

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PADA UD. SINAR HARAPAN  
MELALUI PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Penulisan Seminar Proposal Guna Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S. M.)  
Pada Program Studi Manajemen



**OLEH :**  
**JHOSIA BRILLIANDA ADMA DEANTA**  
**NPM : 19.1.02.02.0092**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**  
**2023**

Skripsi oleh

**JHOSIA BRILLIANDA ADMA DEANTA**

NPM 19 1 02 02 0092

Judul

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PADA UD. SINAR HARAPAN  
MELALUI PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada  
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal 14 Juli 2023

Pembimbing I



**Zulistiani, M.M.**  
NIDN.0711118603

Pembimbing II



**Rino Sardanto, M.Pd.**  
NID 0730127403

Skripsi oleh:

**JHOSIA BRILLIANDA ADMA DEANTA**

NPM: 19.1.02.02.0092

Judul:

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PADA UD. SINAR HARAPAN  
MELALUI PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi  
Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri  
Pada tanggal : 14 Juli 2023

**Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji :

- |               |                        |
|---------------|------------------------|
| 1. Ketua      | : Zulistiani, M.M.     |
| 2. Penguji I  | : Susi Damayanti, M.M. |
| 3. Penguji II | : Rino Sardanto, M.Pd. |



Mengetahui,  
Dekan FEB,  
  
Dr. Subagyo, M.M.  
NIDN. 0717066601

## PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Jhosia Brillianda Adma Deanta  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat/Tgl. Lahir : Kediri / 9 Maret 1999  
NPM : 19.1.02.02.0092  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 14 Juli 2023

Yang Menyatakan



**JHOSIA BRILLIANDA ADMA D.**  
NPM : 19.1.02.02.0092

## **MOTTO**

“Hanya pendidikan yang bisa menyelamatkan masa depan, tanpa pendidikan Indonesia tak mungkin bertahan.” (Najwa Shihab)

“Segenggam ketenangan lebih baik dari pada dua genggam jerih payah dan usaha menjaring angin.” (Pengkhobah 4:6)

## ABSTRAK

**Jhosia Brillianda Adma Deanta** : Analisis Pengembangan Bisnis Pada UD. Sinar Harapan Melalui Pendekatan Business Model Canvas, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023

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

Setiap perusahaan harus menggunakan strategi dalam mengembangkan usahanya. Salah satu cara untuk bersaing dengan membuat strategi-strategi baru sehingga mempunyai model bisnis yang baik dan tepat pada perusahaan. Untuk menggambarkan kondisi perusahaan sebagai alat dalam mengembangkan bisnisnya dapat melalui model bisnis. Model bisnis bertujuan untuk mengutamakan nilai sebagai bagian dari manajemen pengembangan teknologi. Model bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* sebagai alat oleh usaha kecil dan menengah dalam tahap membangun kegiatan bisnis dan model bisnis. Salah satunya pada bidang usaha makanan yang banyak diminati masyarakat pada masa sekarang adalah kerupuk. UD. Sinar Harapan merupakan perusahaan yang memproduksi kerupuk. Perusahaan berupaya untuk menerapkan manajemen strategi dalam bisnis yang dijalankan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui implemetasi *Business Model Canvas*, mengetahui analisis SWOT, dan mengetahui strategi pengembangan bisnis yang sebaiknya diterapkan pada UD. Sinar Harapan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan jenis penelitian menggunakan deskriptif. Penelitian dilakukan dengan menggunakan lima informan penelitian yang merupakan pemilik usaha, karyawan, dan tiga pelanggan UD. Sinar Harapan. Berdasarkan dari hasil data yang diperoleh dalam penelitian ini, ditemukan bahwa UD. Sinar Harapan belum sepenuhnya mengimplemtasikan *Business Model Canvas*. Tetapi, ada lima blok yang sudah digunakan, yaitu *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, dan *key activity*. UD. Sinar Harapan juga ditemukan bahwa perlunya strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan melalui analisis SWOT, dengan menambah jumlah varian, membuat produk baru, membuat merk label pada setiap kemasan, dan meningkatkan jejaringan media online agar lebih dikenal banyak pelanggan.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas perkenanan-Nya tugas akhir penyusunan skripsi dapat terselesaikan dengan lancar. Tugas akhir penyusunan skripsi merupakan bagian dari rencana penelitian sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Tuhan Yang Maha Esa**, yang telah memberikan berkat, kesehatan, perlindungan, serta kasih yang tak terhingga.
2. **Dr. Zainal Afandi, M. Pd.**, selaku Rektor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. **Dr. Subagyo, M.M.**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
5. **Zulistiani, M.M.**, dan **Rino Sardanto, M.Pd.**, selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan berbagi pengalaman kepada penulis.
6. **Bapak Mujianto, Bapak Heri**, selaku pemilik dan karyawan UD. Sinar Harapan yang telah memberikan ijin dan informasi yang berkaitan dengan penelitian.
7. **Kedua orang tua**, yang selalu memberikan dukungan, semangat, doa, nasehat, serta kesabaran yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis hingga dapat menyelesaikan penelitian ini.
8. **Mellysa**, selaku calon tunangan yang selalu mensupport dan memberikan semangat yang luar biasa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini.
9. **Teman-teman Manajemen 2019**, yang telah menemani saya dari belajar dikampus hingga menyelesaikan tugas akhir serta kesetiianya.
10. **Seluruh Dosen dan Karyawan Prodi Manajemen**
11. **Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri**

12. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan baik penulisan maupun materi, mengingat kemampuan yang dimiliki. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu masih diperlukannya saran maupun kritik dari semua pihak yang bersifat membangun senantiasa penulis harapkan demi sempurnanya skripsi ini.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya bagi dunia pendidikan.

Kediri, 14 Juli 2023

Penulis,

Jhosia Brillianda Adma Deanta

19.1.02.02.0092



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN .....	iv
MOTTO .....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Fokus Penelitian .....	6
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian.....	7
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Pengembangan Bisnis .....	9
2. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	10
3. Analisis SWOT .....	13
4. Matrik SWOT.....	15
B. Penelitian Terdahulu .....	18
C. Kerangka Berpikir .....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	23
1. Pendekatan Penelitian .....	23
2. Jenis penelitian .....	23
B. Kehadiran Peneliti .....	24
C. Lokasi Penelitian .....	25

D.	Tahapan Penelitian .....	26
E.	Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan.....	27
F.	Prosedur Pengumpulan Data .....	28
G.	Teknik Analisis Data .....	30
H.	Uji Keabsahan Temuan .....	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		33
A.	Gambaran Umum Informasi dan Diskripsi Situs Penelitian.....	33
1.	Sejarah Singkat UD. Sinar Harapan .....	33
2.	Letak Geografis UD. Sinar Harapan .....	35
3.	Visi dan Misi UD. Sinar Harapan .....	35
4.	Tujuan Usaha UD. Sinar Harapan.....	36
5.	Data Perijinan Usaha UD. Sinar Harapan .....	36
6.	Sumber Daya Manusia .....	37
7.	Struktur Organisasi UD. Sinar Harapan .....	37
8.	Proses UD. Sinar Harapan.....	38
9.	Alat produksi pada UD. Sinar Harapan.....	40
B.	Deskripsi Data Hasil Penelitian .....	40
1.	Tahap Analisis Data .....	43
2.	Uji Keabsahan Temuan .....	52
C.	Interpretasi dan Pembahasan .....	53
1.	Interpretasi.....	53
2.	Pembahasan .....	54
a.	<i>Business model canvas</i> .....	54
b.	Analisis SWOT .....	60
c.	Strategi Pengembangan Bisnis.....	66
BAB V PENUTUP.....		73
A.	TEMUAN .....	73
B.	IMPLIKASI .....	76
1.	Implikasi Teoritis .....	76
2.	Implikasi Praktis.....	77
C.	REKOMENDASI .....	77

DAFTAR PUSTAKA .....	78
DAFTAR LAMPIRAN.....	80

## DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Matrik SWOT .....	15
2.2. Faktor-faktor Strategi Eksternal .....	17
2.3. Faktor-faktor Strategi Internal.....	18
4.1. Jumlah Tenaga Kerja UD. Sinar Harapan.....	37
4.2. Alat Produksi.....	40
4.3 .Deskripsi Informan Penelitian.....	40
4.4. Evaluasi Faktor Internal .....	61
4.5. Evaluasi Faktor Eksternal .....	63
4.6. Matrik Internal – Internal .....	65
4.7. Matrik SWOT .....	66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. <i>Business Model Canvas</i> .....	10
2.2. Analisis SWOT .....	13
2.3. Kerangka Berpikir.....	21
3.1. Peta Lokasi UD. Sinar Harapan .....	25
4.1. Lokasi Desa Wonojoyo .....	35
4.2. Struktur Organisasi UD. Sinar Harapan.....	38
4.3. Kondisi <i>Business Model Canvas</i> UD. Sinar Harapan .....	60
4.4. Diagram SWOT UD. Sinar Harapan.....	65

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Persaingan bisnis pada bidang pangan di Indonesia semakin lama semakin ketat. Keadaan ini yang mengakibatkan munculnya persaingan yang pesat antar perusahaan. Perusahaan yang berhasil adalah perusahaan yang mampu memahami keadaan dan situasi pasar yang dapat berorientasi pada konsumen. Hal ini yang dapat mempengaruhi perusahaan untuk mengambil keputusan dalam menentukan strategi pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan. Pemilik perusahaan harus tanggap dalam memperhatikan lingkungan demi kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan, sehingga perusahaan harus memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan.

