

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO BILQIS SNACK
BERDASAR *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DAN PERAN
KOPERASI CIPTA BOGA MANDIRI DALAM MENENTUKAN
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MIKRO, KECIL, DAN
MENENGAH (UMKM)**

SKRIPSI

Disusun oleh :

DINI RIZKA CANDRA ARUM

C1160298



IKOPIN

**PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN
INSTITUT MANAJEMEN KOPERASI INDONESIA (IKOPIN)**

2020

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Usaha Mikro Bilqis Snack
Berdasar *Business Model Canvas* (BMC) dan Peran Koperasi
Cipta Boga Mandiri dalam Menentukan Strategi
Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah
(UMKM)

Nama Mahasiswa : Dini Rizka Candra Arum

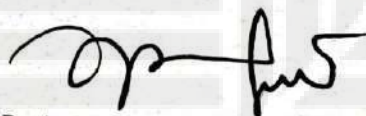
Nomor Pokok : C1160298

Program Studi : S1 Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Bisnis

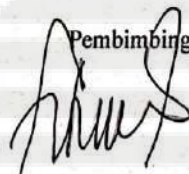
MENYETUJUI DAN MENGESAHKAN

Pembimbing 1



Dr. Ami Purnamawati, Dra., M.Si

Pembimbing 2



Fitriana Dewi Sumaryana, SE, MAB



Direktur Program Studi S1 Manajemen,

Dharmanto Purbo Suseno, SE., M.Sc

RIWAYAT HIDUP

DINI RIZKA CANDRA ARUM dilahirkan pada tanggal 25 April 1998 di Kota Semarang, Jawa Tengah. Penulis merupakan putri ketiga dari empat bersaudara, dari keluarga Bapak Suroto dan Ibu Mutiarin Pancanastiti

Jenjang pendidikan formal yang telah diselesaikan penulis adalah sebagai berikut:

1. TK Purbasari Tahun 2003-2004.
2. Sekolah Dasar Negeri Pedurungan Kidul 07 Semarang Tahun 2004-2010.
3. Sekolah Menengah Pertama Negeri 29 Semarang Tahun 2010-2013.
4. Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 6 Semarang Tahun 2013-2016.

Sejak tahun 2016 penulis tercatat sebagai mahasiswa Konsentrasi Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen di Institut Manajemen Koperasi Indonesia (IKOPIN).

Selama menjadi mahasiswa penulis telah mengikuti kegiatan kemahasiswaan yang ada di IKOPIN antara lain:

1. Anggota UKM *English Club of* IKOPIN tahun 2016-2017
2. Anggota Komunitas IT tahun 2018-2019
3. Anggota Federasi Mahasiswa PT. Sriboga IKOPIN 2016-2020

ABSTRACT

Dini Rizka Candra Arum, 2020. *Bilqis Snack Micro Business Development Strategy Based on the Business Model Canvas (BMC) and the Role of Cipta Boga Mandiri Cooperative in Determining the Development Strategy for Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs). Under the guidance of Ami Purnamawati and Fitriana Dewi Sumaryana.*

The Bilqis Snack business is a small and medium micro business in Semarang, Central Java. The products produced are buns and donuts. The owner of Bilqis Snack is a member of the Cipta Boga Mandiri Cooperative. The business has been run since 2015 and has a home industry food production certificate. However, this business is still underdeveloped.

The purpose of this study is to determine a business development strategy by applying the Business Model Canvas through a SWOT analysis. The Business Model Canvas includes 9 elements, namely Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships and Cost Structures. From this 9 elements eventually will become an EFAS and IFAS' indicator, that will made into SWOT matrix. Strategy Formulation is done by utilizing strengths dand opportunities and reducing weakness and threats that exist in Bilqis Snack business.

