atau media sosial di mana pelanggan sering kali memberikan ulasan dan peringkat produk.

3. Rencana program untuk pengajuan Hak Kelayakan Intelektual dan SNI Pengajuan Hak Kekayaan Intelektual (HKI)

HKI meliputi beberapa aspek seperti merek, paten, hak cipta, dan desain industri. Untuk produk LED Hub Official, pengajuan merek dan desain industri adalah hal yang paling relevan.

Tahap 1: Pengajuan Merek.

Merek dapat berupa nama, logo, atau simbol yang membedakan produk LED Hub Official dari yang lain.

Tahap 2: Pengajuan Desain Industri.

Jika LED Hub Official memiliki desain fisik atau inovasi unik pada tampilannya, maka pengajuan desain industri penting untuk melindungi bentuk atau tampilan produk.

SNI untuk produk LED melibatkan pengujian kualitas, keamanan, dan efisiensi energi. Produk LED yang bersertifikat SNI akan memiliki daya saing tinggi di pasar.

4. Strategi pemasaran yang efektif sangat penting untuk memastikan penerimaan produk. Led Hub Official tampaknya memanfaatkan media sosial dengan baik, menggunakan Instagram dan TikTok untuk mempromosikan produk

melalui konten visual yang menarik dan interaksi dengan pengikut. Dengan adanya *e-commerce* melalui shopee yang dapat mempromosikan dengan iklan kata kunci, iklan serupa, maupun iklan toko.

Dengan memperhatikan faktor-faktor diatas, dapat disimpulkan bahwa dengan strategi yang tepat dan produk yang sesuai dengan kebutuhan target pasar, Led Hub Official memiliki peluang besar untuk diterima dengan baik oleh target pasar mereka. Umpan balik pelanggan dan keberhasilan kampanye pemasaran mereka di media sosial juga menjadi indikator penting dari penerimaan tersebut.

2.1.2 Sosial Media Marketing

Pemasaran media sosial (Social Media Marketing) adalah strategi pemasaran digital yang menggunakan platform media sosial untuk mencapai tujuan bisnis. Strategi ini melibatkan pembuatan dan berbagi konten di jaringan media sosial untuk meningkatkan kesadaran merek, berinteraksi dengan pelanggan, dan mendorong penjualan.

Instagram fokus pada konten visual seperti foto dan video, ideal untuk merek yang ingin menampilkan produk secara estetik. Jenis konten postingan gambar, menampilkan produk, acara, atau kegiatan perusahaan, video tutorial, demo produk, Stories konten sementara di Instagram atau Facebook yang berlangsung selama 24 jam. Keunggulan lainya media sosial Instagram sebagai media informasi yang digunakan untuk dihubungkan dengan akun media sosial lainnya melalui bio instagram. Sedangkan Tiktok adalah platform yang berkembang pesat untuk konten video pendek yang kreatif dan menghibur, sering digunakan oleh merek yang ingin menjangkau audiens muda.

Strategi dan Taktik

Menetapkan tujuan apa yang ingin dicapai, seperti meningkatkan kesadaran merek, mendapatkan lebih banyak pengikut, meningkatkan keterlibatan, atau mendorong konversi. Mengenal audiens identifikasi demografi, minat, dan perilaku

audiens target untuk membuat konten yang relevan. Kalender konten untuk merencanakan kapan dan apa yang akan diposting untuk memastikan konsistensi dan relevansi. Engagement aktif berinteraksi dengan pengikut melalui komentar, pesan langsung, dan mention. Menggunakan hashtag yang relevan untuk meningkatkan visibilitas dan menjangkau audiens yang lebih luas. Analisis kompetitor untuk mempelajari strategi dan taktik yang digunakan oleh kompetitor untuk mengidentifikasi peluang dan ancaman.

Iklan Berbayar (*Paid Advertising*)

- **Targeting:** Menggunakan fitur penargetan untuk mencapai audiens spesifik berdasarkan demografi, lokasi, minat, dan perilaku.
- **Ad Formats:** Pilih format iklan yang sesuai seperti gambar, video, carousel, atau sponsored posts.
- **Budgeting:** Menentukan anggaran untuk kampanye iklan dan mengalokasikan dana berdasarkan kinerja iklan.
- **A/B Testing:** Menguji berbagai versi iklan untuk melihat mana yang paling efektif dalam mencapai tujuan kampanye.

Analisis dan Pelaporan

- **Metrics:** Melacak metrik kunci seperti likes, shares, comments, klik, dan konversi.
- **Tools:** Menggunakan alat analitik seperti Google Analytics, Facebook Insights, atau Instagram Insights untuk mengukur kinerja.
- **ROI:** Menghitung return on investment dari kampanye media sosial untuk mengevaluasi efektivitas strategi.

Tren Terkini

- **Influencer Marketing:** Bekerja sama dengan influencer untuk mempromosikan produk kepada pengikut mereka.

- *User-Generated Content* (UGC): Menggunakan konten yang dibuat oleh pengguna untuk membangun kredibilitas dan keaslian merek.
- *Social Commerce*: Memanfaatkan fitur belanja di platform media sosial untuk menjual produk langsung kepada konsumen.
- Chatbots dan AI: Menggunakan chatbots untuk meningkatkan layanan pelanggan dan interaksi dengan audiens.

Dengan memahami dan menerapkan strategi pemasaran media sosial yang efektif, perusahaan dapat meningkatkan kehadiran online membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan, dan mencapai tujuan bisnis.

2.1.3 Shopee Ads dan Live Streamer

Untuk menghasilkan lalu lintas (*trafik*) yang menarik dan terpercaya melalui iklan Shopee, perusahaan atau penjual perlu fokus pada beberapa aspek penting yang akan membuat iklan lebih efektif dan menarik perhatian target audiens. Berikut adalah beberapa langkah dan strategi yang dapat digunakan:

1. Menentukan Target Audiens

- Segmentasi Pasar: Tentukan siapa target audiens Anda berdasarkan demografi, minat, perilaku, dan lokasi.
- Personalisasi Iklan: Sesuaikan iklan untuk menargetkan kelompok yang spesifik, menggunakan data pelanggan untuk menciptakan pesan yang relevan dan menarik.

2. Konten Iklan yang Menarik

- Desain Visual yang Menarik: Gunakan gambar dan video berkualitas tinggi yang menarik perhatian. Pastikan visual sesuai dengan merek dan menarik secara estetika.

- Pesan yang Jelas dan Menarik: Buat salinan iklan yang jelas, ringkas, dan mengandung ajakan bertindak yang kuat (CTA) seperti "Beli Sekarang", "Diskon Terbatas", atau "Gratis Ongkir".
- Penawaran Khusus: Sertakan promosi, diskon, atau penawaran khusus untuk menarik minat pembeli. Misalnya, "Diskon 50% untuk Pembelian Pertama" atau "Beli 1 Gratis 1".

3. Penggunaan Kata Kunci yang Tepat

- SEO pada Deskripsi Produk: Gunakan kata kunci yang relevan dalam deskripsi produk untuk meningkatkan visibilitas di hasil pencarian Shopee.
- Tag dan Hashtag: Gunakan tag dan hashtag yang relevan untuk membantu pengguna menemukan produk Anda lebih mudah.

4. Ulasan dan Testimoni

- Mendorong Ulasan Positif: Ajak pelanggan yang puas untuk meninggalkan ulasan positif. Ulasan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan calon pembeli.
- Testimoni Video: Gunakan video testimoni dari pelanggan yang dapat menambah kepercayaan terhadap produk Anda.

5. Optimasi Iklan Berbayar

- Shopee Ads: Manfaatkan fitur iklan berbayar Shopee seperti Keyword Ads, Discovery Ads, dan Shop Ads untuk meningkatkan visibilitas produk.
- A/B Testing: Lakukan uji coba berbagai versi iklan untuk melihat mana yang paling efektif dalam menarik trafik. Uji elemen seperti gambar, teks, dan CTA.
- Anggaran dan Penawaran: Tetapkan anggaran yang sesuai dan lakukan penawaran yang kompetitif untuk iklan Anda agar dapat bersaing dengan penjual lain.

6. Promosi di Media Sosial

- Integrasi Media Sosial: Promosikan produk Anda melalui akun media sosial dengan link langsung ke Shopee. Gunakan platform seperti Instagram, Facebook, dan TikTok.
- Influencer Marketing: Bekerjasama dengan influencer yang relevan untuk mempromosikan produk Anda kepada pengikut mereka.

7. Program Loyalitas dan Penghargaan

- Poin Reward: Gunakan program loyalitas di Shopee untuk memberikan poin atau reward kepada pelanggan setia.
- Exclusive Member Deals: Tawarkan promo eksklusif untuk anggota atau pelanggan setia.

8. Pelayanan Pelanggan yang Responsif

- Respons Cepat: Pastikan respons cepat terhadap pertanyaan dan keluhan pelanggan melalui fitur chat di Shopee.
- Solusi Cepat: Berikan solusi cepat untuk masalah pelanggan agar mereka merasa dihargai dan puas dengan layanan Anda.

9. Analisis dan Optimasi Kinerja

- Pantau Kinerja Iklan: Gunakan alat analitik yang disediakan oleh Shopee untuk memantau kinerja iklan dan lalu lintas yang dihasilkan.
- Optimasi Berkelanjutan: Lakukan optimasi berdasarkan data dan hasil analisis untuk meningkatkan efektivitas iklan.

Menjadi live streamer memerlukan kombinasi keterampilan teknis, kreativitas, dan strategi pemasaran untuk menarik dan mempertahankan audiens. Live shopping, atau belanja langsung, adalah metode penjualan di mana produk diperkenalkan dan dijual kepada konsumen secara real-time melalui siaran langsung (live streaming) di platform digital (Maghfiroh, N., & Palupi, G. S. 2023). Dalam live shopping, host (pembawa acara) biasanya mempresentasikan produk, menjelaskan fitur dan manfaatnya, serta

menjawab pertanyaan dari audiens secara langsung. Konsep ini menggabungkan elemen hiburan, interaksi sosial, dan belanja online, menciptakan pengalaman berbelanja yang lebih menarik dan dinamis bagi konsumen. Platform Streaming seperti shopee live atau tiktokshop live.

Persiapan dan Peralatan Peralatan Hardware: Komputer/Laptop: Perangkat dengan spesifikasi tinggi untuk memastikan streaming yang lancar. Kamera berkualitas tinggi (seperti DSLR atau webcam HD) untuk video yang jelas. Mikrofon eksternal berkualitas untuk audio yang jernih. Headset dengan kualitas suara yang baik untuk mendengar audio dan berkomunikasi dengan audiens. Lighting atau lampu ring atau softbox untuk pencahayaan yang baik selama streaming.

Menentukan Niche yang diminati dan kuasai, seperti game tertentu, musik, tutorial, talk show, atau vlog, buat rencana konten jangka panjang yang mencakup topik-topik yang akan dibahas atau aktivitas yang akan dilakukan selama streaming.

Pengaturan dan uji coba, melakukan beberapa uji coba untuk memastikan semua peralatan dan software berfungsi dengan baik. Periksa kualitas video dan audio, serta stabilitas koneksi internet. Selalu berinteraksi dengan audiens melalui chat. Balas pertanyaan, respon terhadap komentar, dan buat suasana yang ramah.

Konsistensi streaming secara konsisten pada jadwal yang telah ditentukan (Agistiani, R. Mulyani, H. 2023). Audiens lebih cenderung kembali jika mereka tahu kapan Anda akan online Keterlibatan audiens menggunakan polling, giveaway, atau tantangan untuk meningkatkan keterlibatan audiens.

Mempromosikan lewat platform media sosial seperti, Instagram, Facebook, dan TikTok untuk mempromosikan streaming pada produk. Posting teaser, cuplikan, atau pengumuman jadwal. Kolaborasi atau bekerja sama dengan streamer lain untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Komunitas online atau bergabung dengan komunitas online yang relevan dengan niche produk, dan aktif berpartisipasi untuk membangun jaringan dan menarik audiens.

Dengan menerapkan strategi-strategi di atas, Led Hub Official dapat menarik trafik yang tidak hanya tinggi tetapi juga terpercaya ke toko Shopee, yang pada

akhirnya dapat meningkatkan konversi penjualan dan memperkuat loyalitas pelanggan. Dengan menggunakan Business Model Canvas, Led Hub Official dapat secara efektif menganalisis dan merencanakan berbagai aspek produknya untuk mencapai keunggulan kompetitif dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

2.1.4 *Endorsment dan Affiliat Marketing*

Endorsement ialah pernyataan atau tindakan yang memberikan sokongan, pengakuan, atau persetujuan terhadap seseorang, produk, perkhidmatan, atau idea. Ia boleh datang dalam berbagai bentuk, termasuk testimoni, sokongan selebriti, ulasan positif, atau penggunaan produk atau perkhidmatan secara terbuka oleh individu yang terkenal atau berpengaruh.

Contoh-contoh endorsement termasuk:

1. Testimoni Selebriti: Seorang selebriti terkenal menggunakan dan mempromosikan produk tertentu dalam iklan.
2. Ulasan Positif: Pelanggan memberikan ulasan positif tentang pengalaman mereka dengan produk atau perkhidmatan dalam talian.
3. Penggunaan Terbuka: Seorang tokoh masyarakat atau influencer menggunakan produk secara terbuka dan memaparkannya di media sosial.

