

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI METODE

BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)

(Studi Kasus pada Usaha Kecil Anda Bakery di Kabupaten Madiun, Jawa Timur)

SKRIPSI

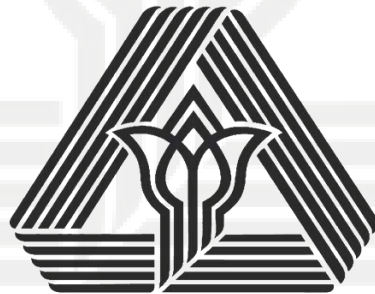
Disusun Oleh:

Hesti Mutrika

C1170383

Dosen Pembimbing:

Ucu Nurwati, SE.M.Si



IKOPIN

KONSENTRASI MANAJEMEN BISNIS

PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA

2021

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Usaha Melalui
Metode *Business Model Canvas* (BMC)
(Studi Kasus Pada Usaha Kecil Anda Bakery di
Kabupaten Madiun, Jawa Timur)

Nama Mahasiswa : Hesti Mutrika

Nomor Regional Pokok : C1170383

Program Studi : S1- Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing



Ucu Nurwati, SE., M.Si

Direktur Program Studi Manajemen



Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

HESTI MUTRIKA, lahir di Madiun 03 April 1999 yang beralamat di Jalan Bumi Asri Nomor 40, Kecamatan Dolopo Kabupaten Madiun. Penulis merupakan anak dari pasangan Bapak Sutrisno dan Ibu Karmi dan anak pertama dari dua bersaudara.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Taman Kanak-kanak Pertiwi 01 (Tahun 2004-2005)
2. Sekolah Dasar Negeri 02 Glonggong (Tahun 2005-2011)
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 01 Dolopo (Tahun 2011-2014)
4. Sekolah Menengah Atas Negeri 01 Geger (Tahun 2014-2017)
5. Institut Manajemen Koperasi Indonesia (Tahun 2017-2021)

Adapun Kegiatan kemahasiswaan yang pernah diikuti oleh penulis selama menjadi mahasiswa di IKOPIN adalah sebagai berikut:

1. Federasi Mahasiswa SRIBOGA IKOPIN (2017-2021)
2. UKM Entrepreneur Business Center
 - Staf Divisi Kesekretariatan (2018)
 - Anggota Divisi Human Resources (2019)
 - Anggota Divisi Business Center (2020)
3. Dewan Perwakilan Mahasiswa IKOPIN
 - Staf Komisi 3 (2018)
 - Anggota Komisi 3 (2019)

- Ketua Komisi 3 (2020)

4. Asisten Language Center of IKOPIN

- Anggota Divisi Data Bank (2019)
- Koordinator Divisi Data Bank (2020)



ABSTRACT

Hesti Mutrika, 2021. *Business Development Strategies Analysis by Business Model Canvas (BMC) Method, case study at small business Anda Bakery in Madiun city, East Java. This research was supervised by Ucu Nurwati, SE.M.Si.*

By world perspective, MSMEs play a vital roles in economic development and economic growth not only in developing country but also in developed country. Small business Anda Bakery is a micro small and medium business in Madiun city, East Java has been establised since 2007 has had its up and down in running business, which was innitally produced roti bolu and now produce roti paris gulung.

The purpose of this research is to determine a business development strategy by Business Model Canvas in a SWOT analysis. The Business Model Canvas includes 9 elements are Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships and Cost Structures. This 9 elements will identified by internal factors and external factors in small business Anda Bakery. The decision of business development strategies is done by use the strengths and opportunities and avoid the weaknesses and threats of small business Anda Bakery.

The results of this study can be identified from each 9 elements of Business Model Canvas. Customer Segments are the people of Madiun city and its surroundings. Value propositions are the quality of raw materials, modern packaging and the price is cheaper. Channels is sales agents. Customer Relationships is communications network with customers. Revenue streams from product sales for customer. Key Resources consists machine,vehicle and human resources. Key Activities consists procurement of raw material, production activities and marketing. Key Partnerships are suppliers of raw materials and PT. Sriboga Flour Mill. Cost Structure consists of fixed costs and variable costs

Based on the SWOT diagram analysis, the position of development strategies small business Anda Bakery in quadrant II, so that the strategy which is focused on business development by S-T strategy that uses internal business strengths for avoid the external threats.

Keywords: *Business Model Canvas, SWOT, Business Development Strategies*

RINGKASAN

Hesti Mutrika, 2021. Analisis Strategi Pengembangan Usaha Melalui Metode *Business Model Canvas* (BMC), studi kasus pada Usaha Kecil Anda Bakery di Kabupaten Madiun, Jawa Timur. Penelitian ini di bawah bimbingan Ucu Nurwati, SE.M.Si.