The results of this identification Business Model Canvas research, can be seen the business conditions of each element. Customer Segments company's focus on the communities around production site in Semarang. Value propositions in the form of products with quality raw materials and good service. Channels have loyal intermediary traders. Customer Relationships need to maintain the good relationship with customers. Revenue Streams from the sale of cracker products. Key Resources consist of owner, building and vehicle. Key Activities are located in the process of producing and selling products. Key Partnerships consist of suppliers raw materials. Cost Structures consists of fixed costs and variable costs. The role of Cipta Boga Mandiri Cooperative in developing Micro, Small and Medium Enterprises, among others by providing raw material that the price is lower than the market, easier distribution channels, and business development training.

From the results of the SWOT analysis, it is known that the position of the business is in quadrant I, namely supporting aggressive strategies that focus on business development strategies using SO strategies, namely strategies obtained based on utilizing company strengths to seize opportunities that exist.

Keywords: Business Model Canvas, SWOT analysis

RINGKASAN

Dini Rizka Candra Arum, 2020. Strategi Pengembangan Usaha Mikro Bilqis Snack Berdasar *Business Model Canvas* (BMC) Dan Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM). Penelitian ini di bawah bimbingan Ami Purnamawati dan Fitriana Dewi Sumaryana.

Usaha Bilqis Snack ini merupakan usaha mikro kecil menengah di Kota Semarang, Jawa Tengah. Produk yang dihasilkan adalah bakpao dan donat. Pemilik dari Bilqis Snack ini adalah anggota dari Koperasi Cipta Boga Mandiri. Usahanya sudah berjalan sejak tahun 2015 dan sudah memiliki sertifikat produksi pangan industri rumah tangga. Namun usaha ini masih belum berkembang.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan strategi pengembangan Usaha dengan menerapkan pada *Business Model Canvas* melalui 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*. Dari 9 elemen ini nantinya menjadi indikator EFAS dan IFAS, yang akan dibuatkan matriks SWOT nya. Penyusunan strategi dilakukan dengan memanfaatkan kekuatan dan peluang serta mengurangi kelemahan dan ancaman yang ada pada Usaha Bilqis Snack.

Dari hasil penelitian identifikasi *Business Model Canvas* ini dapat diketahui kondisi usaha masing-masing elemen. *Customer Segments* perusahaan fokus pada masyarakat sekitar tempat produksi di Semarang. *Value Proposition* berupa produk dengan bahan baku yang berkualitas dan pelayanan yang baik. *Channels* memiliki pedagang perantara yang loyal. *Customer Relationships* perlu mempertahankan hubungan yang sudah baik dengan pelanggan. *Revenue Streams* dari penjualan produk kerupuk. *Key Resources* terdiri dari pemilik, bangunan, dan kendaraan. *Key Activities* terletak pada proses produksi dan penjualan produk. *Key Partnerships* terdiri dari pemasok bahan baku. *Cost Structures* terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam mengembangkan Usaha Mikro Kecil Menengah antara lain dengan memberikan harga bahan baku yang lebih rendah dari pasaran, saluran distribusi yang lebih mudah, dan pelatihan pengembangan usaha.

Dari hasil analisis SWOT diketahui posisi usaha berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi Agresif yang memfokuskan pada strategi pengembangan usaha menggunakan strategi S-O, yaitu strategi yang didapat berdasarkan memanfaatkan kekuatan perusahaan untuk meraih peluang yang ada.

Kata Kunci : *Business Model Canvas*, Analisis SWOT

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini. Shalawat dan juga salam senantiasa tercurah kepada Junjungan kita semua Nabi Muhammad SAW, Nabi pembawa rahmat dan tauladan bagi seluruh umat manusia. Penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program pendidikan Strata-I (S1) di Institut Koperasi Indonesia (IKOPIN)

Skripsi ini berjudul **“Strategi Pengembangan Usaha Mikro Bilqis Snack Berdasar *Business Model Canvas* (BMC) Dan Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)”**

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kelemahannya. Oleh karena itu penulis mengharapkan akan adanya kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan dan perbaikan skripsi ini.