Pengembangan perusahaan ditentukan dengan adanya kemampuan dalam membangun strategi. Strategi memberikan kesadaran tentang arah dan tujuan suatu perusahaan untuk menjaga kestabilan perusahaan. Setiap perusahaan harus menggunakan strategi dalam mengembangkan usahanya. Bukan hanya perusahaan besar saja yang mempunyai manajemen strategi, perusahaan kecilpun sebaiknya dikelola dengan menggunakan manajemen strategi. Menurut Susanto (2014) manajemen strategi merupakan proses dalam pengambilan keputusan dan tindakan yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan. Dengan demikian manajemen strategis melibatkan pengambilan keputusan jangka panjang yang berorientasi pada masa depan.

Perusahaan yang memproduksi berbagai jenis produk akan bersaing pada tingkat bisnis ataupun pasar yang berbeda. Dalam bisnis, memerlukan pengembangan strategi yang selaras dengan misi, tujuan, dan kebijakan perusahaan (Abdurrahman, 2015). Hal ini yang dapat mempengaruhi strategi bisnis pada tingkat divisi yang menekankan persaingan produk, barang, atau jasa perusahaan dalam segmen pasar tertentu yang dilayani oleh divisi tersebut. Dalam menerapkan strategi bisnis yang baik juga harus memperhatikan perkembangan teknologi dan pangsa pasar yang tepat. Hal tersebut menjadi salah satu cara untuk bersaing dengan membuat strategi-strategi baru sehingga mempunyai model bisnis yang baik dan tepat pada perusahaan. Sejalan dengan Mazzarol, et al. (2017) menyatakan bahwa dalam pengembangan bisnis diperlukan strategi untuk memanfaatkan peluang dan mengurangi resiko yang dibuat dalam kerangka kerja sederhana untuk menggambarkan langkah-langkah yang harus dilakukan oleh sebuah bisnis. Setelah itu, untuk menggambarkan kondisi perusahaan sebagai alat dalam mengembangkan bisnisnya dapat melalui model bisnis.

Model bisnis mempunyai konsep pemikiran tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder et al., 2012). Model bisnis juga bertujuan untuk mengutamakan nilai sebagai bagian dari manajemen pengembangan teknologi (Al Adawiyah, 2017; dalam Putri et al., (2021)). Dalam hal ini model bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). *Business model canvas* digunakan sebagai alat oleh usaha kecil dan menengah (UKM) dalam tahap membangun kegiatan bisnis dan model bisnis (Hartatik & Baroto, 2017). Hal ini diperkuat dari penelitian yang dilakukan oleh

Harfiani & Pasaribu (2019) menyatakan bahwa metode *business model canvas* dapat memperluas segmentasi pasar yang dapat meningkatkan penjualan dengan memanfaatkan penjualannya melalui *online*.

Merubah model bisnis yang rumit menjadi sederhana merupakan salah satu keistimewaan dari *business model canvas* (Djufri & Lukman, 2020). Menurut Osterwalder et al., (2012) *business model canvas* menyatakan bahwa suatu logika tentang bagaimana sebuah usaha bertujuan untuk mendapatkan keuntungan yang digambarkan melalui 9 blok bangunan dasar. Pada *business model canvas* terdapat 9 blok yang sudah mencakup 4 bidang utama bisnis, antara lain: kelayakan keuangan, infrastruktur, penawaran, dan pelanggan. Sementara 9 blok ini, yaitu target konsumen (*customer segments*), nilai tambah yang diberikan kepada pelanggan (*value propositions*), jalur penghubung produsen dan konsumen (*channels*), sumber daya utama (*key resources*), mitra utama dalam bisnis (*key partnership*), komponen biaya (*cost structure*), kegiatan utama (*key activities*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), pendapatan (*revenue streams*). Apabila, BMC dapat diwujudkan dengan baik dan sesuai dengan target maka perusahaan mampu memiliki kompetisi bisnis dari inovasi yang semakin meningkat setiap tahun.