Dari perspektif dunia, UMKM memainkan suatu peran yang sangat vital di dalam pembangunan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi tidak hanya di negara sedang berkembang tetapi juga di negara maju. Usaha Kecil Anda Bakery merupakan usaha mikro kecil menengah di Kabupaten Madiun, Jawa Timur yang berdiri pada tahun 2007 telah mengalami pasang surut dalam menjalankan bisnis, yang awalnya hanya memproduksi roti bolu hingga saat ini memproduksi roti paris gulung.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pengembangan usaha melalui *Business Model Canvas* dalam analisis SWOT. *Business Model Canvas* meliputi 9 elemen yaitu *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships* dan *Cost Structures*. 9 elemen ini akan diidentifikasi faktor internal dan faktor eksternal pada usaha kecil Anda Bakery. Keputusan strategi pengembangan usaha dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang dimiliki oleh Usaha Kecil Anda Bakery.

Dari hasil penelitian diperoleh identifikasi dari masing-masing 9 elemen *Business Model Canvas*. *Customer Segments* adalah masyarakat Kabupaten Madiun dan sekitarnya. *Value Propositions* adalah bahan baku berkualitas, kemasan modern dan harga lebih terjangkau. *Channels* adalah agen penjualan. *Customer Relationships* adalah jalinan komunikasi dengan pelanggan. *Revenue Streams* dari penjualan produk kepada konsumen. *Key Resources* terdiri dari mesin, kendaraan dan sumber daya manusia. *Key Activities* terdiri dari pengadaan bahan baku, kegiatan produksi dan pemasaran. *Key Partnerships* adalah pemasok bahan baku dan PT Sriboga Flour Mill. *Cost Structure* terdiri dari biaya tetap dan biaya variable.

Berdasarkan analisis dari diagram SWOT, posisi strategi pengembangan Usaha Kecil Anda Bakery berada pada kuadran II, sehingga strategi yang difokuskan bagi pengembangan usaha yaitu melalui strategi S-T dengan menggunakan kekuatan internal usaha untuk menghadapi ancaman eksternal.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, SWOT, Strategi Pengembangan Usaha

KATA PENGANTAR



Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah-Nya, serta memberikan izin-Nya sehingga skripsi dengan judul “**Analisis Strategi Pengembangan Usaha Melalui Metode *Business Model Canvas* (BMC)**” dapat terselesaikan dengan baik. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih adanya kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, penulis tak lupa untuk mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun materiil. Pertama, penulis mengucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan keselamatan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik dan tepat waktu. Tak lupa penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Orang tua tercinta (Bapak Sutrisno & Ibu Karmi) sekaligus pemilik Usaha Kecil Anda Bakery yang selalu memberikan do'a, pelajaran mengenai kehidupan, nasihat yang berguna dan sudah mengajarkan kebaikan kepada penulis. Adik tercinta (Rizki Susilo) yang telah memberikan semangat sehingga penulis bisa menyelesaikan studi ini.

2. Ibu Dra. Ucu Nurwati, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan pikiran serta bimbingan dan arahnya demi kesempurnaan skripsi ini.
3. Bapak Drs. Wahyudin,.M.Ti selaku dosen penguji/penelaah konsentrasi yang telah memberikan saran dan arahnya dalam penulisan skripsi ini..
4. Bapak Ir. H. Dady Nurpadi, MP selaku dosen penguji/penelaah koperasi yang telah memberikan saran dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, SE., M.Sc.,selaku Direktur Prodi S1 Manajemen Institut Manajemen Koperasi Indonesia
6. Bapak Dr. (HC). Burhanudin Abdullah, MA selaku Rektor Institut Manajemen Koperasi Indonesia
7. Seluruh Dosen dan Karyawan Institut Manajemen Koperasi Indonesia
8. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik dari PT Sriboga Flour Mill beserta jajarannya yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bisa berkuliah di IKOPIN.
9. Karyawan Koperasi Konsumen Pegawai dan Karyawan PT PLN (Persero) Area Bandung
10. Teman-teman sekaligus keluarga penulis di Jatinangor (Ossy,Yanna,Aneu, Kania,Selly,Anggie dan Wakhid) yang telah memberikan warna, dukungan dan menemani penulis selama menjalani kehidupan perkuliahan.
11. Kakak-Kakak dan Adik-Adik Penerima Beasiswa SRIBOGA 2009-2020.
12. Teman-teman Asisten LC 2017 (Cicilya, Leslie, Zahra, Rika, Cii, Miyura, Ami, Febi, Rivaldi dan Nizar) serta adik-adik Asisten LC 2018-2019.