Dalam kesempatan ini, penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moral maupun materiil. Pertama, penulis mengucapkan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kelancaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Tak lupa penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta (Bapak Suroto dan Ibu Mutiarin Pancanastiti) sekaligus pemilik usaha Bilqis Snack yang telah memberikan doa restu, kesabaran, semangat, dukungan, dan tidak pernah lelah dalam mendidik dan memberi cinta yang tulus dan ikhlas. Dan saudara tercinta (mas Anggoro, mbak Lita, Bilqis), Budhe, Pakdhe, Tante, Om yang juga selalu mendukung dan tak lelah memberikan semangat untuk penulis dalam menyelesaikan studi ini.
2. Ibu Dr. Ami Purnamawati selaku Dosen Pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarahan, bimbingan, serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.
3. Ibu Fitriana Dewi Sumaryana, SE, MAB selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran serta memberikan pengarahan, bimbingan, serta saran demi kesempurnaan penulisan skripsi.
4. Ibu Dra. Hj. Endang Wahyuningsih, M. Ti selaku Penguji Konsentrasi yang telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
5. Bapak H. Iwan Mulyana, SE., M.Si selaku Penguji Koperasi yang juga telah memberikan arahan dan masukan kepada penulis hingga dapat menyempurnakan hasil dari skripsi ini.
6. Bapak Dr. H. Gijanto Purbo Suseno, selaku Direktur Prodi Manajemen S1 yang telah membantu kelancaran proses seminar hingga sidang skripsi.
7. Segenap pengurus dan anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri atas perizinan, kesempatan, waktu dan informasi yang diberikan.
8. Bapak DR. Ir. Burhanudin Abdullah, MA selaku rektor IKOPIN.

9. Bapak/Ibu Dosen pengajar IKOPIN yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan serta nilai kehidupan selama kegiatan perkuliahan
10. Bapak Alwin Arifin selaku pemilik PT Sriboga Flour Mill yang merupakan pemberi beasiswa untuk berkesempatan mengikuti perkuliahan di IKOPIN dan seluruh pihak PT. Sriboga Flour Mill yang telah memberikan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan kuliah dengan tepat waktu.
11. Teman sekaligus keluarga Federasi Mahasiswa Sriboga Ikopin (Femasi 2016) yaitu Novianingrum Dwi W, Penti Nopitasari, Debyana Rasri, Aprillia Putri Ashari, Fajar Wury Mulyani, Eko Nurhidayat, Rizal Haryanto, Wildan Wahyu Pradana, Yuniar Wahyu Pribadi yang telah menemani dan mewarnai hari-hari penulis selama masa perkuliahan.
12. Teman-teman se-bimbingan Ibu Ami Purnamawati dan Ibu Fitriana Dewi Sumaryana yang juga telah sama-sama berjuang dalam menyelesaikan skripsi.
13. Seluruh rekan-rekan kelas Manajemen E dan kelas Manajemen Bisnis B yang telah memberikan bantuan selama perkuliahan.
14. Sahabat tersayang Amelia Christanti dan Afifah Wuri Pawestri, terimakasih atas doa, semangat, nasihat, dan nilai kehidupan yang diberikan selama ini.
15. Teman sekaligus kakak tercinta Mbak Tutik Mardiyanti yang selalu membantu penulis selama ini.
16. Teman sekaligus adik tersayang, Hasna, Pugi, Hani, Jasmine, Yuyun, Ajeng, Sasha, Belinda, Rini, Vicky, Mbak Lulu yang telah memberi semangat dan doa yang diberikan selama ini.

17. Teman-teman dan adik-adik Federasi Mahasiswa Sriboga Ikopin (FEMASI) angkatan 2017-2019 tercinta yang telah memberikan dukungan doa dan dorongan semangatnya
18. Kelurga besar PPM Nurul Hakim Jainangor yang telah memberikan dukungan dan semangatnya kepada penulis.
19. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam persiapan dan pelaksanaan penyusunan skripsi ini.

Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini, baik secara langsung maupun tidak langsung penulis ucapkan banyak terima kasih. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat baik bagi penulis maupun bagi pembaca pada umumnya.