Endorsement bertujuan untuk membina kepercayaan dan kredibiliti terhadap sesuatu dengan menggunakan pengaruh atau reputasi pihak yang memberikan endorsement tersebut.

Dukungan datang dari orang terkenal, seperti musisi terkenal, atlet, atau jumlah pengikut. Dukungan selebriti biasanya digunakan untuk mempromosikan produk di iklan majalah, radio, televisi, dan instagram (a. Shimp, 2014:335). Sebuah produk yang tersedia bagi calon pelanggan dapat memperoleh manfaat dari kehadiran dukungan selebriti. Artis dan individu terkemuka lainnya memberikan dukungan produk dengan harapan dapat membujuk calon pembeli untuk membeli produk tersebut. Endorsment adalah ketika seseroran terkenal menggunakan pesona uniknya

untuk mempromosikan suatu produk dan mempengaruhi calon pelanggan dari followersnya di instagram maupun tiktok.

Indikator endorsement terdiri dari 3 unsur:

- 1) Visibility mengacu pada sejauh mana terlihat atau dikenal oleh audiens. Dalam konteks live streaming, ini berarti seberapa sering dan mudah audiens dapat menemukan dan menonton konten.
- 2) Attraction daya tarik mengacu pada kemampuan untuk menarik dan mempertahankan audiens. Ini melibatkan pembuatan konten yang menarik dan relevan serta interaksi yang efektif dengan penonton.
- 3) Power Base basis kekuatan mengacu pada kemampuan untuk mempengaruhi dan mengendalikan aspek-aspek tertentu dari lingkungan, dalam konteks live streaming, ini bisa berarti pengaruh terhadap audiens, kemampuan untuk menghasilkan pendapatan, dan kontrol atas konten yang telah diproduksi.

Harga diartikan sebagai sejumlah uang yang harus dikeluarkan pelanggan untuk menerima barang atau jasa yang ditawarkan di aplikasi (Menurut Kotler & Armstrong 2016). Mengidentifikasi empat ukuran harga yaitu sebagai berikut:

- 1) Barang dengan harga terjangkau
- 2) Barang berkualitas tinggi
- 3) Barang bermanfaat
- 4) Adanya perbandingan harga antar pesaing.

Minat beli pelanggan adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan minat pelanggan terhadap suatu produk yang dipengaruhi oleh sikap mereka sendiri terhadap pembelian barang yang ditawarkan, mencantumkan beberapa penanda minat produk, seperti:

Minat transaksional adalah kemampuan untuk mengetahui apa yang diinginkan saat membeli suatu produk, mengidentifikasi merek sebelum melakukan pembelian, dan menyatakan minat untuk membeli suatu produk.

Minat preferensial adalah rasa antusias terhadap suatu hal yang kuat, dan rasa puas saat melakukan pembelian.

Minat eksplorasi mengacu pada keinginan yang kuat terhadap suatu produk dan rasa puas dari barang yang dibeli konsumen (Sakinatun, F.A., Soepatini. 2023)

Strategi affiliate marketing yang efektif dapat membantu meningkatkan penjualan dan pendapatan. Berikut adalah beberapa strategi yang dapat digunakan untuk mencapai hasil yang optimal dalam affiliate marketing:

1. Pilih *Niche* yang Tepat:

- Fokus pada niche atau pasar yang anda pahami dan minati. Ini akan memudahkan anda untuk membuat konten yang relevan dan menarik bagi audiens target.

2. Pilih Program *Affiliate* yang Relevan dan Terpercaya:

- Bergabung dengan program affiliate yang menawarkan produk atau layanan yang relevan dengan niche anda. Pastikan program tersebut memiliki reputasi baik dan menyediakan komisi yang adil.

3. Konten Berkualitas Tinggi:

- Buat konten yang berkualitas dan memberikan nilai tambah bagi audiens anda. Ini bisa berupa ulasan produk, tutorial, panduan, atau artikel informatif lainnya. Konten yang baik akan membangun kepercayaan dan mendorong audiens untuk melakukan pembelian melalui link afiliasi. Komisi afiliasi adalah bayaran yang diterima oleh afiliasi (pemasar) sebagai imbalan atas setiap tindakan yang dihasilkan melalui upaya pemasaran mereka, seperti penjualan produk, pendaftaran layanan, atau klik pada tautan tertentu. Komisi ini dapat bervariasi tergantung pada program afiliasi dan jenis produk atau layanan yang dipromosikan. Berikut adalah beberapa model komisi afiliasi yang umum:
- *Pay-Per-Sale*:

Komisi dibayarkan setiap kali terjadi penjualan. Afiliasi mendapatkan persentase dari harga jual produk. Model ini umum digunakan oleh program afiliasi ritel dan e-commerce.

- *Pay-Per-Click:*

Afiliasi mendapatkan komisi setiap kali seseorang mengklik tautan afiliasi mereka. Model ini lebih umum digunakan dalam iklan berbayar dan kampanye pemasaran berbasis klik.

- *Recurring Commissions:*

Afiliasi mendapatkan komisi berulang selama pelanggan terus menggunakan layanan atau berlangganan produk. Model ini umum dalam layanan berlangganan seperti hosting web atau software berlangganan.

Tujuan dari Led Hub Official menggunakan *endorsment* dan *affiliat marketing* untuk mengoptimalkan pendapatan dari program afiliasi, afiliasi harus memahami struktur komisi yang ditawarkan dan memilih program yang sesuai dengan audiens dan strategi pemasaran mereka. Memilih program dengan komisi yang adil dan transparan, serta mempromosikan produk atau layanan yang relevan dan berkualitas, akan membantu meningkatkan keberhasilan kampanye afilias

2.1.5 Efisiensi Proses Produksi

Berawal dari dukungan para teman untuk memproduksi stoplamp running ini karena motif dari lampunya bisa bergerak dengan menggunakan modul yang bertegangan 12 volt serta bervariasi sesuai bentuk yang kita inginkan, dalam proses kebutuhan produksi menjadi tantangan karena modulnya harus impor dulu, dan itu menjadi tantangan untuk terus berkembang dan membuat inovasi baru dalam menjalankan bisnis tersebut. Dukungan dari orang-orang terdekat menjadi salah satu motivasi untuk terus berkembang pada bisnis ini yang sudah berjalan.

Mengidentifikasi permasalahan proses produksi

a. Belum adanya bahan produksi dalam negeri

Dari laporan akhir ini disusun, penulis masih belum menemukan produk modul dari stoplamp masih impor dan belum adanya pembuatan modul dalam negeri sendiri. Hal ini disebabkan karena terbatasnya produk modul yang tersedia di supplier. Selain itu rencana untuk produksi modul sendiri pun masih susah karena mesinnya harus impor juga dan harganya tidak murah, sedangkan lampu led nya juga masih impor juga.

b. Jangkauan pemasaran produk masih kurang luas

Meskipun sudah beriklan di shopee tapi belum semua produk kami iklankan, untuk riset kompetitor juga masih belum merata dari setiap produk. Selain itu penargetan mitra kami masih dapat 5 dan itu masih kurang 15 karena Led Hub Official menargetkan 20 mitra dari produk stoplamp running itu sendiri.

c. Masih kurangnya tenaga kerja

Tenaga kerja yang sudah ada total 10 orang ini masih kurang meski sudah ada namun untuk kebutuhan produksi biasanya pending dari pesannya yang masuk di shopee, selain itu pesanan masuk setelah jam 15.00 akan dikirim hari berikutnya dikarenakan kurangnya tenaga kerja, dan itu menjadi permasalahan dari led hub, karena semakin pesanan cepat terkirim maka pesanan sampai juga bisa datang cepat ke customer, karena masa pengiriman 3 sampai 5 hari juga lumayan lama, apalagi ketika tanggal kembar dimana dihari itu juga pesanan banyak yang masuk.

Kemampuan untuk menghasilkan sesuatu atau jasa dengan jumlah sumber daya tenaga kerja, bahan baku, dan waktu yang paling sedikit sekaligus memaksimalkan output dan kualitas dikenal sebagai efisiensi proses produksi. Di antara daftar indikator kualitas produk (Garvin 1983) adalah sebagai berikut:

- 1). *Performances* (kinerja) ciri atau tujuan utama suatu produk adalah kinerjanya. Saat melakukan pembelian, orang biasanya mempertimbangkan kinerja suatu produk di atas segalanya, terlepas dari apakah produk tersebut memenuhi kebutuhan mereka atau tidak.
- 2). *Features* (fitur) adalah atribut suatu produk yang dimaksudkan untuk meningkatkan fungsionalitasnya dan menarik lebih banyak pelanggan. Pelanggan tidak diharuskan untuk menggunakan setiap fitur, dan beberapa bersifat opsional. Fitur sering kali ditambahkan ke manfaat konvensional jika demikian untuk mengungguli produk pesaing di pasar yang sama, fitur sering kali ditambahkan ke manfaat reguler untuk menciptakan nilai tambah.
- 3). *Reliability* (kepercayaan suatu produk) kemungkinan bahwa suatu produk akan berfungsi sevara memuaskan atau tidak dalam jangka waktu tertentu dikenal sebagai keandalan. Suatu produk semakin dapat dikendalikan semakin kecil kemungkinannya untuk rusak.
- 4). *Durability* (daya tahan) kapasitas suatu produk untuk dapat digunakan dalam jangka waktu tertentu disebut daya tahan. Semakin lama suatu produk bertahan, semakin disukai konsumen terhadap produk tersebut.
- 5). *Aesthetics* (estetika) Estetika suatu produk biasanya dikaitkan dengan desainnya. Tidak hanya itu, estetika suatu produk juga meliputi bentuk, rasa, dan wanginya. Karena estetika secara langsung memengaruhi cara pelanggan berinteraksi dengan barang-barang yang digunakan, hal ini menjadi penting (Hilary. Imam Wibowo. 2021).

Pengurangan biaya produksi yang lebih cepat, dan kualitas produk yang lebih baik merupakan hasil yang mungkin dicapai dari peningkatan efisiensi produksi. Proses produksi stoplamp running (lampu belakang kendaraan yang menyala terus saat kendaraan berjalan) dapat dibuat lebih efisien dengan menerapkan metode dan praktik berikut. ini mencakup serangkaian tahapan, mulai dari desain hingga perakitan akhir dan pengujian. Langkah-langkah spesifik dalam proses produksi adalah sebagai berikut:

1. Desain dan Pengembangan Produk

Konseptualisasi dan Desain, tim desain memulai dengan konsep awal berdasarkan spesifikasi teknis dan estetika. Desain ini mencakup bentuk, ukuran, dan fitur fungsional dari stoplamp running.

2. Pemilihan Bahan

Bahan Baku, Bahan utama yang digunakan termasuk pcb, kabel, solder, tenol, lem bakar, isoslasi bakar, lampu led, kabel jemper, modul, serta kardus packing.

3. Proses Pencetakan

Cutting pcb dari ukuran yang sudah dibentuk melalui sampel mika reflektor pada motor yang sudah ada, bentuk ukuran dengan presisi, setelah di cutting pcb di tempel lampu led, melalui proses penempelan lampu yang sudah di potong, setelah itu penyolderan dari jalur (-) ke jalur (-) semua

Finishing bagian-bagian yang telah dicetak diproses lebih lanjut untuk menghilangkan tepi kasar dan memperbaiki tampilan akhir, termasuk pemotongan, penghalusan, dan pembersihan.

4. Pemasangan Komponen Elektronik

PCB assembly komponen elektronik seperti resistor, dioda, dan led dipasang pada pcb (Printed Circuit Board) melalui proses.

Pengujian Fungsional PCB yang sudah dirakit diuji untuk memastikan semua komponen berfungsi dengan benar. Tes ini mencakup pengujian sirkuit, pengujian LED, dan pengujian daya.

5. Perakitan Akhir

Penggabungan Komponen antara dioda kabel jemper untuk di jalur rem dan mode stay. Proses ini melibatkan penghubungan komponen internal. Pengcatan dan penghapusan bagian-bagian stoplamp yang sudah dirakit, lampu led nya yang terkena cat dihapus pada mata lampu led tersebut dan modulnya

disegel untuk melindungi komponen internal dari debu, air, dan getaran. Penyegehan tersebut menggunakan isolasi bakar yang di panaskan menggunakan heat gun.

Manajemen Proyek dan Koordinasi:

- Proses produksi memerlukan koordinasi yang baik antar departemen seperti desain, produksi, kontrol kualitas, dan logistik. Penggunaan sistem manajemen proyek yang efektif dapat membantu memastikan bahwa semua tahap berjalan lancar.

Sistem Informasi Terpadu:

- Implementasi ERP (Enterprise Resource Planning) dan MES (Manufacturing Execution System) dapat membantu dalam pengelolaan aliran informasi dan material, serta pelacakan produksi secara real-time.

