

PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN MODEL CANVAS

PADA UNARI CAKE

SKRIPSI



disusun oleh

Indo Purnama Sari

13.12.6789

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN MODEL CANVAS

PADA UNARI CAKE

SKRIPSI

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar sarjana
pada Program Studi Kewirausahaan



disusun oleh

Indo Purnama Sari

18.92.0068

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
2022**

PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN MODEL
CANVAS PADA UNARI CAKE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Indo Purnama Sari

18.92.0068

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada tanggal 14 Juni 2021

Dosen Pembimbing,

Suyatmi, S.E., M.M
NIK. 190302019

PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN MODEL CANVAS
PADA UNARI CAKE**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Indo Purnama Sari

18.92.0068

telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 19 Maret 2022

Susunan Dewan Penguji

Nama Penguji

Tanda Tangan

Suyatmi, S.E., M.M
NIK. 190302019

Tanti Prita Hapsari, SE, M.SI
NIK. 190302303

Yusuf Amri Amrullah, S.E., M.M
NIK. 190302308

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar Sarjana Kewirausahaan
Tanggal 30 Maret 2022

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

Emha Taufiq Luthfi, S.T, M.Kom.
NIK. 190302125

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan dibawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 26 Maret 2022



Indo Purnama Sari

NIM. 18.92.0068

MOTTO

“Jangan seperti orang bodoh, begitu bergembira karena hartanya bertambah padahal umurnya selalu berkurang. Apa untungnya jika harta bertambah tapi umur berkurang? Berbahagialah saat bertambah ilmu dan amalmu. Karena keduanya yang akan mengantar dan menemanimu di alam kubur, saat kau ditinggalkan teman, keluarga, dan hartamu”.

(Ibnul Qayyim Al-Jauziyah)

PERSEMBAHAN

“Kupersembahkan skripsi ini untuk kedua manusia yang paling aku cintai setelah

Nabi Muhammad SAW, Papa dan Mama yang selalu menyayangi dan mendoakanku. Semoga segala kerja keras dan pengorbanan yang telah kalian berikan selama ini tidak sia-sia bagiku untuk menjadi anak yang sukses dunia akhirat dan mampu membahagiakan kalian dan berguna untuk banyak orang.

aamiin.

Keluarga dan teman-teman yang aku banggakan

Terimakasih atas dukungan dan bantuan yang telah kalian berikan kepadaku.

Kucingku Momot yang paling aku sayangi

Terimakasih sudah menemani dan selalu ada disampingku walaupun hanya tidur saja selama aku melalui proses penyelesaian tugas ini. Aku jadi tidak terlalu kesepian dan stress sendirian.

Para pendidikku yang kuhormati

Terimakasih atas segala ilmu dan bimbingan selama ini semoga kelak aku mampu meraih dunia dan akhirat dengan ilmu yang telah diberikan. Terimakasih juga untuk dosen pembimbingku Ibu Suyatmi yang selalu memberikan nasehat dan dorongan untuk selalu semangat menyelesaikan sesuatu”.

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Kewirausahaan Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta).
3. Suyatmi, S.E.,M.M (Kaprosdi, Universitas Amikom Yogyakarta).
4. Suyatmi, S.E.,M.M (Pembimbing).
5. Seluruh dosen pengajar di jurusan Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Sosial dan seluruh staf Universitas Amikom Yogyakarta yang selalu sabar melayani segala administrasi selama proses penelitian ini.
6. Mama dan Papa tercinta yang telah bekerja keras demi keberhasilan dalam proses penyelesaian Skripsi ini.
7. Semua pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya pembuatan Skripsi maupun dalam penyusunan Skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 26 Maret 2022



Indo Purnama Sari

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
INTISARI.....	xii
ABSTRACT.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah.....	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Manajemen Strategis	8
2.2 Model Bisnis.....	12
2.2.1 Manfaat Model Bisnis	12
2.3 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	13
2.3.1 Customer Segments (Segmentasi pelanggan)	14