Jatinangor, Oktober 2020

IKOPIN

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	i
RIWAYAT HIDUP	i
ABSTRACT	ii
RINGKASAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	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	13
1.4.1 Kegunaan Teoritis.....	13
1.4.2 Kegunaan Praktis.....	14

BAB II PENDEKATAN MASALAH DAN METODE PENELITIAN.....15

2.1.1 Pendekatan Manajemen Bisnis	15
2.1.2 Pendekatan UMKM	19
2.1.3 Pendekatan Strategi	21
2.1.4 Pendekatan <i>Bussines Model Canvas</i>	25
2.1.4.1 <i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan)	26
2.1.4.2 <i>Value Propositions</i> (Proporsi Nilai)	28
2.1.4.3 <i>Channels</i> (Saluran).....	31
2.1.4.4 <i>Customer Relationships</i> (Hubungan Pelanggan).....	33
2.1.4.5 <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan).....	35
2.1.4.6 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama).....	37
2.1.4.7 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci).....	39
2.1.4.8 <i>Key Patnership</i> (Kemitraan Utama).....	40
2.1.4.9 <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	41
2.1.5 Pendekatan SWOT	43
2.1.6 Pendekatan Perkoperasian.....	46
2.2 Metode Penelitian.....	59
2.2.1 Metode Penelitian yang Digunakan.....	59
2.2.2 Data yang Diperlukan (Operasionalisasi Variabel)	59
2.2.3 Sumber Data dan Cara Menentukannya.....	62

2.2.4 Teknik Pengumpulan Data	64
2.2.5 Rancangan Analisis Data.....	64
2.2.6 Tempat Penelitian	71
2.2.7 Jadwal Penelitian	72
BAB III KEADAAN UMUM TEMPAT PENELITIAN	73
3.1 Keadaan Umum UMKM Bilqis Snack.....	73
3.1.1 Sejarah Usaha Bilqis Snack	73
3.1.2 Struktur Organisasi Usaha Bilqis Snack	74
3.1.3 Bidang Manajemen Usaha Bilqis Snack	75
3.1.3.1 Bidang Manajemen Produksi.....	75
3.1.3.2 Bidang Manajemen Pemasaran	76
3.1.3.3 Bidang Sumber Daya	76
3.1.3.4 Bidang Keuangan.....	77
3.1.4 Permodalan Usaha Bilqis Snack	77
3.2 Keadaan Umum Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	77
3.2.1 Sejarah Koperasi Cipta Boga Mandiri	77
3.2.2 Struktur Organisasi Koperasi Cipta Boga Mandiri	78
3.2.3 Keadaan Keanggotaan Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	83
3.2.4 Kegiatan Usaha Koperasi Cipta Boga Mandiri	84
3.2.5 Keadaan Permodalan Koperasi Cipta Boga Mandiri	85

3.2.6 Keadaan keuangan Koprasi Cipta Boga Mandiri	87
3.2.7 Implementasi Jati Diri Koperasi Cipta Boga Mandiri	96
3.2.7.1 Pengertian Koperasi.....	96
3.2.7.2 Nilai-Nilai Koperasi	97
3.2.7.3 Prinsip-Prinsip Koperasi	99
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	102
4.1 Profil Informan dan Responden	102
4.1.1 Profil Informan Pemilik Usaha Bilqis Snack	102
4.1.2 Profil Responden Konsumen Perantara Usaha Bilqis Snack	102
4.1.3 Profil Responden Konsumen Akhir Usaha Bilqis Snack	103
4.1.4 Profil Informan Pengurus Koperasi Cipta Boga Mandiri	104
4.1.5 Profil Responden Anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	104
4.2 <i>Business Model Canvas</i> Usaha Bilqis Snack Pada Saat Ini	104
4.2.1 <i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan)	105
4.2.2 <i>Value Proposition</i> (Proporsi Nilai)	106
4.2.3 <i>Channels</i> (Saluran).....	109
4.2.4 <i>Customer Relationships</i> (Hubungan Pelanggan).....	111
4.2.5 <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan).....	112
4.2.6 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	113
4.2.7 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci).....	118