Pelatihan Tim:

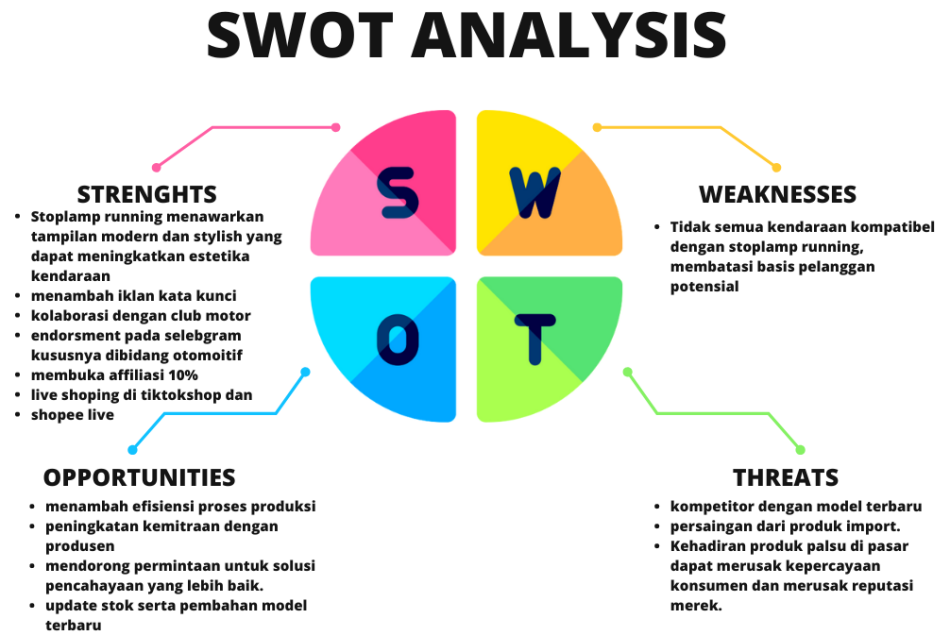
- Tim dilatih secara berkelanjutan untuk memastikan mereka memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menggunakan teknologi dan mengikuti prosedur produksi terbaru.

Dengan mengikuti langkah-langkah tersebut secara detail, Led Hub Official dapat memastikan bahwa stoplamp running yang diproduksi memenuhi standar kualitas tinggi, aman untuk digunakan, dan sesuai dengan regulasi industri.

2.2 Capaian Kondisi Led Hub Official Setelah Adanya Inovasi

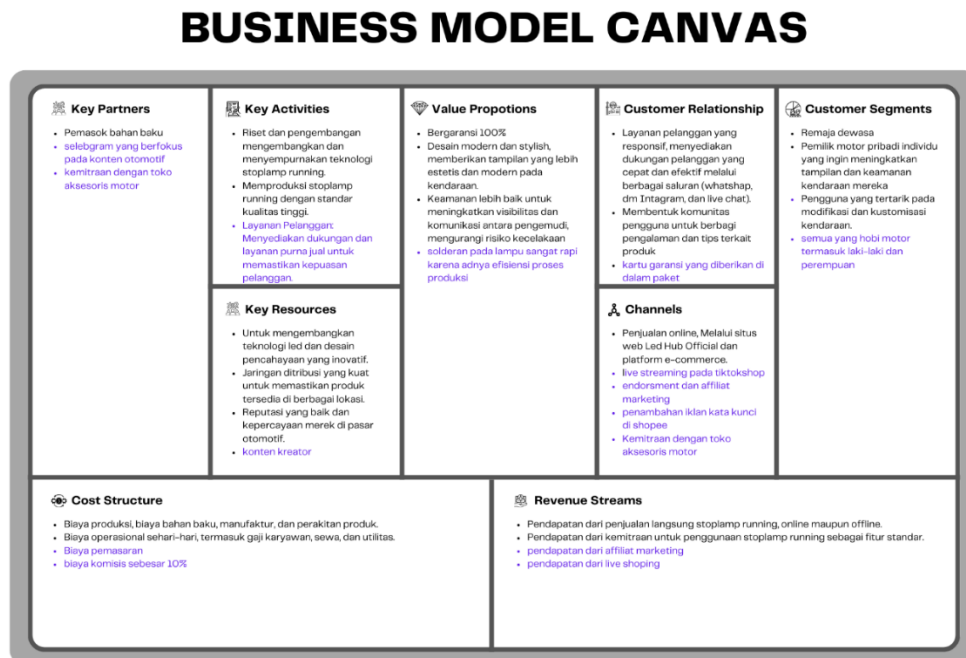
Berikut pencapaian kondisional Led Hub Official menyusul inovasi yang akan disajikan dan diuraikan dalam bentuk analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas.

Gambar 2. 2 Analisis SWOT Capaian Kondisi Led Hub Official Yang Diharapkan



Tujuan Led Hub Official tercantum dalam analisis SWOT di atas. Daya cipta Led Hub Official dalam menggunakan periklanan shopee ads yang sudah ada di platform tersebut penambahan kata kunci pada suatu produk yang belum di iklankan, serta membuka affiliasi sebesar 10%, live shopping dan kolaborasi pada selebgram yang berfokus pada bidang otomotif. Kelemahanya tidak semua kendaraan bisa pakai stolamp running karena masih menggunakan arus ac dan apabila ingin dipasang stoplamp runnin g harus ngerubah arus ac menjadi dc. Selain itu peluangnya penambahan efisiensi proses produksi agar supaya ketika ada pemenuhan pesanan sudah terkendali dengan rapi, serta update stok dari penambahan model terbaru untuk pesanan pada kemitraan dari Led Hub. Kelemahanya produk import yang merusak harga pasar serta produk palsu.

Gambar 2. 3 Business Model Canvas Capaian Kondisi Led Hub Official Yang Di harapkan



Setelah adanya inovasi tampilan BMC Led Hub Official seperti ini. Dengan tambahan *customer segment* ternyata ada dampak dari segi pelanggan yang minat semua kalangan laki-laki maupun perempuan yang hobi otomotif. Kemudian dari *customer relationship* yang sebelumnya belum ada kartu garansinya sekarang sudah ada, tujuan untuk mempermudah pelanggan apabila ada kendala dan bisa hubungi admin dari nomor atau akun yang sudah disediakan di kartu garansi tersebut. Selanjutnya *value propotions* dengan tambahan pada kualitas produksi, dimana solderan pada stoplamp running semakin rapi dengan adanya efisiensi proses produksi yang telah dikerjakan oleh tim. Kemudian *key activites* yang sebelumnya belum adanya layanan pelanggan sekarang sudah ada, karena itu sangat membantu dalam proses pengiriman atau barang yang sudah diterima dari pelanggan, dengan demikian dapat membantu pelanggan terkait ulasan produk stoplamp tersebut. Selanjutnya *key resources* dengan adanya konten kreator Led Hub Official juga semakin banyak pelanggan, dengan adanya konten yang telah dibuat, itu sangat membantu dari segi konten maupun akun instagram dan tiktok. *Key patners* Led Hub Official juga ada penambahan kemitraan

dari produk stoplamp running dimana kemitraan tersebut menjalin hubungan kerjasama dalam jangka panjang, selain itu patner Led Hub Official yang sebelumnya belum ada konten kreator yang bekerja sama sekarang sudah ada, dimana setiap konten kreator kususny dibidang otomotif, bagi komisi maupun endors barang stopalmp running. Kemudian *cost structure* yang sebelumnya belum ada biaya iklan sekarang ada penambahan biaya iklan dan Led Hub Official membuka komisi 10% dari setiap penjualan pada konten kreator. Yang terakhir *revenue streams* Led Hub Official juga ada penambahan dari segi pendapatan yang didapatkan dari penjualan affiliat marketing serta pendapatan dari live shopping.

BAB III

METODOLOGI PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

3.1 Gambaran Umum Rencana Usaha

a. Nama Usaha dan Karakteristik

Nama usaha adalah suatu hal yang sangat penting apalagi sebuah brand yang memang harus diperlukan agar supaya mudah diingat dan dikenal oleh masyarakat, untuk target pelanggan usaha tersebut. Produk dari usaha ini diberi nama Led Hub Official, dimana kata Led Hub Official ini merupakan sebuah produk lampu pada umumnya akan tetapi berfokus di bidang lampu motor, sehingga masyarakat mudah mengingat nama sebuah brand produk otomotif khususnya *stoplamp running*.

Led Hub Official merupakan sebuah usaha di bidang lampu otomotif (*stoplamp running*). Latar belakang berdirinya usaha ini adalah karena melihat perkembangan bisnis lampu motor masih belum banyak dan setelah riset ternyata konsumennya sangat banyak tapi yang produksi masih jarang ditemukan dipasaran. Secara kualitas produk Led Hub Official tidak perlu diragukan lagi, karena produk sebelum pengiriman juga harus lolos *quality control*. Selain itu pelayanan dari Led Hub Official kepada customer dilakukan secara maksimal dengan adanya pengembalian atau *return* produk yang sudah dibeli karena Led Hub Official bergaransi dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Lokasi usaha berada di Sleman, pengiriman dapat dilakukan seluruh Indonesia karena *full time* penjualan masih online semua.

Gambar 3. 1 Logo Led Hub Official



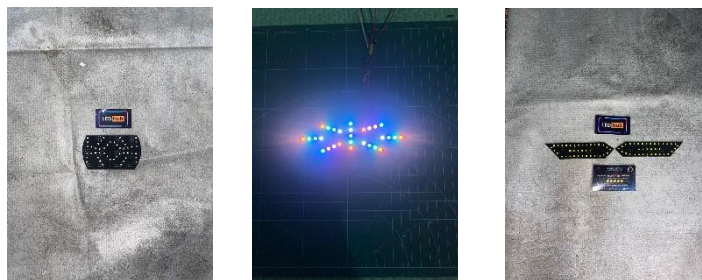
Visi : menjadi pemimpin pasar dalam negeri dalam solusi pencahayaan lampu motor yang inovatif dan keberlanjutan.

Misi : menyediakan produk pencahayaan motor yang berkualitas tinggi, ramah lingkungan dan hemat energi, serta memberikan layanan terbaik kepada seluruh pelanggan maupun mitra led hub.

Untuk saat ini, Led Hub Official telah memproduksi 50 jenis lampu stoplamp running Kunggulan Kompetitif

- Inovasi teknologi, fokus pada pengembangan teknologi baru dalam pencahayaan lampu motor untuk meningkatkan efisiensi energi dan umur panjang produk.
- Kualitas produk, menggunakan bahan berkualitas tinggi dan proses manufaktur canggih untuk memastikan keandalan dan performa produk.
- Layanan pelanggan, memberikan dukungan pelanggan yang luar biasa dengan tim yang siap membantu kebutuhan teknis dan desain lampu motor.
- Keberlanjutan, komitmen terhadap praktik bisnis yang ramah lingkungan dengan fokus produk hemat energi.

Gambar 3. 2 Produk Led Hub Official Stoplam Running



Stoplamp running dengan model yang keren ini berperan sebagai sinyal pemberitahuan kepada pengendara di belakang kendaraan yang estetika saat berkendara dengan modifikasi lampu pencahayaan pada setiap lampu motor. Selain sinyal lampu motor terdapat lampu yang bervariasi seperti gerakan model, running

text, dan lampu lazy, dengan stoplamp running inilah yang produknya juga harus lolos *quality control* pada setiap pengiriman produk.

b. Keunggulan Produk

- Meningkatkan keselamatan, dengan menampilkan lampu belakang saat kendaraan bergerak, stoplamp running dapat meningkatkan visibilitas kendaraan bagi pengemudi di belakangnya, serta membantu mengurangi resiko tabrakan dari belakang.
- Memberikan peringatan, stoplamp running memberikan sinyal visual kepada pengendara lain bahwa kendaraan sedang bergerak atau mendekati untuk berhenti, hal ini bisa membantu mengurangi kejutan di jalan.
- Estetika energi, fitur stoplamp running menggunakan listrik dari batrerei kendaraan, terutama pada motor yang memiliki desain lampu belakang yang menarik.

c. Kelemahan Produk

- Pemakaian energi, fitur stoplamp running menggunakan listrik dari baterai kendaraan, meskipun konsumsi energinya kecil, teganganya 12 volt tetap ada kontribusi terhadap konsumsi bahan bakar, dan keausan pada sistem listrik kendaraan.
- Beberapa pengemudi mungkin merasa terganggu dengan kecerahan tambahan dari lampu belakang yang dimodifikasi, terutama saat kondisi cahaya rendah atau di malam hari.
- Terkadang juga bisa membuat kondisi stoplamp runningnya tidak gerak dikarenakan kerusakan pada swits rem kendaraan tersebut, karena kondisi kabel rem nya sudah tidak berfungsi sehingga mengakibatkan stoplamp running tersebut tidak gerak.

3.2 Gagasan Kegiatan Usaha

Penulis tertarik menjalankan usaha stoplamp running dengan dua sisi ini karena berdasarkan survei yang telah dilakukan dari riset kompetitor pada dasboard iklan shopee, produk serupa masih jarang ditemukan di pasaran baik secara bentuk maupun ukurannya karena setiap motor memiliki ukuran yang berbeda-beda, selain itu, alasan penulis tertarik menjalankan usaha ini adalah karena masyarakat yang hobi motor sangat memperhatikan penampilan.

