

**IMPLEMENTASI MODEL BISNIS *BUSINESS TO CUSTOMER*
(B2C) PADA IKM (INDUSTRI KECIL MENENGAH) YANG
TERDAFTAR DI RUMAH KURASI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

DISTYA RATIH PERMATASARI

NPM: 2012010277

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

**IMPLEMENTASI MODEL BISNIS *BUSINESS TO CUSTOMER*
(B2C) PADA IKM (INDUSTRI KECIL MENENGAH) YANG
TERDAFTAR DI RUMAH KURASI KOTA KEDIRI**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi Sebagian syarat guna
memperoleh gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen



OLEH :

DISTYA RATIH PERMATASARI

NPM: 2012010277

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

Skripsi oleh

DISTYA RATIH PERMATASARI

NPM: 2012010277

Judul

**IMPLEMENTASI MODEL BISNIS *BUSINESS TO CUSTOMER* (B2C)
PADA IKM (INDUSTRI KECIL MENENGAH) YANG TERDAFTAR DI
RUMAH KURASI KOTA KEDIRI**

Telah disetujui untuk diajukan kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada tanggal : 10 Januari 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I,



Dian Kusumaningtyas, M.M.
NIDN. 0703108302

Dosen Pembimbing II,



Riko Sardanto, M.Pd.
NIDN. 0730127403

Skripsi oleh

DISTYA RATIH PERMATASARI

NPM: 2012010277

Judul

**IMPLEMENTASI MODEL BISNIS *BUSINESS TO CUSTOMER* (B2C)
PADA IKM (INDUSTRI KECIL MENENGAH) YANG TERDAFTAR DI
RUMAH KURASI KOTA KEDIRI**

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

Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dian Kusumaningtyas, M.M.
2. Penguji I : Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, M.M.
3. Penguji II : Rino Sardanto, M.Pd.



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Distya Ratih Permatasari
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl lahir : Kediri/ 13 Mei 1998
NPM : 2012010277
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, 2023

Yang Menyatakan

MATERAI

10000

DISTYA RATIH PERMATASARI

NPM: 2012010277

MOTTO

“I feel like the possibility of all those possibilities being possible is just another possibility that can possibly happen.”

- Mark

Kupersembahkan karya ini kepada :

Diri saya sendiri karena mampu melewati fase yang telah terlewati dan bertahan hingga saat ini.

ABSTRAK

Distya Ratih Permatasari: Implementasi Model Bisnis *Business To Customer* (B2C) Pada IKM (Industri Kecil Menengah) yang Terdaftar di Rumah Kurasi Kota Kediri, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata kunci: *Business to Customer* (B2C), Rumah Kurasi, Potensi.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh maraknya IKM (Industri Kecil Menengah) yang didukung dengan kehadiran rumah kurasi kota Kediri yang merupakan program kolaborasi antara Bank Indonesia, Dinas Koperasi UMKM, serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan. Rumah kurasi membantu memastikan keberadaan setiap produk IKM memiliki standar mutu dan kelayakan sehingga dapat dipastikan produk dari IKM memiliki potensi untuk dikembangkan. Kendatipun fungsi rumah kurasi ini sangat membantu IKM, dalam penerapannya dan prakteknya banyak IKM yang masih menggunakan model bisnis *Business To Customer* (B2C). IKM hendaknya mengimplementasikan model bisnis *Business To Customer* (B2C) bertujuan untuk membangun brand loyalty supaya customer mengenal dan loyal terhadap brand mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengimplementasian model bisnis *Business To Customer* (B2C) oleh IKM yang terdaftar dalam pembinaan rumah kurasi kota Kediri dalam upaya meningkatkan penjualan dan mengembangkan potensi produk, serta sebagai bahan untuk memberikan sumbangsih bagi IKM dalam meng-*upgrade* potensi produk yang diproduksi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan data yang diperoleh melalui metode Observasi, Wawancara, Dokumentasi dan analisis data secara kualitatif. Sumber informan dari penelitian ini diambil berdasarkan kriteria-kriteria yang telah ditentukan. Kesimpulan hasil penelitian ini adalah bahwa dalam implementasi model bisnis *Business To Customer* (B2C) oleh IKM yang terdaftar dalam pembinaan rumah kurasi kota Kediri sangat memiliki potensi pada produknya namun adanya kendala seperti keterbatasan modal, inovasi, pengetahuan akses pasar global menjadi hambatan untuk IKM melakukan upgrading produk mereka.

ABSTRACT

Distya Ratih Permatasari: Implementation of Business To Customer (B2C) Business Models for IKM (Small and Medium Industry) Registered at the Kediri City Curation House, Thesis (Submitted in partial Fulfillment of the Requirements for the Degree of Sarjana Manajemen (S.M.) in Management Program), Management, FEB UNP Kediri, 2022.

Keywords: Business to Customer (B2C), Curation House, Potential.