Salah satunya pada bidang usaha makanan yang banyak diminati masyarakat pada masa sekarang adalah kerupuk. Penikmat kerupuk bukan hanya dari kalangan ekonomi menengah kebawah melainkan juga kalangan ekonomi menengah keatas. Jadi dapat dikatakan bahwa kerupuk banyak dikonsumsi oleh berbagai kalangan masyarakat.



UD. Sinar Harapan merupakan perusahaan yang memproduksi kerupuk. Perusahaan berupaya untuk menerapkan manajemen strategi dalam bisnis yang dijalankan. Tujuan perusahaan selalu mengutamakan layanan dan kepuasan terhadap kebutuhan konsumen. UD. Sinar Harapan menjual jenis kerupuk uyel mentah yang memiliki tiga macam varian ukuran. Perusahaan hingga saat ini masih memasarkan produk dengan menggunakan media *online* melalui platform *Facebook* dan *Whatsapp*. Selain itu, perusahaan juga memasarkan produk dengan berkeliling di beberapa distributor atau penggoreng yang ada di Indonesia.

Namun meningkatnya permintaan pasar menyebabkan perusahaan UD.Sinar Harapan saat ini mengalami permasalahan. Hal ini disebabkan produksi kerupuk uyel yang rata-rata perhari masih memproduksi 700 kg. Perusahaan menduga sumber dari permasalahan adalah kurangnya sumber daya yang ada dan mesin produksi sehingga belum bisa memenuhi kebutuhan pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ermaya & Darna (2019) menyatakan bahwa permodalan dan keterbatasan penggunaan teknologi dianggap menjadi penghambat untuk mengembangkan bisnisnya. Menurut penelitian yang telah dilakukan oleh Tambunan (2002) bahwa keberhasilan sebuah perusahaan dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor internal dan faktor eksternal yang dapat berupa kualitas sumber daya manusia, kekuatan modal, dan jejaringan bisnis dengan pihak luar.

Selain itu, perusahaan juga ingin mengetahui kebutuhan pasar agar bisa mencapai semua permintaan konsumen. Hal tersebut digunakan untuk membuat strategi yang tepat guna meningkatkan produksi. Permasalahan yang terjadi tidak

hanya itu saja melainkan pada SOP (*Standar Oprasional Prosedur*) yang belum berjalan dengan baik. Hal ini terjadi karena adanya hambatan personal datangmya dari karyawan yang tidak mau mendukung adanya SOP di dalam perusahaan. Beberapa karyawan masih belum paham secara benar tentang maksud, tujuan dan manfaat adanya SOP. Dengan demikian SOP yang diberikan perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik dan benar.

Menurut Chesbrought (2006) perusahaan yang tidak menjalankan strategi usahanya tidak akan dapat berjalan maksimal jika tidak didasari dengan perumusan dan pengkajian model bisnis yang tepat. Hal ini sesuai dengan permasalahan yang ada di UD. Sinar Harapan, bahwa metode *business model canvas* dapat dijadikan sebagai metode untuk mengembangkan model bisnis baru dengan memanfaatkan strategi yang ada. Penggunaan *business model canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis sebuah perusahaan dan hubungan yang terjadi antar blok dengan cara yang lebih atraktif. *Business model canvas* juga dapat digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis baru. Sehingga perusahaan UD. Sinar Harapan dapat bersaing dan memiliki keunggulan dari kompetitor-kompetitor yang lainnya.

Untuk mengembangkan BMC, perusahaan dapat memulai dari memotret keadaan saat ini, diikuti dengan analisis SWOT. Hasil analisis SWOT dapat digunakan untuk merancang model bisnis perbaikan dan prototype model-model bisnis masa depan. Analisis SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunity, Threats*) menurut Kotler & Keller (2009) merupakan cara untuk mengamati lingkungan

pemasaran eksternal dan internal. Analisis SWOT memaksimalkan kekuatan (*strengths*) dan peluang (*opportunities*), tetapi dengan cara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu, penelitiannya hanya dilakukan pada usaha lain bukan di bidang kerupuk. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul “**Analisis Pengembangan Bisnis Pada UD. Sinar Harapan Melalui Pendekatan *Business Model Canvas***”. Hal ini dikarenakan tidak ada yang mengutamakan pesaing khususnya pada bidang kerupuk. Selain itu, perusahaan menggunakan *business model canvas* juga akan membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* sehingga memahami bagaimana produk yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga ketangan konsumen yang lebih luas.