Selain menawarkan estetikan saat berkendara, kesan yang simpel dan elegan dapat digunakan saat berkendara maupun kopdar motor atau pameran modifikasi motor, dapat menjadi salah satu daya tarik bagi para hobi motor. Target konsumen Led Hub Official adalah pria dari usia remaja hingga dewasa, masyarakat yang hobi memodifikasi kendaraan bermotor. Pesaing Sejauh ini, penulis sudah menemukan kompetitor yang sama, akan tetapi modelnya berbeda, namun kebanyakan dari produknya tidak bervariasi seperti produk di Led Hub. Dengan menganalisis pesaing dalam industri stoplamp running untuk memahami posisi pasar, keunggulan kompetitif, dan strategi pemasaran yang digunakan oleh pesaing.

Strategi promosi yang digunakan untuk mempromosikan produk stoplamp running sejauh ini sudah menggunakan riset iklan di shopee, untuk membagi pasar menjadi segmen-segmen yang berbeda berdasarkan karakteristik dan kebutuhan, seperti jenis kendaraan, kelas harga, dan preferensi desain, karena penulis sudah melakukan penjualan di online dengan menggunakan platform marketplace seperti shopee, tokopedia, lazada, tiktokshop, dan *Instagram* sebagai kebutuhan konten *storytelling*.

Mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk penetapan harga yang kompetitif, promosi melalui media sosial, iklan shopee untuk menentukan positioning produk, dan kampanye pemasaran digital, serta *endorsement* untuk meningkatkan daya jual, selain itu penulis juga membangun sebuah mitra bagi toko offline seperti otomotif.

3.3 Analisis Peluang Pasar

Mengidentifikasi peluang-peluang pasar, seperti peningkatan kesadaran akan keselamatan berkendara (IZADI, G. G. 2017). Perkembangan teknologi otomotif, dan tren desain kendaraan yang mendukung permintaan stoplamp running. Target konsumen terhadap produk Led Hub Official membuat penulis menganalisis bahwa peluang pasarnya cukup meyakinkan, apalagi didukung dengan penjualan dan promosi online setiap hari. Untuk melakukan analisis peluang pasar dalam bisnis stoplamp running, ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan. Berikut adalah langkah-langkah dan elemen-elemen kunci untuk menganalisis peluang pasar secara efektif:

Analisis Pasar

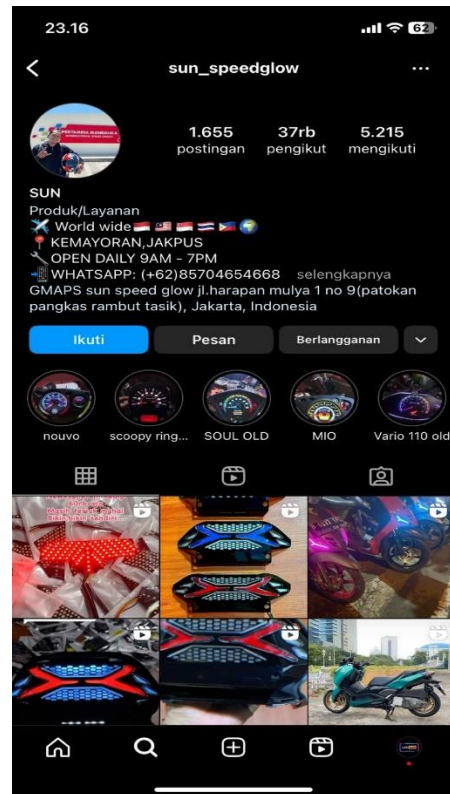
- a. Ukuran pasar, analisis data penjualan dari data iklan setiap iklan per klik maupun iklan kata kunci judul produk pada dashboard iklan shopee dan laporan industri untuk memahami ukuran pasar stoplamp running. Mengidentifikasi segmen pasar berdasarkan jenis kendaraan motor dan jenis pengguna (konsumen individu, bengkel, penjual variasi motor).
- b. Tren pertumbuhan, ditinjau dari tren pertumbuhan tahunan pasar otomotif dan komponen aftermarket (Prabowo. Yuwono, W. 2023). Melihat laporan dari lembaga riset pasar untuk prediksi pertumbuhan. Faktor pendorong untuk mengidentifikasi faktor yang mendorong pertumbuhan seperti peningkatan jumlah kendaraan, peningkatan kesadaran keamanan, dan tren modifikasi kendaraan.

1.1.1 Analisis Kompetitor

Untuk produk stoplamp running Led Hub Official termasuk usaha belum baru, sudah ada untuk produk stoplamp running yang dipasarkan di banyak platform akan tetapi masih sedikit sekali yang produksi karena permintaan juga sangat tinggi salah satu dari kompetitor. Led Hub Official adalah

Sun Sped Glow yang follower instagramnya juga sangat banyak, kompetitor yang dianalisis oleh Led Hub Official di prodaknya Sun Sped Glow belum adanya motif terbaru dan tidak adanya kartu garansi selama 1 bulan.

Gambar 3. 3 Kompetitor Led Hub Official



1.1.1 Analisis Keuangan

Analisis keuangan untuk LED Hub Official sangat penting untuk menilai kesehatan finansial bisnis dan merencanakan strategi jangka panjang. Analisis ini mencakup beberapa aspek utama seperti laba rugi, arus kas, pengembalian investasi (ROI), serta perkiraan anggaran dan biaya. Analisis keuangan membantu LED Hub Official menilai apakah strategi bisnis yang diterapkan menguntungkan, mengelola kas dengan baik, dan mengoptimalkan investasi. Pemahaman yang jelas tentang laba rugi, arus kas, dan rasio keuangan akan memberikan panduan yang lebih baik dalam pengambilan keputusan.

1.1.1 Analisis Konsumen

Dalam memahami pasar dan mengidentifikasi peluang. Untuk produk stoplamp running, analisis ini harus mencakup pemahaman tentang siapa konsumen, apa yang mereka butuhkan, dan bagaimana mereka berperilaku. Dan tentunya ada customer baru yang membeli produk stoplamp running, bahkan bukan hanya stoplamp running saja yang di beli, biasanya ada tambahan combo hemat yang sudah diterapkan, seperti combo hemat pada mika motor dari mulai mika bening maupun mika smoke. Profil konsumen untuk menentukan demografi target seperti usia, jenis kelamin, dan pendapatan dari gaya hidup konsumen yang tertarik pada stoplamp running (Widyarini, & Basuki, 2023). Mengidentifikasi teknis konsumen seperti kecarahan lampu motor, pola cahaya, desain dan warna yang diminati konsumen.

3.4 Analisis Kelayakan Usaha

1.1.2 Aspek Hukum

- Pelaksanaan proyek : Perorangan
- HKI dan SNI : Merek, Hak Cipta, Memenuhi Standar Kualitas
- Bidang proyek : Usaha di bidang otomotif
- Lokasi proyek : Rumah penulis (Sleman, Yogyakarta)

1.1.3 Aspek Lingkungan

Usaha ini tidak memiliki dampak negatif yang berarti terhadap lingkungan, karena sisa bahan pcb dapat dimanfaatkan dengan kebutuhan produk tambahan seperti soket motor.

1.1.4 Aspek Manajemen

Secara umum seluruh operasional dengan tim admin manajemen, karena usaha sudah memiliki struktur manajemen yang baik, Led Hub Official sudah memiliki tim

untuk mengelola manajemen, seperti tim pemasaran, tim produksi, tim admin, serta tim manajemen stok maupun tim packing. Untuk melakukan penilaian keterampilan dan keahlian tim yang ada untuk memastikan bahwa mereka memiliki kemampuan yang sesuai dengan tuntutan pekerjaan, kebutuhan spesifik untuk keterampilan baru atau pembaruan pengetahuan yang diperlukan untuk mendukung perkembangan teknologi dan tren industri.

3.5 Aspek Operasional

Produksi stoplamp running yang dilakukan dari tahap awal hingga akhir

- Desain Pcb, cutting sesuai ukuran lampu motor.
- Cutting lampu led 3 sampai 15 mata lampu led
- Membuat motif serta bentuk arah lampu led
- Jemper pada jalur (-)
- Solder bagian modul dan ditambah dioda untuk lebih aman pada jalur kelistrikan
- Setting modul agar supaya running otomatis

Desain dari Led Hub Official sangat unik berbeda dengan kompetitor lain karena motifnya juga sangat rapi, karena motif serta bentuk dibuat sendiri dan yang membedakan antara produk Led Hub Official dengan kompetitor lain ialah ada garansi 100%. Bila ada kecacatan dalam produk tersebut.

a. Dimensi Produk

Produk Led Hub Official sudah memiliki dari berbagai jenis motor dengan model varian yang berbeda-beda. Untuk memproduksi 1 jenis lampu motor dibutuhkan 30 cm pcb, 1 modul dan lampu led, dioda 10 pcs, tenol, bayonet, lem bakar.

b. Nilai atau Manfaat

Manfaat dari produk Led Hub Official adalah memenuhi kebutuhan konsumen yang hoby otomotif, karena banyak pengguna otomotif lebih berkreasi saat berkendara namun dapat digunakan juga kontes motor atau kopdar yang dilakukan oleh club motor serta sebagai pelengkap dalam penerangan saat berkendara.

c. Harga Jual Produk

Harga jual produk *Led Hub Official* adalah mulai dari Rp80.000 sampai Rp200.000. Harga ini sangat kompetitif dan bisa lebih tinggi tergantung jenis bahan ukuran yang digunakan. Karena harga ini diperoleh dari penjumlahan harga pokok penjualan (HPP) awal dan keuntungan berdasarkan presentase. Untuk penjualan bagi mitra kami dapat diskon 30%. Dengan demikian target dari Led Hub Official ini menargetkan 20 mitra yang dimana saat ini baru tercapai 5 mitra.

Berikut adalah perhitungan harga jual untuk produk LED Hub Official dengan margin laba 300%

Biaya Produksi: Rp20.000

Margin Laba (300%): Rp60.000

Biaya Pemasaran & Distribusi: Rp5.000

Harga Sebelum Pajak: Rp85.000

PPN (11%): Rp9.350

Harga Jual Final: Rp94.350

Jadi, harga jual final produk setelah penambahan margin laba, biaya pemasaran, dan PPN adalah Rp94.350

3.6 Keberlanjutan Usaha Proyek Bisnis

Dalam usaha yang telah dijalani saat ini, bakal terus berkembang dengan adanya inovasi baru dengan penggunaan lampu led yang berbasis IOT (Choiri, M. D.

2021). Dimana proyek yang sudah berjalan hampir 2 tahun ini terus mengalami peningkatan penjualan serta peningkatan model terbaru, fokus pada tujuan utama untuk melakukan perkembangan, karena produk elektronik selalu menjadi fokus kami di dalam kategori otomotif, lampu led atau lampu motor ini, memang sangat menjajikan.

- Jangka Pendek (0-6 Bulan) : Fokus pada pengenalan produk, peningkatan brand awareness, dan meraih pasar awal.
- Jangka Menengah (6 Bulan - 2 Tahun) : Fokus pada ekspansi pasar, diversifikasi produk, dan peningkatan produksi.
- Jangka Panjang (2-5 Tahun ke Depan) : Fokus pada inovasi teknologi, ekspansi global, dan menciptakan merek yang berkelanjutan serta ramah lingkungan

BAB IV

PERKEMBANGAN DAN PELAKSANAAN PROYEK BISNIS

4.1 Perluas Target Pasar

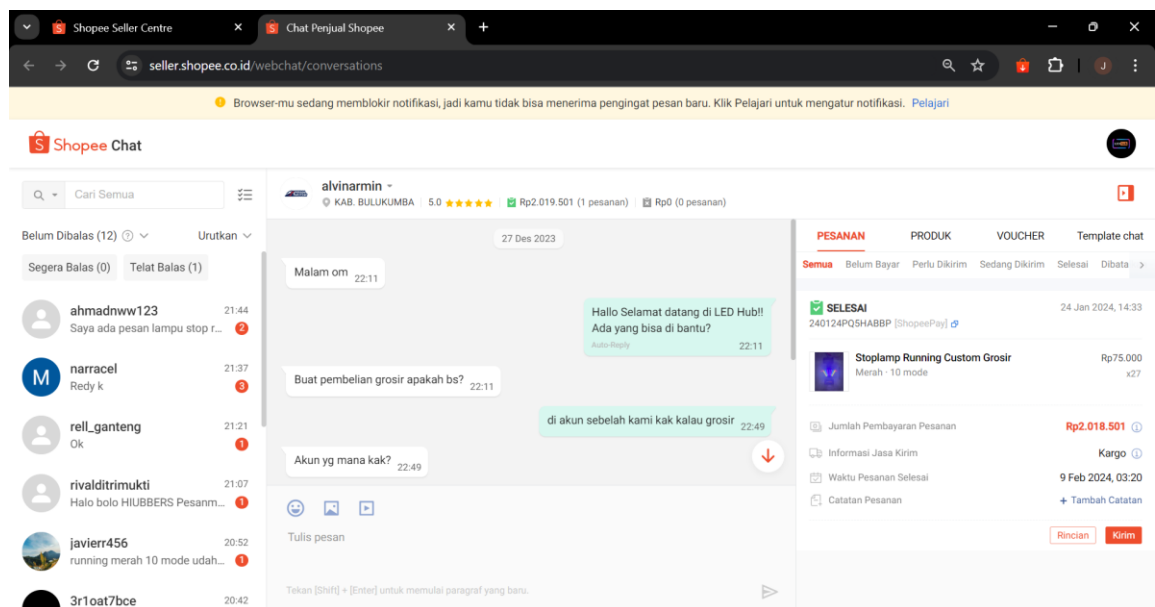
Memperluas target pasar adalah strategi yang penting untuk pertumbuhan bisnis Led Hub Official, memperluas target pasar memerlukan strategi yang terencana dengan baik dalam pemahaman yang mendalam tentang audiens yang ingin dijangkau. Dengan pendekatan yang tepat, Led Hub Official dapat mengoptimalkan pertumbuhan bisnis dan mencapai pasar yang lebih luas. Kemitraan dan Kolaborasi bermitra dengan bisnis lain yang memiliki basis pelanggan yang besar dan relevan dapat membantu serta menjangkau audiens baru. Ini bisa berupa kolaborasi produk, promosi bersama, atau program afiliasi.