The background of this research is the rise of IKM (Small and Medium Industry) which is supported by the presence of the curation house in the city of Kediri which is a collaborative program between Bank Indonesia, the MSME Cooperative Service, and the Industry and Trade Office. The curation house helps ensure that every IKM product has quality and feasibility standards so that products from IKM can be sure to have the potential to be developed. Even though the curation house function is very helpful for IKM, in its application and practice many IKM still use the Business To Customer (B2C) business model. IKMs should implement a Business To Customer (B2C) business model aimed at building brand loyalty so that customers know and are loyal to their brand. The purpose of this research is to find out how the Business To Customer (B2C) business model is implemented by IKMs registered in the development of curated houses in the city of Kediri in an effort to increase sales and develop product potential, as well as materials to contribute to IKMs in upgrading the potential of their products. produced. This study uses descriptive qualitative research with data obtained through observation, interviews, documentation and qualitative data analysis. Sources of informants from this study were taken based on predetermined criteria.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat beserta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan skripsi ini tepat waktu.

Skripsi yang berjudul **“Implementasi Model Bisnis *Business to Customer* (B2C) Pada IKM (Industri Kecil Menengah) yang Terdaftar di Rumah Kurasi Kota Kediri”** diajukan sebagai salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Manajemen pada program studi Manajemen UN PGRI Kediri .

Penyusunan Skripsi ini tidak akan berhasil tanpa adanya bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terimakasih kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. , selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meiliana, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Dian Kusumaningtyas, M.M., selaku Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan sehingga terselesainya skripsi ini.
5. Rino Sardanto, M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II dan Dosen Wali yang telah memberikan bimbingan sehingga terselesainya skripsi ini.
6. Drs. Setyohadi, M.Si., selaku kepala Rumah Kurasi kota Kediri yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
7. Dietya Nuris Liarachma, S.Pt., selaku verifikator Rumah Kurasi kota Kediri yang telah memberikan arahan dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh Dosen dan *staff* Program Studi Manajemen yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat kepada mahasiswa.
9. Ibu Yuyun Trihandini, selaku *owner* CV. Frenzy.
10. Mas Degos Kirono Putro, selaku *owner* Native Indonesia.
11. Bu Nining Dyah Ayu, selaku *owner* Dykajoel (Bu Mumuk).
12. Bu Nining Nunung Wiwin Aryanti, selaku *owner* Numansa Batik.
13. Mbak Ayu Budi Masriana, selaku *owner* Madu Murni IRO TAWON.
14. Bu Cynthia Puspitasari, selaku *owner* Makwo Coffee.

15. Mbak Ike Nurma Kurnia Hesti, selaku *owner* Kripsun.

16. Bu Henny Apriati Istyoayu, selaku *owner* FARDA.

17. Mbak Roosita Septaningtias, selaku *owner* Kak Roos.

18. Bapak Riadi, selaku *owner* Chef Adi.

19. Keluarga saya yang sudah mendukung dan menjadi motivasi terbesar saya dalam menjalankan studi dan seluruh aktivitas yang berkaitan di dalam kampus maupun kegiatan akademik di luar kampus.

20. Diri saya sendiri sendiri karena mampu mengikuti perkuliahan dari awal hingga akhir

Dalam penulisan skripsi ini penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan baik tulisan maupun hal lainnya, serta terdapat banyak kekurangan dalam penyelesaian Skripsi ini. Maka dari itu, saran dan kritik yang bersifat membangun sangat diharapkan oleh penulis.

Kediri,

2023

DISTYA RATIH PERMATASARI
NPM. 201201277

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I :PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian.....	5
C. Rumusan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II :LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	8
1. Implementasi.....	8
2. <i>Business to Customer (B2C)</i>	9
3. Rumah Kurasi.....	11
B. Penelitian Terdahulu.....	14
C. Kerangka Berpikir	18
BAB III :METODE PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian dan Jenis Penelitian	19

B. Kehadiran Peneliti	20
C. Situs Penelitian.....	20
D. Tahapan Penelitian	20
E. Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan	22
F. Prosedur Pengumpulan Data.....	22
G. Teknik Analisis Data	24
H. Uji Keabsahan Data.....	25

BAB IV :HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Informan.....	27
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	30
C. Interpretasi dan Pembahasan	59

BAB V :PENUTUP

A. Temuan	61
B. Implikasi	61
C. Rekomendasi.....	61
Daftar Pustaka.....	63
Lampiran-lampiran	65

DAFTAR TABEL

Gambar	halaman
Tabel 2.1 : Penelitian Terdahulu	11
Tabel 2.2 : Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 : Profil Informan.....	24
Tabel 4.2 : Situs Penelitian.....	25
Tabel 4.3 : Rekomendasi Industri Kecil Menengah (IKM) yang berpotensi oleh Rumah Kurasi kota Kediri.....	27

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
Gambar 1.1 : Grafik Perkembangan data unit usaha UMKM Tahun 2016-2017.....	2
Gambar 1.2 : Grafik Perkembangan data unit usaha UMKM Tahun 2017-2018.....	2
Gambar 1.3 : Grafik Perkembangan data unit usaha UMKM Tahun 2018-2019.....	3
Gambar 2.1 : Kerangka Berpikir.....	17