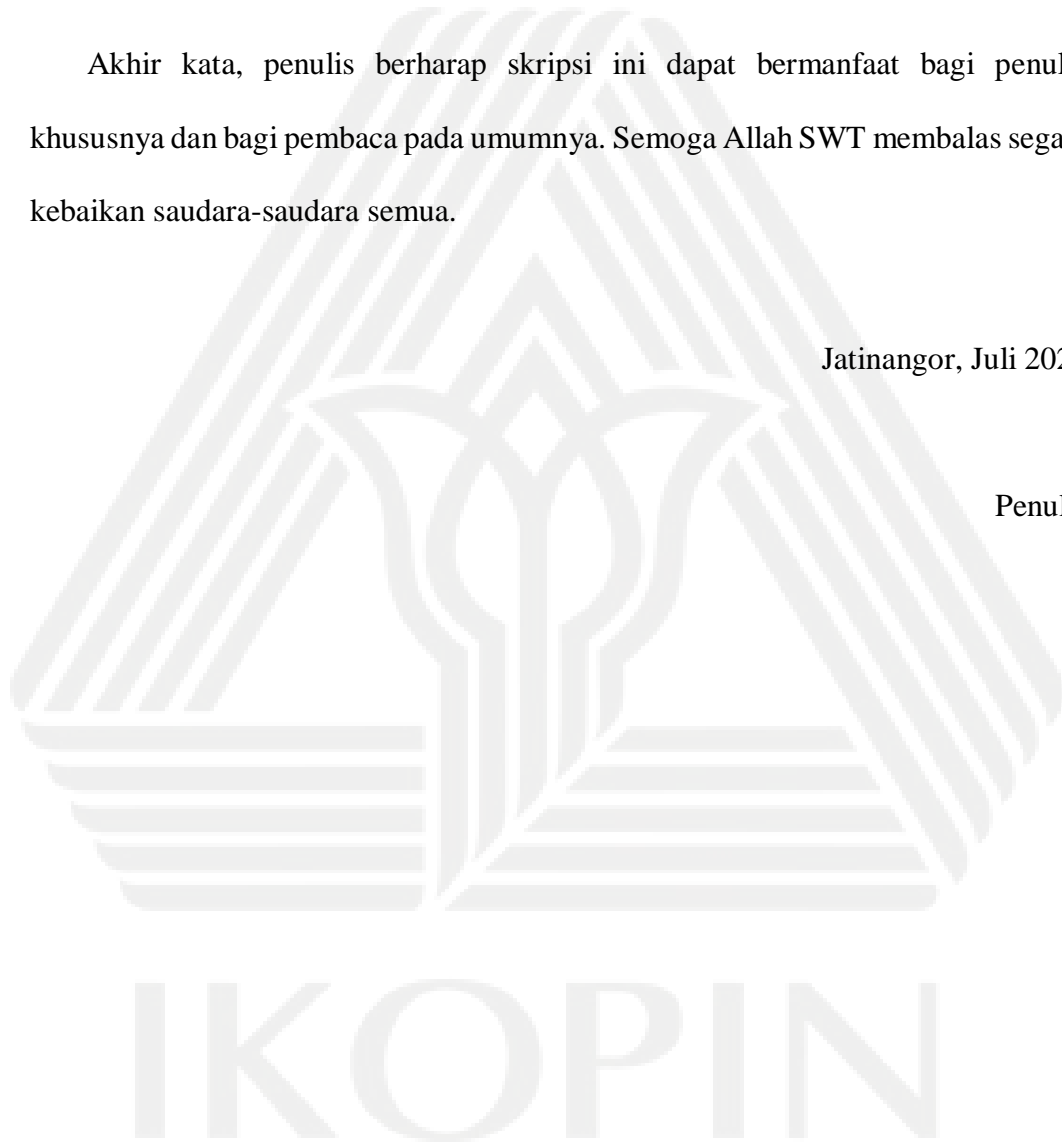
13. Teman-teman Dewan Perwakilan Mahasiswa IKOPIN 2019-2020

14. Keluarga, teman dan semua pihak yang tidak dapat penulis cantumkan satu persatu yang telah membantu dari persiapan penulisan hingga terselesainya skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya. Semoga Allah SWT membalas segala kebaikan saudara-saudara semua.