Taktik bisnis yang dikenal sebagai segmentasi pasar, mengelompokkan produk berdasarkan kesamaan, permintaan konsumen, minat, dan kesamaan. Dengan kata lain, pasar yang sebelumnya hanya memiliki customer yang ada di shopee, proses memuaskan segmentasi pasar perlu membagi dari beberapa kelompok berdasarkan karakteristik perilaku, demografis, dan geografis agar lebih bermanfaat dan efektif (Gea, S. 2022). Salah satu upaya yang di harapkan dari Led Hub Official adalah bermitra dengan toko variasi motor atau bengkel terdekat, tujuannya untuk memperluas pasar, serta mempermudah pembeli online yang mau pemasangan langsung, karena kebanyakan customer online khususnya daerah jogja meminta pemasangan langsung dari produk stoplamp running. Mengidentifikasi pontensial mitra salah satunya bengkel motor, karena bengkel motor memiliki akses langsung ke target pasar yang potensial, selain itu juga bengkel motor yang sering mengganti atau memperbaiki lampu kendaraan, berpengalaman dalam pembongkaran motor, salah satu manfaat dari kemitraan sendiri meliputi:

- Penggabungan sumber daya yang lebih besar dan beragam
- Pengurangan resiko usaha dibagi antara mitra

- Pengetahuan dan keahlian untuk menggabungkan keahlian dan pengetahuan yang berbeda untuk keuntungan bersama
- Kemampuan untuk tumbuh dan berkembang lebih cepat dari pada jika beroperasi sendiri.

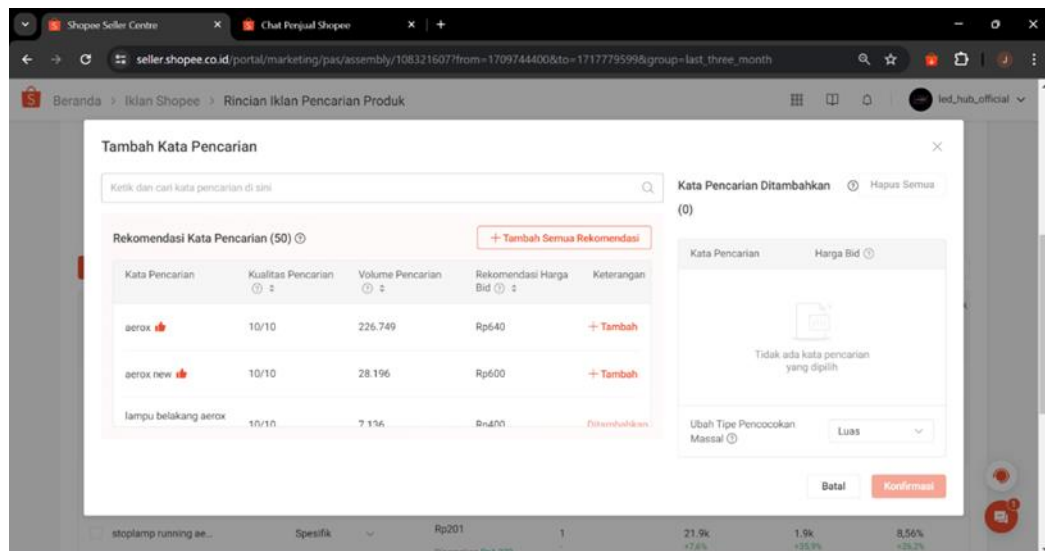
Gambar 4. 1 tampilan kemitraan Led Hub Official



Untuk kemitraan pada gambar diatas merupakan permintaan mitra dengan 30 prodak setiap bulanya dan salah satu mitra tersebut berasal dari sulawesi selatan, yang sebelumnya belum ada kemitraan, sekarang sudah ada kemitraan salah satunya prodak baru yang dibuat harga grosir lewat shopee (Azizah, L. N., & Siswahyudianto, S. 2022). Serta dapat memudahkan mitra untuk pembayarannya serta custom beberapa jenis produk stoplamp running, pengiriman lewat kargo yang sudah disediakan di market-place tersebut.

Selain yang didapat dari prodak tersebut Led Hub Official menjalin kerjasama bukan hanya keuntungan semata melainkan komunikasi yang keberlanjutan untuk menjaga mitra dalam jangka panjang, salah satu contohnya apabila ada prodak yang cacat bisa diganti produk baru karena Led Hub Official menjaga kualitas produk.

Gambar 4. 2 tampilan dashboard untuk riset kompetitor



Riset kompetitor melalui iklan kata kunci di Shopee adalah langkah penting untuk mengembangkan strategi pemasaran yang efektif bagi Led Hub Official. Dengan memahami bagaimana kompetitor beriklan dan mengidentifikasi peluang (Sumaa, Samadi, R. L. 2021). Led Hub Official dapat mengoptimalkan kampanye iklan untuk mencapai hasil yang lebih baik. Monitoring terus-menerus dan penyesuaian strategi berdasarkan data analitik akan membantu produk Led Hub Official tetap kompetitif di pasar yang dinamis ini.

Riset kompetitor melalui iklan kata kunci di Shopee adalah strategi yang efektif untuk memahami taktik pemasaran pesaing, menemukan peluang baru, dan mengoptimalkan kampanye iklan. Berikut adalah langkah-langkah Led Hub Official untuk melakukan riset kompetitor melalui iklan kata kunci di Shopee:

1. Identifikasi Kompetitor

- Daftar kompetitor membuat daftar kompetitor utama yang menjual produk stoplamp running serupa yang ditawarkan di Shopee.
- Profil kompetitor mengumpulkan informasi dasar tentang kompetitor, seperti nama toko, produk unggulan, dan kategori produk.

2. Pilih Kata Kunci yang Relevan

- mengidentifikasi kata kunci yang relevan dengan produk Led Hub Official dan produk kompetitor.
- Menggunakan alat riset kata kunci seperti alat kata kunci bawaan dari Shopee untuk menemukan kata kunci yang populer dan relevan.

3. Analisis Iklan Kompetitor

- Pencarian di shopee dengan memasukkan kata kunci yang telah Led Hub Official identifikasi ke dalam pencarian shopee dan lihat iklan yang muncul di hasil pencarian. Perhatikan produk yang diiklankan oleh kompetitor Led Hub Official.
- Led Hub Official membuat catatan tentang iklan kompetitor, termasuk:
 - Judul dan deskripsi produk, bagaimana kompetitor menulis judul dan deskripsi produk.
 - Harga yang ditawarkan.
 - Promosi dan diskon, apakah ada penawaran promosi atau diskon yang diberikan.
 - Gambar produk atau video yang digunakan dalam iklan.
 - Jumlah dan kualitas review serta rating produk.

4. Analisis Performa Iklan Kompetitor

- Interaksi dan *engagement* melihat berapa banyak likes, komentar, dan shares yang diterima iklan tersebut.
- Periksa jumlah penjualan produk yang diiklankan.

5. Pelajari Strategi Pemasaran Kompetitor

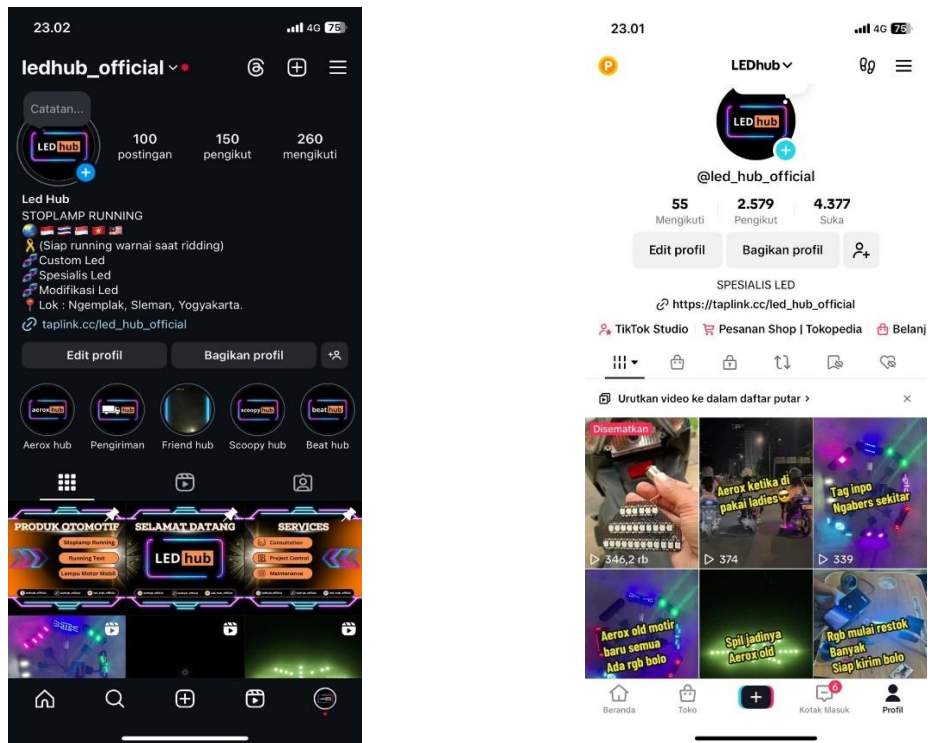
- Teknik copywriting menganalisis bagaimana kompetitor menulis iklan mereka, termasuk penggunaan kata-kata persuasif dan panggilan tindakan (*call-to-action*).

- Visual dan branding merhatikan elemen visual seperti desain gambar, video, dan branding produk.
- Promosi dan diskonm catat jenis promosi dan diskon yang sering digunakan oleh kompetitor Led Hub Official.

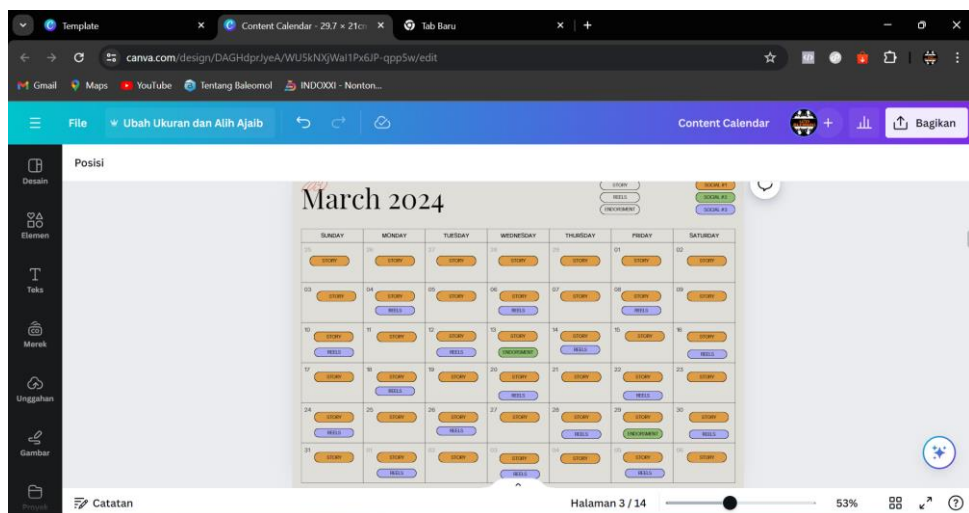
4.2 Pembaruan Konten Media Sosial

Yang sebelumnya pada konten media sosial Led Hub Official cuman asal aasalan sekarng mulai menerapkan konten yang lebih rapi, agar supaya konten media sosial instagram dan tiktok lebih nyaman untuk di lihat, yang dilakukan untuk lebih tertata salah satunya menggunakan *conten planer* yang dibuat dalam kalender konten (Putra, R. A., & Iskandar, D. 2023) supaya membantu tim untuk mengatur dan mengelola berbagai jenis konten yang akan diproduksi dan dipublikasikan. Dengan kalender konten, Led Hub Official dapat melihat secara jelas apa yang telah direncanakan, dan kapan setiap konten akan dipublikasikan. Mengorganisir dan mengelola konten karena dengan memiliki jadwal yang jelas, kalender konten memastikan bahwa konten dipublikasikan secara konsisten sesuai dengan rencana. Konsistensi ini penting untuk menjaga engagement audiens dan membangun kepercayaan. Kalender konten memungkinkan perencanaan jangka panjang dan strategis, supaya dapat menyelaraskan konten dengan kampanye pemasaran, peluncuran produk, atau acara-acara penting lainnya untuk memastikan bahwa semua upaya pemasaran Led Hub Official terkoordinasi dengan baik.