## **B. Fokus Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, penelitian ini difokuskan untuk menghindari pembahasan terlalu luas. Penulis memfokuskan masalah penelitian dalam melakukan implementasi dan formulasi pengembangan bisnis pada UD. Sinar Harapan melalui pendekatan *Business Model Canvas*.

## **C. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana implementasi *Business Model Canvas* pada UD. Sinar Harapan?
2. Bagaimana analisis SWOT pada UD. Sinar Harapan?

3. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang sebaiknya diterapkan sesuai analisis SWOT pada UD. Sinar Harapan?

#### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui implementasi Business Model Canvas pada UD. Sinar Harapan.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT pada UD. Sinar Harapan.
3. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis yang sebaiknya diterapkan melalui analisis SWOT pada UD. Sinar Harapan.

#### **E. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis untuk mengetahui implementasi dan formulasi pengembangan bisnis pada UD. Sinar Harapan melalui pendekatan *Business Model Canvas*. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi dan menambah wawasan tentang *Business Model Canvas* bagi penelitian selanjutnya.

2. Manfaat praktis

- a. Bagi pengusaha

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran kepada pelaku usaha baik usaha kecil maupun besar mengenai pemahaman tentang *Business Model Canvas* yang berguna untuk penyusunan alternatif strategi pengembangan usaha.

b. Bagi akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan untuk meningkatkan kualitas mahasiswa terkait dengan pemahaman konsep *Business Model Canvas* yang berhubungan dengan matakuliah kewirausahaan.

c. Bagi penulis selanjutnya

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis selanjutnya tentang pemahaman lebih dalam mengenai konsep implementasi dan formulasi pengembangan bisnis perusahaan melalui pendekatan *Business Model Canvas*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Pustaka Setia.
- Anoraga, P. (2007). *Pengantar Bisnis: Pengelolaan Bisnis dalam Era Globalisasi*. Rieneka Cipta.
- Brown, R. D., & Petrello, G. J. (1976). *Introduction to Business, An Integration Approach*. Glen Coe Press.
- Chesbrough, H. W. (2006). *Open Business Models: How to Thrive in The New Innovation Landscape*. Harvard Business School Press.
- Djufri, W., & Lukman, S. (2020). Strategi Pengembangan Workshop PT Semen Padang (Pendekatan Analisis SWOT dan Model Bisnis Kanvas). *Menara Ilmu, XIV*(02), 158–164.
- Ermaya, S. K., & Darna, N. (2019). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk). *Business Management and Entrepreneurship Journal, 1*(3), 207–210.
- Harfiani, R., & Pasaribu, M. (2019). Implementasi Business Model Canvas Pada CV. Media (Penerbit dan Distributor Buku Pelajaran PAUD). *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1*(1), 200–208. <https://doi.org/>
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri, 18*(2), 113–120. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ketiga Belas. (13 Jilid 2; A. Maulana & Y. S. Hayati, Ed)*. Erlangga.
- Machfoedz, M. (2006). *Kewirausahaan, Metode, Manajemen, dan Implementasi*. BPFE.
- Mazzarol, et al. (2017). *Entrepreneurship and Innovation Theory, Practice and Context*. Springer The Business Book.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Movement, T. (2012). Business Model Generation. In *Kybernetes* (Vol. 41, Issue 5/6). <https://doi.org/10.1108/03684921211261761>
- Putri, M. A., Alfatah, Z. A., & Kusumawati, A. N. (2021). *Perencanaan Bisnis*

*Oleh-oleh dan Agrowisata di Kabupaten Grobogan Menggunakan Bussines Model Canvas*. 2(November), 12–21.

Rangkuti, F. (2015). *Teknik Membedah Kasus Bisnis Analisis SWOT (Cetakan kedua puluh)*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sancoko, A. H. (2015). Strategi Pengembangan Bisnis Makanan Dan Minuman Pada Depot Time To Eat Surabaya. *Agora*, 3(1), 185.

Satori, D., & Khomariah, A. (2014). *Metodelogi Penelitian Kualitatif (Cetakan ke)*. CV. Alfabeta.

Sedarmayanti. (2018). *Manajemen Strategi (Cetakan ketiga)*. PT. Refika Aditama.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Alfabet.

Susanto, A. (2014). *Manajemen Strategik Komprehensif*. Erlangga.

Tambunan, T. T. H. (2002). *Usaha Kecil dan Menengah di Indonesia: Beberapa Isu Penting*. Penerbit Salemba Empat.