4.2.8	<i>Key Partnerships (Kemitraan Utama)</i>	119
4.2.9	<i>Cost Structure (Struktur Biaya)</i>	120
4.3	Kondisi Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman Pada Usaha	
	Bilqis Snack	129
4.3.1	Analisis Faktor Internal dan Eksternal Usaha Bilqis Snack	132
4.3.2	Matriks EFAS dan IFAS	133
4.4	Strategi Pengembangan Usaha Bilqis Snack	139
4.4.1	Matriks SWOT Usaha Bilqis Snack	139
4.5	Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam mendukung strategi	
	pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah.....	144
4.5.1	Harga Bahan Baku.....	144
4.5.2	Saluran pendistribusian barang	145
4.5.3	Pelatihan	145
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		147
5.1	Simpulan	147
5.2	Saran	150
5.2.1	Usaha Bilqis Snack.....	150
5.2.2	Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	150
DAFTAR PUSTAKA		152
LAMPIRAN		154

DAFTAR TABEL

Nomer	Judul	Halaman
Tabel 1. 1	UMKM di Indonesia Tahun 2017-2018 Beserta Pangsa dan Perkembangannya.....	2
Tabel 1. 2	Data Pelaku Usaha pada Binaan Koperasi Cipta Boga Mandiri Semarang	5
Tabel 1. 3	Perkembangan Penjualan Bilqis Snack Tahun 2016-2019	9
Tabel 2. 1	Fungsi-Fungsi Pelayanan Koperasi Produsen dan Kemungkinan Dampak Ekonomis Terhadap Anggota.....	54
Tabel 2. 2	Operasionalisasi Variabel	60
Tabel 2. 3	Model EFAS/IFAS terhadap <i>Business Model Canvas</i>	66
Tabel 2. 4	Matriks IFAS	68
Tabel 2. 5	Matriks EFAS	70
Tabel 2. 6	Matriks SWOT.....	71
Tabel 2. 7	Tabel Jadwal Penelitian	72
Tabel 3. 1	Susunan pengurus dan pengawas periode 2018-2019.....	79
Tabel 3. 2	Perkembangan Simpanan di Koperasi Cipta Boga Mandiri	85
Tabel 3. 3	Perkembangan Permodalan Koperasi Cipta Boga Mandiri	87
Tabel 3. 4	<i>Current Ratio</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	88
Tabel 3. 5	Standar Pengukuran Rasio <i>Likuiditas</i>	88
Tabel 3. 6	<i>Total Asset Turn Over</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri	90
Tabel 3. 7	Standar Pengukuran Rasio <i>Total Asset Turn Over</i>	90
Tabel 3. 8	Standar Pengukuran Rasio Perputaran Piutang.....	92

Tabel 3. 9 <i>Total Debt To Total Equity Ratio</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri	93
Tabel 3. 10 Standar Pengukuran Rasio <i>Total Debt To Total Equity Ratio</i>	94
Tabel 3. 11 <i>Rentabilitas</i> Koperasi Cipta Boga Mandiri.....	95
Tabel 3. 12 Standar Pengukuran Rasio <i>Rentabilitas</i>	95
Tabel 4. 1 Rata-rata pengembalian produk dalam satu hari.....	110
Tabel 4. 2 Daftar Aset yang Dimiliki Usaha Bilqis Snack	114
Tabel 4. 3 Biaya Tetap Produksi pada Usaha Bilqis Snack	122
Tabel 4. 4 Rincian Biaya Penyusutan	122
Tabel 4. 5 Biaya Variabel 1 Kali Pembuatan Bakpao.....	123
Tabel 4. 6 Biaya Produksi 1 Kali Pembuatan Donat.....	124
Tabel 4. 7 Biaya Perlengkapan Bakpao dan Donat.....	125
Tabel 4. 8 Faktor IFAS Usaha Bilqis Snack	130
Tabel 4. 9 Faktor EFAS Usaha Bilqis Snack.....	131
Tabel 4. 10 Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Dan Ancaman Yang Dialami Pada Bisnis Bilqis Snack Berdasarkan Pemetaan <i>Business Model Canvas</i> Nya	132
Tabel 4. 11 Hasil IFAS Usaha Bilqis Snack	135
Tabel 4. 12 Hasil EFAS Usaha Bilqis Snack	136
Tabel 4. 13 Matriks SWOT Usaha Bilqis Snack	140