Gambar 4. 3 tampilan media sosial Instagram dan Tiktok Led Hub Official



Gambar 4. 4 tampilan kalender konten pada bulan maret



Kalender konten adalah alat perencanaan yang membantu dalam mengatur dan menjadwalkan publikasi konten di media sosial Led Hub

Official. Untuk kampanye *affiliate influencer* (Azzahra, Novel, 2024). TikTok dan Instagram, kalender konten memastikan bahwa promosi dilakukan secara konsisten dan strategis. Tujuannya untuk menentukan apa yang ingin dicapai dengan kampanye (misalnya, peningkatan penjualan, peningkatan brand awareness, atau keterlibatan pengguna). mengidentifikasi siapa audiens yang ditargetkan dan apa yang menarik bagi mereka.

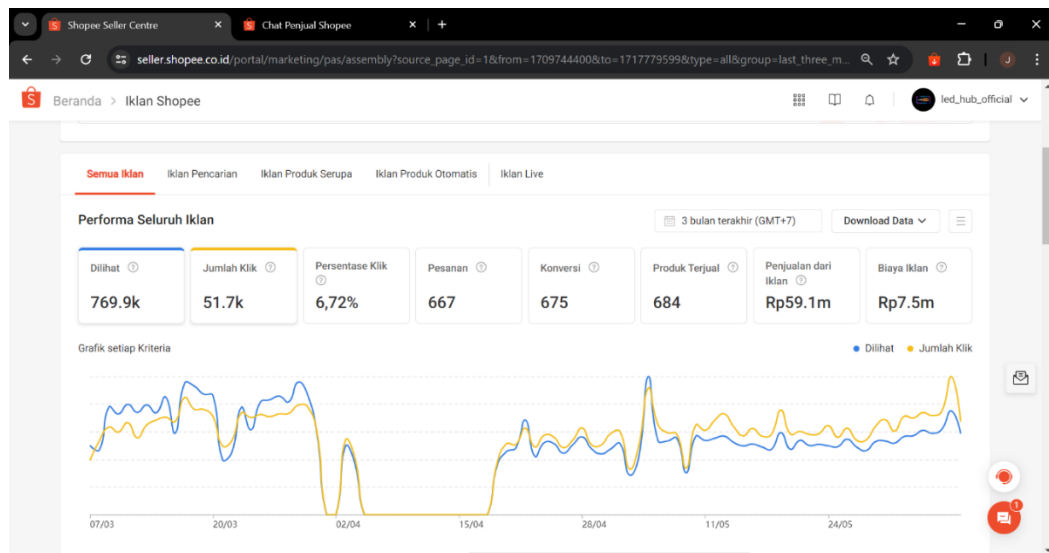
Perencanaan konten topik dan tema misalnya, untuk produk stoplamp running, tema bisa mencakup rutinitas pengguna motor, perawatan motor, review produk, dan tips merawat lampu motor, jenis konten yang akan dibuat, seperti video tutorial, unboxing, review produk, dan tantangan (*challenges*).

Penjadwalan konten frekuensi posting, untuk TikTok dan Instagram frekuensi ideal bisa bervariasi dari beberapa kali seminggu hingga setiap hari, tergantung pada kampanye dan influencer (Usadi, M. P. P., & Aristi, N. K. D. 2024). Memilih waktu yang optimal untuk memposting konten berdasarkan analitik audiens, seperti kapan audiens paling aktif. Pelaksanaan dan pengelolaan konten kolaborasi dengan Influencer, memahami jadwal dan tema konten yang telah direncanakan, koordinasi yang baik sangat penting. Review dan persetujuan, sebelum diposting, pastikan konten telah direview dan disetujui.

Monitoring dan analisis pelacakan performa menggunakan alat analitik untuk melacak performa setiap konten. lihat metrik seperti jumlah tayangan, *engagement* (likes, komentar, shares), dan konversi penjualan. Mengevaluasi berdasarkan data analitik, evaluasi performa konten dan membuat penyesuaian yang diperlukan pada strategi konten berikutnya.

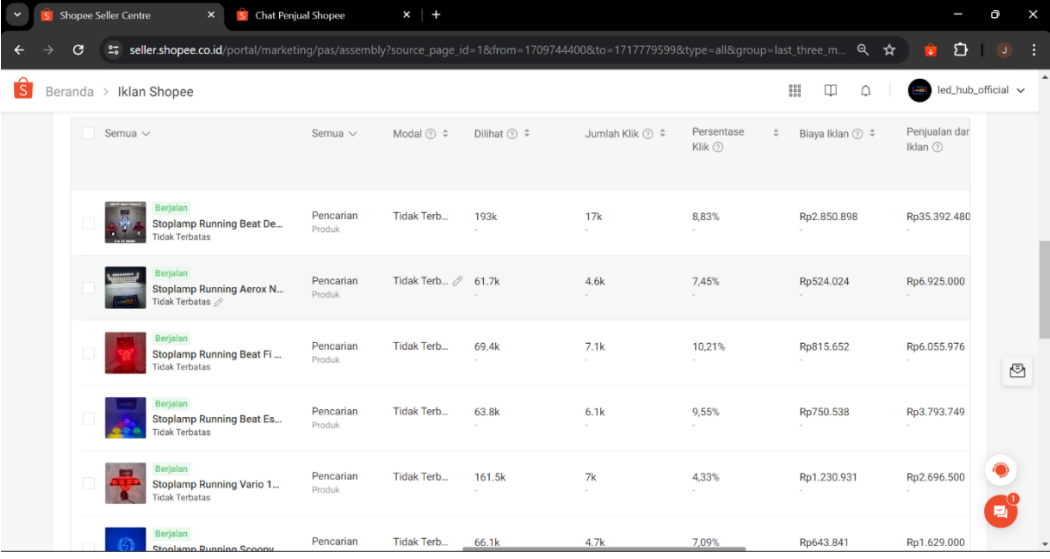
4.3 Perkembangan Shopee Ads dan Live Streamer

Gambar 4. 5 tampilan dasbord iklan shopee selama 3 bulan terakhir



Pada iklan shopee, Led Hub Official menggunakan strategi trafik, menarik dan trusted, dimana bisa dilihat dari perkembangan 3 bulan terakhir, dari trafik yang masuk dari iklan saja sebesar 769,9k dimana angka tersebut menunjukkan strategi trafik sangat berpengaruh pada Led Hub Official dengan iklan kata kunci yang dibidik, selanjutnya contoh jumlah klik yang diterima dari produk yang di iklankan sebesar 51,7k, itu menunjukkan bahwa iklan tersebut sangat bagus karena dari presentase jumlah klik nya juga sangat banyak sebesar 6,72% itu menandakan kalau yang mengeklik sampai menggeser di halaman produk tersebut sangat menarik dari sisi gambarnya dan itu strategi yang kedua yaitu menarik, selanjutnya kepercayaan pada penjual juga sangat bagus (Menurut Putri, I. T. A. 2023). Yang sebelumnya belum ada penjualan, ketika pakai strategi iklan dengan sudah terjual atau sudah ada ulasan sangat bagus untuk di iklankan, dari biaya iklan sebesar Rp7,5jt bisa menghasilkan Rp59.1jt dalam waktu selama 3 bulan dari penjualan yang memakai iklan.

Gambar 4. 6 tampilan dasbord iklan kata kunci

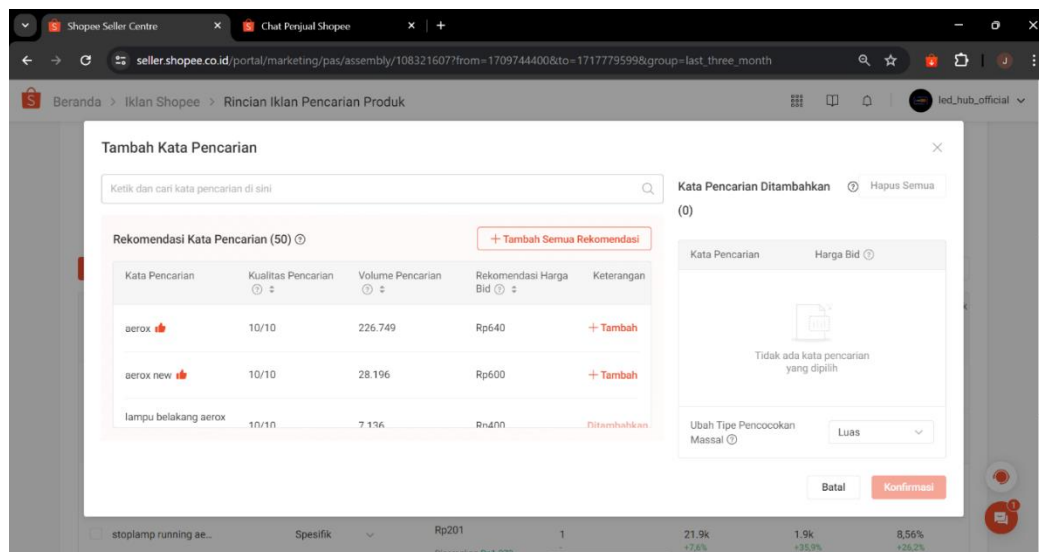


	Semua	Modal	Dilihat	Jumlah Klik	Persentase Klik	Biaya Iklan	Penjualan dari Iklan
☐ Berjalan Stoplamp Running Beat De... Tidak Terbatas	Pencarian Produk	Tidak Terb...	193k	17k	8,83%	Rp2.850.898	Rp35.392.480
☐ Berjalan Stoplamp Running Aerox N... Tidak Terbatas	Pencarian Produk	Tidak Terb...	61.7k	4.6k	7,45%	Rp524.024	Rp6.925.000
☐ Berjalan Stoplamp Running Beat FI... Tidak Terbatas	Pencarian Produk	Tidak Terb...	69.4k	7.1k	10,21%	Rp815.652	Rp6.055.976
☐ Berjalan Stoplamp Running Beat Es... Tidak Terbatas	Pencarian Produk	Tidak Terb...	63.8k	6.1k	9,55%	Rp750.538	Rp3.793.749
☐ Berjalan Stoplamp Running Vario 1... Tidak Terbatas	Pencarian Produk	Tidak Terb...	161.5k	7k	4,33%	Rp1.230.931	Rp2.696.500
☐ Berjalan Stoplamp Running Scoopy... Tidak Terbatas	Pencarian Produk	Tidak Terb...	66.1k	4.7k	7,09%	Rp643.841	Rp1.629.000

Iklan kata kunci sangat berpengaruh pada penjualan produk Led Hub Official, dimana jumlah klik sebesar 17k dan presentase klik nya 8,83% dari biaya iklan kata kunci sebesar Rp2.850.898 bisa menghasilkan pendapatan dari iklan sebesar Rp35.392.480. sebelumnya produk Led Hub Official belum memakai promosi iklan, sesudah memakai iklan, Led Hub Official ada peningkatan penjualan dan peningkatan trafik yang masuk dan strategi iklan yang digunakan Led Hub Official sangat berpengaruh pada penjualan, dari berbagai produk stoplamp running aerox iklan kata kuncinya, sangat berdampak yang sebelumnya belum pakai promosi iklan, sesudah memakai strategi promosi iklan kata kunci penjualan mulai meningkat, trafik yang didapat sebesar 61,7k dan jumlah klik 4,6k presentase klik 7,45% biaya iklan yang dikeluarkan sebesar Rp 524.024 dan penjualan yang masuk dari iklan sebesar Rp 6.925.000.

Faktor dari penjualan lewat strategi promosi iklan kata kunci sangat berdampak pada penjualan, dimana pengunjung yang masuk semakin banyak, kata kunci yang dibidik sangat tepat dan relevan, dari segi gambar produknya sangat menarik karena digambar tersebut pengunjung yang masuk rata-rata suka pada gambar real pict, apalagi sudah ada banyak ulasan yang masuk, karena kebanyakan pembeli marketplace melihat ulasan untuk beli produk.

Gambar 4. 7 tampilan dasbord iklan pencarian kata kunci



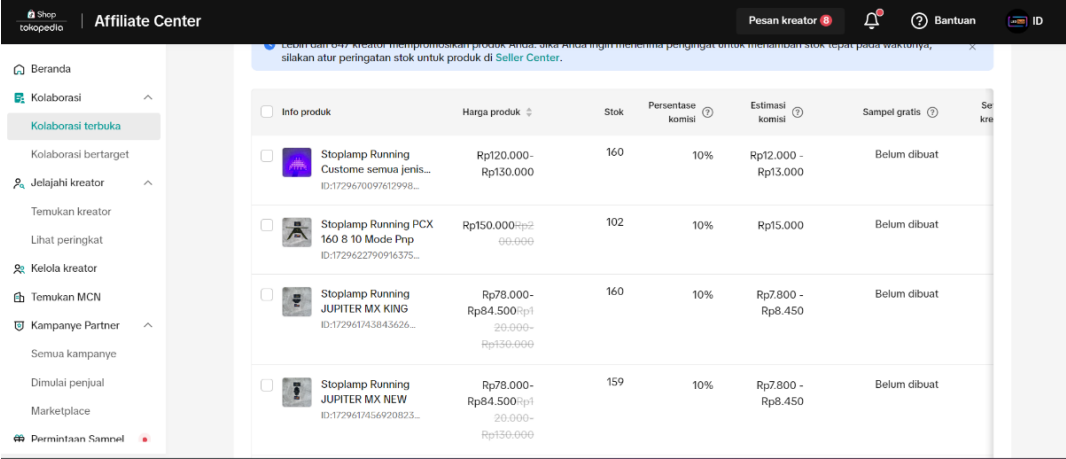
4.4 Endorsment Dan Affiliate Influencer Tiktok

Led Hub Official juga melakukan *endorsement* dan program afiliasi dengan *influencer* TikTok untuk meningkatkan penjualan, mengarahkan lalu lintas ke toko serta meningkatkan interaksi audiens. Led Hub Official juga sudah berkolaborasi pada beberapa *influencer* yang memiliki follower 50.000-100.000. Dengan konten yang berfokus pada konten otomotif, seperti konten-konten motor modifan, Led Hub Official memilih *influencer* beatzone, yang memiliki follower 75.000. Untuk rate card nya sendiri Led Hub Official menawarkan sampel produk yang ada di dashboard program afiliasi, dengan tambahan 10% dari komisi setiap pada penjualan di akun *influencer* tersebut.