2.3.2	Value Propositions (Nilai yang ditawarkan)	17
2.3.3	Channels (Saluran)	20
2.3.4	Customer Relationships	21
2.3.5	Revenue Streams	23
2.3.6	Key Resources (Sumber daya utama)	25
2.3.7	Key activities	26
2.3.8	Key Partnerships	27
2.3.9	Cost Structure (Struktur biaya)	29
2.4	Manfaat <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	31
2.5	Tahapan Mendesain <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	32
2.6	Evaluasi Model Bisnis	33
2.7	Analisis SWOT	34
2.7.1	Definisi Analisis SWOT	34
2.7.2	Faktor-faktor dalam analisis SWOT	36
2.7.3	Manfaat Analisis SWOT	38
2.7.4	Variasi Analisis SWOT	38
2.7.5	Matriks SWOT-4K	39
2.7.5.1	Strategi Matriks SWOT-4K	40
2.7.5.2	Langkah-langkah Penyusunan Matriks SWOT-4K	42
2.7.5.3	Area dan Pengembangan Aplikasi	47
2.8	Penelitian Terdahulu	49
2.9	Kerangka Pemikiran	54
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		55
3.1	Jenis Penelitian	55
3.2	Lokasi Penelitian	55

3.3	Sumber Data	55
3.4	Teknik Pengumpulan Data	56
3.5	Teknik Analisis Data	57
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		59
4.1	Gambaran Umum Unari Cake	59
4.2	Identifikasi Elemen <i>Business Model Canvas</i> Unari Cake Saat Ini.....	61
4.3	Analisis SWOT Pada Setiap Elemen <i>Business Model Canvas</i>	78
4.4	Formulasi Strategi Bisnis Menggunakan Matriks SWOT-4K	80
4.4.1	Analisis Faktor Internal dan Eksternal	80
4.5	<i>Business Model Canvas</i> Unari Cake Diperbaharui	85
4.6	<i>Action Plan</i> Unari Cake 2022.....	90
BAB V PENUTUP.....		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran	97
DAFTAR PUSTAKA		98
DAFTAR LAMPIRAN.....		102
BIODATA PENULIS SKRIPSI		104

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Indikator SWOT.....	42
Tabel 2.2 Contoh Pembobotan pada Indikator Kekuatan	43
Tabel 2.3 Contoh Penilaian (skor) pada Indikator Kekuatan.....	43
Tabel 2.4 Contoh Nilai Tertimbang pada Indikator Kekuatan.....	44
Tabel 2.5 Contoh Selisih Nilai Tertimbang	46
Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu	49
Tabel 4.1 <i>Customer Segments</i> Unari Cake.....	63
Tabel 4.2 <i>Value Propositions</i> Unari Cake.....	65
Tabel 4.3 <i>Channels</i> Unari Cake	67
Tabel 4.4 <i>Customer Relationships</i> Unari Cake.....	69
Tabel 4.5 <i>Revenue Streams</i> Unari Cake.....	71
Tabel 4.6 <i>Key Resources</i> Unari Cake.....	72
Tabel 4.7 <i>Key Activities</i> Unari Cake	73
Tabel 4.8 <i>Key Partnerships</i> Unari Cake	74
Tabel 4.9 <i>Cost Structures</i> Unari Cake.....	75
Tabel 4.10 Analisis SWOT pada Setiap Elemen <i>Business Model Canvas</i>	78
Tabel 4.11 Perhitungan Indikator Internal Unari Cake.....	80
Tabel 4.12 Perhitungan Indikator Eksternal Unari Cake	81
Tabel 4.13 Selisih Nilai Tertimbang Unari Cake.....	82
Tabel 4.14 <i>Action Plan</i> Unari Cake 2022	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Proses Manajemen Strategis.....	10
Gambar 2.2 Prinsip Proses Manajemen Strategis	11
Gambar 2.3 <i>Business Model Canvas</i> (Osterwalder & Pigneur, 2012).....	14
Gambar 2.4 Matriks SWOT-4K.....	39
Gambar 2.5 Posisi Perusahaan Dalam Matriks SWOT-4K	47
Gambar 2.6 Kerangka Pemikiran.....	54
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Unari Cake	61
Gambar 4.2 Produk Unggul Unari Cake.....	66
Gambar 4.3 Kemasan Donat yang Menarik.....	67
Gambar 4.4 Instagram Unari Cake.....	68
Gambar 4.5 <i>Customer Relationships</i> Unari Cake	70
Gambar 4.6 <i>Business Model Canvas</i> Unari Cake Saat Ini	77
Gambar 4.7 Posisi Unari Cake dalam Matriks SWOT-4K	83
Gambar 4.8 Contoh Produk Inovasi Unari Cake	87
Gambar 4.9 <i>Business Model Canvas</i> Unari Cake yang Baru	89