Jatinangor, Juli 2021

Penulis



DAFTAR ISI

RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	iii
RINGKASAN.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	13
1.3.1 Maksud Penelitian	13
1.3.2 Tujuan Penelitian	13
1.4 Kegunaan Penelitian	14
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	14
1.4.2 Kegunaan Praktis	14
BAB II.....	15
2.1 Pendekatan Masalah.....	15
2.1.1 Pendekatan Manajemen	15
2.1.2 Pendekatan Manajemen Bisnis	17
2.1.3 Pendekatan Manajemen Strategi	20
2.1.4 Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	23
2.1.5 Pendekatan Analisis SWOT	39
2.2 Metode Penelitian	47
2.2.1 Metode Penelitian yang digunakan.....	47
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Konsep/Variabel)	47
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	49
2.2.4 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
2.2.5 Teknik Pengumpulan Data	51

2.2.6 Rancangan Analisis (Pengolahan Data).....	52
2.2.7 Tempat Penelitian	58
2.2.8 Jadwal Penelitian	58
BAB III.....	59
3.1 Keadaan Umum Usaha Kecil Anda Bakery	59
3.1.1 Sejarah Usaha Kecil Anda Bakery	59
3.1.2 Struktur Organisasi Usaha Kecil Anda Bakery	60
3.1.3 Permodalan Usaha Kecil Anda Bakery.....	61
3.1.4 Bidang Manajemen Usaha Kecil Anda Bakery	62
BAB IV	65
4.1 Profil Informan dan Responden.....	65
4.1.1 Profil Informan Pemilik Anda Bakery	65
4.1.2 Profil Responden Agen Penjualan	65
4.1.3 Profil Responden Konsumen Akhir	66
4.2 <i>Business Model Canvas</i> pada Usaha Kecil Anda Bakery pada Saat Ini	67
4.2.1 <i>Customer Segments</i>	67
4.2.2 <i>Value Propositions</i>	69
4.2.3 <i>Channels</i>	71
4.2.4 <i>Customer Relationships</i>	72
4.2.5 <i>Revenue Streams</i>	74
4.2.6 <i>Key Resources</i>	76
4.2.7 <i>Key Activities</i>	79
4.2.8 <i>Key Partnerships</i>	81
4.2.9 <i>Cost Structures</i>	82
4.3 Analisis SWOT pada Usaha Kecil Anda Bakery	88
4.3.1 Faktor Internal Usaha Kecil Anda Bakery	88
4.3.2 Analisis Eksternal Usaha Kecil Anda Bakery	92
4.3.3 Analisis Faktor Internal & Eksternal berdasarkan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	95
4.3.4 Matrik IFAS & EFAS.....	97
4.4 Strategi Pengembangan Usaha Kecil Anda Bakery.....	99

4.4.1 Matriks SWOT pada Usaha Anda Bakery	99
4.4.2 Keputusan Strategi Pengembangan Usaha Kecil Anda Bakery	100
BAB V.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Saran	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN	112



IKOPIN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.1	Pemesanan Produk Agen penjualan Anda Bakery Januari-Juni 2021.....	6
1.2	Data Perkembangan Penjualan Anda Bakery 2016-2020.....	7
2.1	Matrik IFAS.....	44
2.2	Matrik EFAS.....	47
2.3	Operasionalisasi Variabel.....	50
2.4	Model IFAS/EFAS terhadap <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	56
2.5	Matrik Strategi Internal.....	56
2.6	Matrik Strategi Eksternal.....	58
2.7	Jadwal Penelitian.....	61
4.1	Profil Responden Agen Penjualan Anda Bakery.....	69
4.2	Profil Responden Konsumen Akhir Anda Bakery.....	69
4.3	Peralatan Anda Bakery.....	80
4.4	Data Karyawan Anda Bakery.....	82
4.5	Biaya Penyusutan Kendaraan.....	86
4.6	Biaya Penyusutan Peralatan.....	87
4.7	Biaya Produksi Tetap.....	87
4.8	Biaya Produksi.....	88
4.9	Biaya Pemasaran.....	88
4.10	IFAS Usaha Anda Bakery.....	94
4.11	EFAS Usaha Anda Bakery.....	96
4.12	Faktor Internal dan Faktor Eksternal berdasarkan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	97
4.13	Matrik IFAS Usaha Anda Bakery.....	99
4.14	Matrik EFAS Usaha Anda Bakery.....	99
4.15	Matrik SWOT pada Anda Bakery.....	102

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul Gambar	Halaman
1.1	Grafik Omzet Penjualan Anda Bakery 2016-2020.....	8
1.2	Grafik Total Penjualan Anda Bakery 2016-2020.....	8
2.1	Sembilan Blok Bangunan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	25
2.2	Diagram Analisis SWOT.....	41
2.3	Matrik SWOT.....	48
2.4	Kerangka <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	55
3.1	Struktur Organisasi Anda Bakery.....	64
4.1	Saluran Distribusi Anda Bakery.....	75
4.2	Aktivitas Kunci Anda Bakery.....	83
4.3	<i>Business Model Canvas</i> Anda Bakery saat ini.....	89
4.4	Diagram SWOT.....	101
4.5	<i>Business Model Canvas</i> Hasil Pemetaan Strategi Pengembangan Usaha Anda Bakery.....	104



IKOPIN