Langkah awal membuat program afiliasi memberikan link produk afiliasi (Menurut Shilfiyo dan Romyeni. 2022). Untuk setiap *influencer* agar Led Hub Official bisa melacak penjualan yang *influencer* hasilkan, menentukan persentase komisi 10% dari setiap penjualan yang dihasilkan oleh *influencer*, tahap selanjutnya membuat video produk yang menampilkan produk stoplamp running, cara penggunaan, dan manfaatnya, membuat *challenge* yang sedang populer untuk membuat konten yang menarik, kemudian di video nya kasih khusus kampanye #LedHubOfficial. Setelah itu menganalisis dan evaluasi. Memantau kinerja dengan menggunakan link afiliasi dan

analitik TikTok untuk memantau hasil kampanye. Evaluasi *engagement* yang dihasilkan, melakukan penyesuaian berdasarkan hasil untuk kampanye berikutnya. Setelah itu menjaga hubungan baik dengan *influencer* untuk kolaborasi di masa depan. Memberikan feedback dan apresiasi atas kontribusi *influencer* tersebut.

Gambar 4. 8 tampilan dasbord kolabarosai terbuka

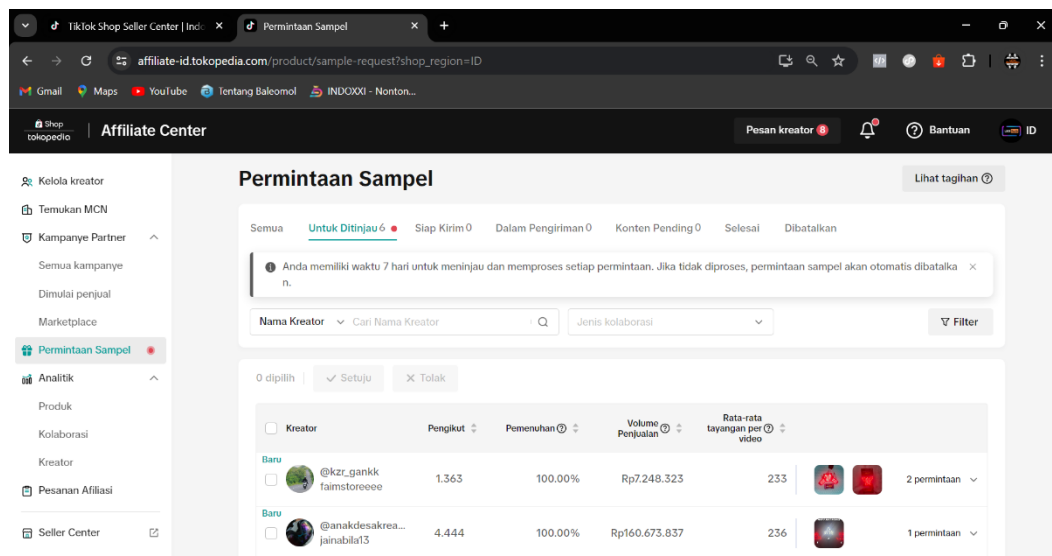


Info produk	Harga produk	Stok	Persentase komisi	Estimasi komisi	Sampel gratis	Selengkapnya
☐  Stoplamp Running Custom semua jenis... ID:1729670097612998...	Rp120.000 - Rp130.000	160	10%	Rp12.000 - Rp13.000	Belum dibuat	
☐  Stoplamp Running PCX 160 8 10 Mode Pnp ID:1729622790916375...	Rp150.000 - Rp160.000	102	10%	Rp15.000	Belum dibuat	
☐  Stoplamp Running JUPITER MX KING ID:172961743843626...	Rp78.000 - Rp84.500 Rp20.000 - Rp150.000	160	10%	Rp7.800 - Rp8.450	Belum dibuat	
☐  Stoplamp Running JUPITER MX NEW ID:1729617456920823...	Rp78.000 - Rp84.500 Rp20.000 - Rp150.000	159	10%	Rp7.800 - Rp8.450	Belum dibuat	

Program kolaborasi terbuka di TikTok adalah inisiatif yang memungkinkan Led Hub Official dan kreator untuk bekerja sama dalam membuat konten yang kreatif, menghibur, dan saling menguntungkan. Program tersebut dapat mencakup berbagai bentuk kolaborasi, seperti duet, tantangan, atau kemitraan berbayar antara Led Hub Official dan *influencer*. Tujuan dan strategi untuk peningkatan penjualan, meningkatkan engagement, mendorong kreativitas seperti menciptakan konten yang inovatif dan menarik. Mencari kreator yang relevan dari produk Led Hub Official, menjalin komunikasi yang efektif dengan kreator yang berpartisipasi. menjelaskan tujuan, tema, dan pedoman kolaborasi.

Program kolaborasi terbuka di TikTok adalah cara efektif untuk meningkatkan *brand awareness*, *engagement*, dan kreativitas konten. Dengan merancang dan mengelola program kolaborasi yang terstruktur, Led Hub Official dapat bekerja sama dengan kreator untuk mencapai hasil yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Monitoring performa dan penyesuaian strategi berdasarkan analisis data akan memastikan keberhasilan jangka panjang dari program kolaborasi Led Hub Official.

Gambar 4. 9 tampilan dasbord permintaan sampel affliat



Pada tampilan gambar di atas, merupakan salah satu permintaan sampel produk, dimana produk tersebut yang diberikan kepada affliat, komisi yang didapat dari produk tersebut sebesar 10% dari setiap penjualan, dan affliat biasanya memasarkan produk tersebut lewat video (Rahman, F. 2022) yang dikasih kranjang kuning, maupun live streaming.

4.5 Pembaruan Efisiensi Proses Produksi

Pemecahan masalah meskipun kebutuhan produksi belum mencukupi soal suplai, Led Hub Official sudah banyak suplier yang ada di shopee dan ketika Led Hub Official memesan modul sudah dipastikan dapat untuk memenuhi kebutuhan produksi, karena modul sendiri adalah inti dari dari sebuah produk stoplamp running. Meskipun tenaga kerja total 10 tim, Led Hub Official juga membuka bagi para pekerja *freelance* dimana sistem kinerjanya bisa dari rumah dan setiap 1 minggu 2 kali setor kebutuhan produksi seperti penyolderan bayonet, dimana pembuatan tersebut juga membutuhkan banyak, sesuai kebutuhan produksi untuk menambah stok bahan sebelum jadi.

Automasi Produksi

- Sebelumnya: proses perakitan manual yang membutuhkan waktu dan tenaga kerja tinggi.
- Setelah Pembaruan: penggunaan mesin potong perakitan yang meningkatkan kecepatan dan konsistensi produk.

Manajemen Persediaan

- Sebelumnya: persediaan bahan baku sering kali kurang, menyebabkan penundaan produksi.
- Setelah Pembaruan: memastikan bahan baku tiba tepat waktu, order barang sebelum kehabisan stok.

Pelatihan dan pengembangan tim

- Sebelumnya: Kurangnya pelatihan menyebabkan ketidakefisienan dalam penggunaan mesin baru.
- Setelah Pembaruan: Program pelatihan intensif memastikan tim mampu mengoperasikan mesin baru dengan efisien.

Meningkatkan efisiensi proses produksi di Led Hub Official memerlukan pendekatan yang holistik dan berkelanjutan. Dengan mengadopsi prinsip memanfaatkan teknologi, mengembangkan sumber daya manusia, mengelola kualitas dengan ketat, dan mengoptimalkan rantai pasokan, Led Hub Official dapat mencapai peningkatan signifikan dalam efisiensi dan produktivitas. Monitoring dan evaluasi terus-menerus akan memastikan bahwa perbaikan yang dilakukan tetap relevan dan efektif.

4.6 Perbandingan Insight Media Sosial Instagram dan Tiktok Led Hub Official Sebelum dan Sesudah Proyek Perintisan Bisnis

Pada tabel dibawah ini adalah perbandingan konten media sosial Instagram dan Tiktok Led Hub Official sebelum dan sesudah proyek ini berjalan:

Perbandingan Insight Instagram dan Tiktok Led Hub Official

Tabel 4. 1 perbandingan Insight Instagram dan Tiktok Led Hub Official

No	Instagram	Sebelum (1 Januari 2024 – 30 Maret 2024)	Sesudah (1 April 2024 – 30 Juni 2024)
1.	<i>Followers</i>	5	150
2.	<i>Conten</i>	10	100
3.	<i>Like</i>	5	75
4.	<i>Dm Instagram</i>	0	50
5.	<i>New Follower</i>	10	27
No	Tiktok	Sebelum (1 Januari 2024 – 30 Maret 2024)	Sesudah (1 April 2024 – 30 Juni 2024)
1.	<i>Followers</i>	10	2.579
2.	<i>Conten</i>	100	489.453
3.	<i>Like</i>	20	4.377
4.	<i>Dm Tiktok</i>	3	300
5.	<i>New Follower</i>	50	100

Dari tabel diatas *follower* Instagram dengan Tiktok memang beda setelah adanya proyek bisnis ini dibuat yang sebelumnya cuman 5 dan 10 meningkat menjadi 150 dan 2.579. Dari segi *conten* yang sebelumnya cuman 10 dan 100 rata rata yang nonton sesudah adanya proyek meningkat menjadi 100 dan 489.453 dikarenakan conten yang ada di tiktok viral naiknya sangat cepat apalagi di tiktok tiap hari juga live yang mengakibatkan meningkat sangat pesat. Like sebelumnya 5 dan 20 sesudah pembaruan konten 75 dan 4.377. Dm yang masuk juga semakin banyak, dari sebelumnya 0 dan 3 sesudah adanya pembaruan konten meningkat menjadi 50 dan 300 yang masuk pada setiap bulanya, biasanya customer menanyakan custom prodak serta garansi pada prodak tersebut. Instagram dan Tiktok Led Hub Official juga ada peningkatan follower baru sebelumnya 10 dan 50 sesudah proyek dijalankan menjadi 27 dan 100 peningkatan yang signifikan tersebut tentu Led Hub Official bangga karena tujuan dari awal untuk meningkatkan *engagement* berhasil dengan baik.

4.7 Rincian Arus Kas Led Hub Official

1. Total pendapatan Led Hub Official selama 3 bulan terakhir yaitu 147.422.346. total orderan yang masuk 1.437 pesanan dengan rincian bulan April sebesar Rp26.496.062. dan bulan Mei sebesar Rp57.860.935. dan bulan Juni sebesar Rp63.065.349.
2. Total dari biaya operasional selama 3 bulan yang meliputi biaya produksi, biaya listrik, biaya sewa, biaya gaji tim sebesar Rp70.000.00

Tabel 4. 2 Laporan Laba Rugi Led Hub Official Selama 3 Bulan

Bulan	Pendapatan	Biaya Operasioanal	Laba Bersih	Laba Bersih (%)
April	Rp 26.496.062	Rp 10.000.000	Rp 16.496.062	62.27%
Mei	Rp 57.860.935	Rp 30.000.000	Rp 27.860.935	48.16%
Juni	Rp 63.065.349	Rp 30.000.000	Rp 33.065.349	52.43%
Total (3 bulan)	Rp 147.422.346	Rp 70.000.000	Rp 77.422.346	52.53%

3. Laba bersih (%) dihitung sebagai $(\text{Laba Bersih} / \text{Pendapatan}) \times 100$:
 - April: $(\text{Rp } 16.496.062 / \text{Rp } 26.496.062) \times 100 = 62.27\%$
 - Mei: $(\text{Rp } 27.860.935 / \text{Rp } 57.860.935) \times 100 = 48.16\%$
 - Juni: $(\text{Rp } 33.065.349 / \text{Rp } 63.065.349) \times 100 = 52.43\%$
 - Total 3 bulan: $(\text{Rp } 77.422.346 / \text{Rp } 147.422.346) \times 100 = 52.53\%$

Dari data tabel diatas hasil net profit margin Led Hub Official mampu menghasilkan laba dengan total 52.53% dan itu masih sangat bagus karena nilai presentase terbaik kisaran di angka 30% untuk sebuah usaha. (Menurut Nur'atni Botutihe, 2017).