INTISARI

Unari Cake merupakan usaha kuliner rumahan yang menyediakan berbagai macam kue seperti kue kering, kue bolu klasik, roti, donat, dan juga jajanan pasar yang sudah berjalan sejak tahun 2020. Hingga saat ini usaha Unari Cake belum mengalami perkembangan yang signifikan dan belum memiliki model bisnis. Permasalahan yang dihadapi dalam menjalankan usahanya diantaranya yaitu tingkat penjualan yang tidak stabil, kurangnya modal dan akses pembiayaan, kurangnya sumber daya manusia, serta persaingan yang semakin tinggi.

Penelitian ini bertujuan (1) mengidentifikasi model bisnis yang dijalankan Unari Cake dengan pendekatan business model canvas; (2) mengidentifikasi apa saja faktor internal dan eksternal yang memengaruhi model bisnis melalui analisis SWOT-4K sehingga terciptanya alternatif strategi; (3) merancang business model canvas perbaikan sebagai strategi pengembangan bisnis Unari Cake di masa depan; (4) merancang *action plan* untuk tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik analisis data menggunakan business model canvas dan analisis SWOT-4K.

Hasil penelitian menunjukkan gambaran kondisi bisnis Unari Cake pada saat ini menjawab dari 9 elemen BMC dengan beberapa elemen perlu ditingkatkan dan beberapa elemen perlu penambahan strategi agar lebih optimal. Hasil dari analisis BMC menggunakan SWOT menghasilkan 36 indikator dari keseluruhan variabel SWOT. Pada matriks SWOT-4K menunjukkan posisi perusahaan Unari Cake berada pada kuadran II sehingga harus menerapkan strategi stabilisasi. Hasilnya terbentuk rumusan strategi perbaikan di lima elemen BMC Unari Cake yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, dan *key partnerships*.

Kata Kunci: Model Bisnis Kanvas (BMC), SWOT-4K, strategi perusahaan, pengembangan bisnis

ABSTRACT

Unari Cake is a family business that provides various kinds of cakes such as pastries, classic sponge cakes, breads, donuts, and also market snacks that have been running since 2020. Until now, the Unari Cake business has not experienced significant development and does not have a business model. The problems faced by Unari Cake in running its business are unstable selling rate, , lack of capital and limited access to finance, lack of human resources, and increasingly high competition.

The objectives of this study are (1) identifying the business model that is run by Unari Cake with the Canvas Business Model approach; (2) identifying any internal and external factors that affect the business model of the company Unari Cke through SWOT analysis so that alternative strategies are created; (3) Designing a Business Model Canvas repairs as a business development strategy for Unari Cake in the future; (4) designing an action plan for 2022. This research using descriptive qualitative with approaching method of business model canvas (BMC) and equipped with SWOT-4K.

The research results showed a description of the current business condition of Unari Cake, answering 9 elements of BMC with several elements needing to be improved and some elements needing additional strategies to make them more optimal. The results of the BMC analysis using SWOT produce 36 indicators of all SWOT variables. The SWOT-4K matrix shows the position of the Unari Cake company in quadrant II so that it must implement a stabilization strategy. The result is a formulation of improvement strategies in the five elements of BMC Unari Cake, namely customer segments, value propositions, channels, customer relationships, and key partnerships.

Keywords: *Business Model Canvas (BMC), SWOT-4K, corporate strategy, business development*