

## ABSTRACT

### YO-KULAK.COM DIGITAL RETAIL BUSINESS STRATEGY

*As a relative newly born start-up company, founded on 2018, Yo-Kulak.com has many challenges in term of surviving and growing, especially in a very fast changing industry, the digital business industry. Together with the choice of target market which is micro-businesses (pop-mom stores) and have the typical price sensitive, it makes the challenge even bigger. This thesis, with the method of Balanced Score Card (BSC), is to seek alternative of strategies, to prioritize the strategies which are in accordance with the companies missions, and to map the chosen strategies to visualise the connection role between stake holder of the compay, through each perspectives, which consists of the result perspective (Financial Perspective and Customer Perspective) and the driver perspective (Internal Business Process Perspective and Learning & Growth Perspective). This thesis will be limited to the forming of Strategic Mapping, The Strategic Mapping then could be implemented as Strategic Initiatives on Corporate level and then into reated divisions and individual. As stated previously, to survive and to grow, as a start-up company which now still in one city, the choices of strategies to develop its business in online and offline form, is important and, and also embed to the that the implementation of the stategies, in 2021 – 2022, is very critical to ensure the success of the business in long term.*

*Keywords: Yo-Kulak.com, Digital Retail Business, Business Strategy, Balanced Scorecard, BSC*

## ABSTRAK

### STRATEGI BISNIS RETAIL DIGITAL YO-KULAK.COM

Sebagai perusahaan start-up yang relatif baru lahir, didirikan tahun 2018, Yo-Kulak.com memiliki banyak tantangan dalam hal bertahan dan berkembang, terutama dalam industri yang sangat cepat berubah, yaitu industri bisnis digital. Bersamaan dengan pilihan target pasarnya yaitu usaha mikro (warung-warung kelontong) yang memiliki tipikal sensitif harga, membuat tantangan tersebut semakin besar. Tesis ini, dengan metode *Balance Scored Card*, mencari alternatif strategi, membuat prioritas strategi yang selars dengan misi perusahaan, dan memetakan strategi yang dipilih untuk memvisualisasikan keterkaitan peran antara *stake holder* perusahaan, melalui masing-masing perspektif, yang terdiri dari Perspektif Hasil (Perspektif Keuangan dan Perspektif Pelanggan) dan Perspektif Pendorong Hasil (Perspektif Proses Bisnis Internal dan Perspektif Pembelajaran & Pertumbuhan). Tesis ini akan dibatasi pada pembentukan Pemetaan Strategi. Pemetaan Strategis ini selanjutnya dapat diimplementasikan melalui Inisiatif-inisiatif strategis di level perusahaan sampai ke di masing-masing divisi dan individu terkait. Sebagaimana dikemukakan sebelumnya, untuk bertahan dan berkembang, sebagai perusahaan start-up yang kini masih dalam satu kota, pilihan strategi, untuk mengembangkan bisnisnya dalam bentuk online dan offline, adalah sangat penting dan juga melekat padanya adalah bahwa implementasi strategi, tahun 2021-2022, sangat penting untuk menjamin keberhasilan perusahaan dalam bisnis jangka panjang.

Kata Kunci: Yo-Kulak.com, Bisnis Ritel Digital, Strategi Bisnis, *Balanced Scorecard*, BSC