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

5.1 KESIMPULAN

1. Penerimaan produk Led Hub Official oleh target pasar. Produk Led Hub Official diterima dengan baik oleh target pasar. Persepsi konsumen terhadap kualitas, harga, dan desain produk menunjukkan bahwa produk stoplamp running mampu memenuhi kebutuhan dan preferensi konsumen. Kualitas yang baik, harga yang kompetitif, dan desain yang menarik menjadi faktor utama yang mendorong penerimaan positif dari pasar.
2. *Engagement* di platform media sosial Instagram dan TikTok. *Engagement* di Instagram dan TikTok menunjukkan adanya peningkatan interaksi dengan konsumen. Konten yang menarik dan relevan berhasil menciptakan *engagement* yang tinggi, yang pada akhirnya meningkatkan brand awareness dan loyalitas konsumen. Penggunaan kedua platform tersebut terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan beragam.
3. Dampak iklan shopee dan strategi *live Streaming* terhadap penjualan. dari iklan shopee serta strategi *live streaming* menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam penjualan. Iklan yang tepat sasaran dan strategi live streaming yang interaktif berhasil menarik minat konsumen dan mendorong customer untuk melakukan pembelian. Peningkatan tersebut menunjukkan efektivitas dari kedua strategi tersebut dalam meningkatkan penjualan produk Led Hub Official.
4. Dampak Endorsement dan Affiliate Marketing terhadap Brand Awareness dan Penjualan. Implementasi endorsement dan affiliate marketing menunjukkan peningkatan yang signifikan dalam brand awareness dan penjualan. Endorsement dari influencer yang relevan dan strategi affiliate marketing yang baik berhasil meningkatkan brand Led Hub Official dan mendorong konsumen untuk

melakukan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kedua strategi ini efektif dalam meningkatkan kesadaran merek dan penjualan.

5. Produktivitas dalam produksi dan dampak permintaan pasar. Produktivitas dalam produksi menunjukkan peningkatan efisiensi dan kemampuan dalam memenuhi permintaan pasar secara tepat waktu. Peningkatan produktivitas ini memungkinkan Led Hub Official untuk memenuhi permintaan konsumen dengan lebih baik dan menjaga kepuasan pelanggan. Permintaan pasar yang tinggi mendorong Led Hub Official untuk terus meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi operasional.

5.2 REKOMENDASI

Langkah selanjutnya Led Hub Official beserta tim yang terlibat, akan terus berinovasi, tidak ragu mengambil keputusan, konsisten, evaluasi, *scale up* bisnis untuk peningkatan penjualan, antara lain:

1. Melanjutkan branding yang kuat dan mudah dikenali, serta mencerminkan keunggulan produk dan menarik bagi target pasar.
2. Meneruskan konten yang sudah dibuat serta konsisten posting yang ada di kalender konten Instagram maupun Tiktok.
3. Menambahkan iklan kata kunci serta konsisten *live streaming* melalui tiktok shop, untuk menambah *traffic* lebih banyak yang masuk.
4. Melanjutlkan kerja sama dengan banyak *influencer* dan *affiliat marketing* yang relevan di bidang otomotif.
5. Menambahkan produk baru yang berbasis teknologi IOT, meningkatkan kapasitas produksi dan efisiensi operasional. Led Hub Official juga sudah terdaftar di NIB tinggal melanjutkan proses pengajuan HKI, SNI serta membuat CV perusahaan.

LAMPIRAN

Lampiran I CV Mahasiswa



MALIK ARIF RAHMAN

Founder

malqorporategroup

Perusahaan yang membidangi dari beberapa brand, salah satunya yaitu: Led hub Official berfokus pada produk pencahayaan otomotif. conaco.id bisnis di bidang ekspor arang bricket. malquen.co bisnis di bidang parfum.

PENDIDIKAN

- 2010-2020 Ponpes Al Badriyyah Mranggen, Demak.
- 2016 Madrasah Aliyah Futuhiyyah 1
- 2020 Bayt Al Qur'an
- 2020 Universitas Islam Indonesia (Bisnis & Ekonomika)

BRAND

- Led Hub Official
- Conaco.id
- Malquen.co

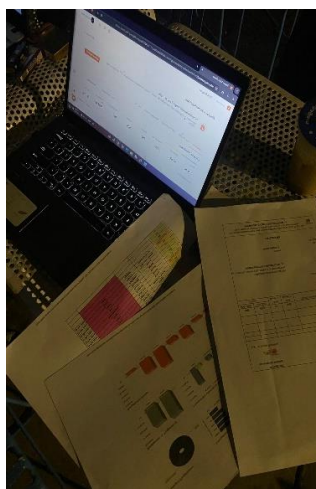
KEMAMPUAN

- Komunikasi
- Management
- Pemasaran

KONTAK

@liexx_
+62 85800480064
malqorporategroup@gmail.com
Jln bakungan Wedomartani,
Ngemplak, Sleman, Yogyakarta

Lampiran II Dokumentasi Selama Kegiatan Perintisan Bisnis Berjalan



[https://drive.google.com/drive/folders/10CUBqUgDYQCMvGkGIDGdyyZz8BSnwl-5?usp=drive link](https://drive.google.com/drive/folders/10CUBqUgDYQCMvGkGIDGdyyZz8BSnwl-5?usp=drive_link)

Lampiran IIII Laporan keuangan Led Hub Official

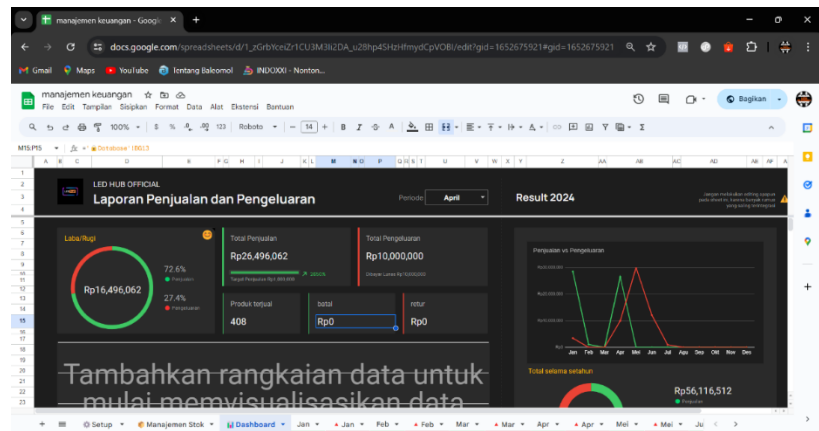
a. Tabel Laporan Laba Rugi Led Hub Official

Pendapatan	Rp 147.422.346
Biaya Operasional	Rp 70.000.000
Laba Bersih 3 bulan	Rp 77.422.346

b. Rincian Orderan Yang Masuk Setiap Bulannya

No.	Jumlah pesanan yang masuk	Bulan	Pendapatan	Keterangan
1	205	April	Rp 26.496.062	Orderan yang masuk total dari shopee & tiktok.
2	627	Mei	Rp 57.860.935	Orderan yang masuk total dari shopee & tiktok. <i>Traffik</i> dari media sosial, yang di bio sudah ada web-sitenya 10 customer yang datang ketempat langsung/beli of-line.
3	700	Juni	Rp 63.065.349	Orderan yang masuk total dari shopee & tiktok. <i>Traffik</i> dari media sosial, yang di bio sudah ada web-sitenya 15 customer yang datang ketempat langsung/beli of-line.

c. Tabel Gambar Manajemen Keuangan Led Hub Official



The screenshot displays a Google Sheet titled 'Manajemen Stok' (Inventory Management). The table lists various products and their stock levels across different months (Jan, Feb, Mar, Apr). The table includes columns for 'Nama Produk' (Product Name), 'Input Total', 'Output Total', 'Stok Stok', 'Status', and 'Tanggal' (Date). The products listed include 'Produk BEAT DULUX 10 M', 'Produk BEAT DULUX 8 M', 'Produk BEAT F1 10 M', 'Produk BEAT F1 8 M', 'Produk BEAT KARBU 10 M', 'Produk BEAT KARBU 8 M', 'Produk BEAT ESP 10 M', 'Produk BEAT ESP 8 M', 'Produk AEROCK OLD 10 M', 'Produk AEROCK OLD 8 M', 'Produk AEROCK NEW 10 M', 'Produk AEROCK NEW 8 M', and 'Produk VARIO NEW 10 M'. The status for all products is 'Tersedia' (Available).

The screenshot displays a Google Sheet titled 'Laporan Penjualan' (Sales Report) for April. The report shows a total sales value of Rp26,496,062. The table lists various products and their sales details, including columns for 'No', 'Nama Produk', 'Tanggal', 'Produk', 'Qty', 'Transmisi', 'Status', 'Harga Pokok', 'Pengiriman', 'Status', and 'Total'. The products listed include 'Produk BEAT KARBU 10 M', 'Produk BEAT KARBU 8 M', 'Produk BEAT F1 10 M', 'Produk BEAT F1 8 M', 'Produk BEAT KARBU 10 M', 'Produk BEAT KARBU 8 M', 'Produk BEAT ESP 10 M', 'Produk BEAT ESP 8 M', 'Produk AEROCK OLD 10 M', 'Produk AEROCK OLD 8 M', 'Produk AEROCK NEW 10 M', 'Produk AEROCK NEW 8 M', and 'Produk VARIO NEW 10 M'. The status for all products is 'Tersedia' (Available).

DAFTAR PUSTAKA

- Agistiani, R., Rahmadani, A., Hutami, A. G., Kamil, M. T., Achmad, N. S., Rozak, R. W. A., & Mulyani, H. (2023). Live-streaming TikTok: Strategi mahasiswa cerdas untuk meningkatkan pendapatan di era digitalisasi. *Journal of Management and Digital Business*, 3(1), 1-19.
- Arafah, N., Pratama, D. K., Wahyudi, R., Utami, M. P., Prehanto, A., & Purwaamijaya, B. M. (2023). Persepsi Pelaku Usaha Fashion Di Kota Tasikmalaya Terhadap Penerapan Afiliasi Marketing. *Jurnal Industri Kreatif dan Kewirausahaan*, 6(1),
- Arif Muzzain Fahmi, (2022). FENOMENA MODIFIKASI SEPEDA MOTOR DI KALANGAN REMAJA KOTA BANDUNG.
- Azizah, L. N., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Digital Marketing Pada Toko Online Shop Nyemil Cemil Tulungagung Dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jurnal Revenue: Jurnal Ilmiah Akuntansi*, 3(1), 178-186. <https://revenue.lppmbinabangsa.id/index.php/home/article/view/89>
- Azzahra, A. S., Barkah, C. S. A., Sukoco, I., & Novel, N. J. A. (2024). Terjual Sampai 982 Ribu Produk: Strategi TikTok Afiliasi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Sajodo Snack. *Economic and Education Journal (Ecoducation)*, 6(1), 29-40.
- Choiri, M. D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA (STUDY KONSUMEN DI AHAS MOJOAGUNG JOMBANG) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Gea, S. (2022). Pengaruh segmentasi pasar terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48-54.
- Hilary. Imam Wibowo. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk DiPt Karawang Foods Lestari.
- IZADI, G. G. (2017). STRATEGI MENINGKATKAN KETERTIBAN BER-LALU LINTAS PADA KALANGAN PELAJAR REMAJA (Studi Pada Unit Dikyasa Satuan Lalu Lintas Polresta Bandar Lampung).
- Maghfiroh, N., & Palupi, G. S. (2023). Analisis Pengaruh Variabel Keterjangkauan Teknologi Informasi dalam Live Streaming Shopping Tiktok pada Minat Pembelian. *Journal of Emerging Information System and Business Intelligence (JEISBI)*, 4(4), 26-36.
- NUR'ATNI, B. O. T. U. T. I. H. E. (2017). Analisis Rasio Profitabilitas Laporan Laba Rugi Pada Home Industri Cita Rasa Pagimana Kabupaten Banggai. *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 1(2), 33-46.
- Prabowo, M. I. P., & Yuwono, W. (2023). Analisis Perencanaan Manajemen Resiko Bisnis Pada Sales Marketing Otomotif. *Jurnal Bangkit Indonesia*, 12(2), 7-13.

- Putra, R. A., & Iskandar, D. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran PT. JX di Media Sosial. *Jurnal Riset Public Relations*, 141-148.
- Putri, I. T. A. (2023). *PENGARUH STRATEGI AFILIASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI PADA KONSUMEN SHOPEE)* (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara Jombang).
- Rahman, F. (2022). Praktik Affiliate Marketing pada Platform E-commerce dalam Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah. *Istidlal: Jurnal Ekonomi dan Hukum Islam*, 6(1), 24-37.
- Sakinatun, F. A., Soepatini. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Pengguna TikTok Shop di Wilayah Surakarta).
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(4), 304-313.
- Usadi, M. P. P., & Aristi, N. K. D. (2024, June). MENINGKATKAN EKSPOSUR TOKO DAN EFEKTIVITAS PROMOSI DIGITAL MELALUI STRATEGI KONTEN PADA PPOPSHOP DENPASAR. In *PROSIDING SEMINAR NASIONAL PENGABDIAN MASYARAKAT (SENEMA)* (Vol. 3, No. 1, pp. 423-430).
- Widyarini, M. A., & Basuki, V. K. J. (2023). IDENTIFIKASI SEGMENT, TARGET DAN PENENTUAN POSISI PASAR. *Jurnal Pijar*, 2(01), 15-20.