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 1. 1	Grafik Perkembangan Jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah.....	3
Gambar 1. 2	Produk pada Bilqis Snack	7
Gambar 1. 3	Plastik kemasan untuk donat krispi, bakpao dan donat sate	7
Gambar 1. 4	Tusuk sate dan kawat pengait yang digunakan pada donat sate	8
Gambar 1. 5	Label pada kemasan Bilqis Snack.....	8
Gambar 2. 1	Proses Bisnis Bermula dari Konsumen Sebagai Sumber Faktor Produksi dan Berakhir Pada Konsumen.....	17
Gambar 2. 2	Sembilan Blok Bangunan dalam <i>Business Model Canvas</i>	26
Gambar 2. 3	Saluran Distribusi untuk Barang Konsumsi	32
Gambar 2. 4	Diagram Analisis SWOT	44
Gambar 2. 5	SWOT Matrix.....	45
Gambar 2. 6	Struktur Organisasi Koperasi Sebagai Suatu Sistem Sosio-Ekonomi Dan Kedudukannya Pada Lingkungan Ekonomi Pasar.....	50
Gambar 2. 7	Kerangka 9 Blok <i>Business Model Canvas</i>	65
Gambar 3. 1	Struktur Organisasi Usaha Bilqis Snack	75
Gambar 4. 1	Bagan Segmen Pelanggan Usaha Bilqis Snack.....	106
Gambar 4. 2	Saluran Distribusi Usaha Bilqis Snack.....	110
Gambar 4. 3	Bagan Alur Aktifitas Kunci Biqis Snack	119
Gambar 4. 4	Business Model Canvas Usaha Bilqis Snack	128

Gambar 4. 5 Diagram SWOT	138
Gambar 4. 6 <i>Business Model Canvas</i> Hasil Pemetaan Strategi Pengembangan Usaha Bilqis Snack.....	143



IKOPIN

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul Lampiran
1	Struktur organisasi yang disarankan untuk Koperasi Cipta Boga Mandiri
2	Pedoman Observasi
3	Pedoman wawancara tentang keragaan usaha
4	Pedoman wawancara kepada pedagang perantara
5	Pedoman wawancara kepada konsumen akhir
6	Pedoman wawancara kepada anggota koperasi
7	Laporan hasil wawancara
7.1	Hasil wawancara informan pemilik usaha Bilqis Snack
7.2	Hasil wawancara responden pedagang perantara
7.3	Hasil wawancara responden konsumen akhir
7.4	Hasil wawancara responden anggota Koperasi Cipta Boga Mandiri
8	Foto kegiatan usaha Bilqis Snack
8.1	Foto adonan roti untuk bakpao dan donat
8.2	Foto adonan bakpao yang sudah diisi aneka selai

- 8.3 Foto adonan donat krispi yang sudah diberi isi pasta coklat dan dilapisi tepung roti
- 8.4 Foto produk Bilqis Snack
- 8.5 Foto inovasi produk baru Bilqis Snack
- 9 Foto pelatihan pengembangan usaha Koperasi Cipta Boga Mandiri
 - 9.1 Foto kegiatan pelatihan pembuatan pie susu dan bolu
 - 9.2 Foto produk bolu coklat hasil pelatihan
 - 9.3 Foto produk roti siffon hasil pelatihan
 - 9.4 Foto produk pie susu hasil pelatihan
- 10 Berkas-berkas Bilqis Snack
 - 10.1 Foto sertifikat P-IRT jenis bakpao
 - 10.2 Foto sertifikat P-IRT jenis donat
 - 10.3 Foto sertifikat penyuluhan keamanan pangan
 - 10.4 Foto izin Usaha Mikro Kecil dan Menengah
- 11 Laporan keuangan Koperasi Cipta Boga Mandiri
 - 11.1 Laporan keuangan Koperasi Cipta Boga Mandiri tahun 2018
 - 11.2 Laporan keuangan Koperasi Cipta Boga Mandiri tahun 2019