BAB I

PENDAHULUAN

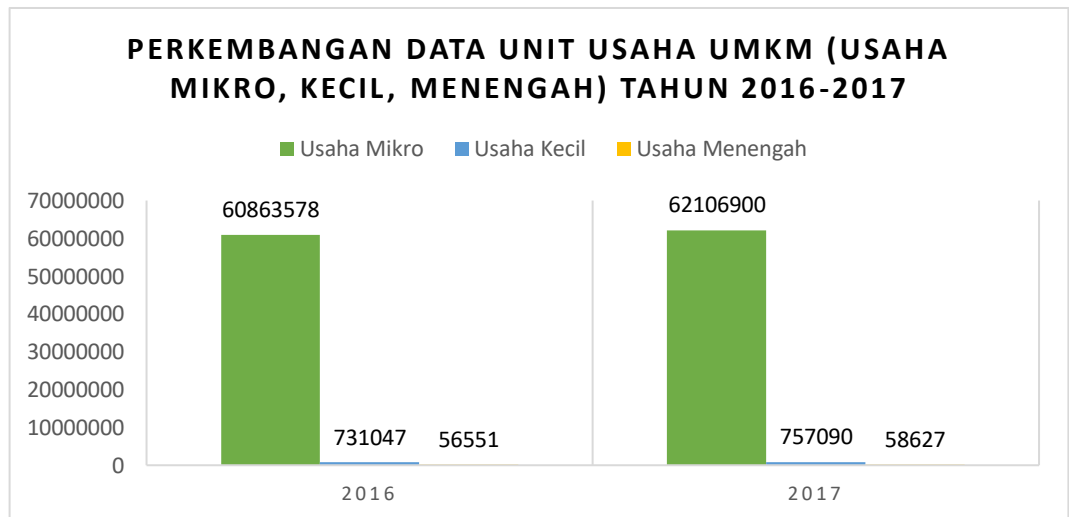
A. Latar Belakang

Sudah menjadi hal umum dan lumrah apabila kedudukan ekonomi menjadi penyokong terbesar berjalannya suatu roda pergerakan kehidupan sebuah individu, kelompok, maupun organisasi. Kontribusi pergerakan ekonomi begitu krusial lantaran ekonomi menunjang bagaimana cara menerapkan, menghanturkan, mengolah serta memanfaatkan sumber daya menjadi suatu hal yang potensial di masa mendatang.

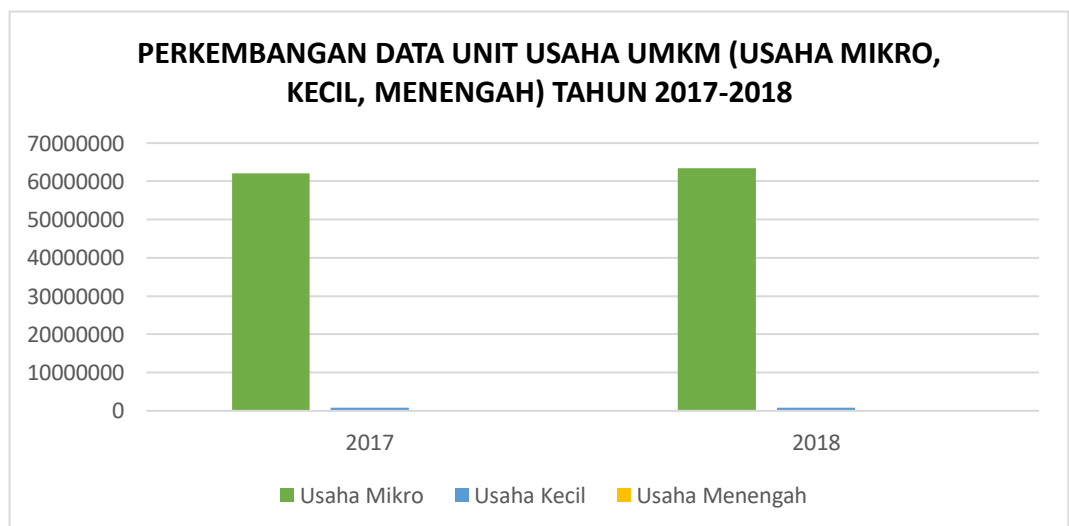
Pelaku ekonomi yang dimaksud dalam hal ini antara lain pelaku UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), UKM (Usaha Kecil Menengah), serta IKM (Industri Kecil Menengah). Definisi masing-masing pelaku ekonomi tersebut berbeda namun dalam pelaksanaannya fokus atau target mereka adalah para konsumen dengan produk, harga, dan profil yang berbeda.

Menurut UU No. 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah, usaha mikro adalah usaha produktif yang dimiliki oleh perseorangan dan/atau badan usaha perseorangan yang memenuhi syarat-syarat tertentu. Usaha kecil ialah sektor ekonomi yang beroperasi secara terpisah dari perusahaan besar. Dijalankan oleh perorangan atau badan usaha yang bukan ialah anak perusahaan atau cabang usaha menengah atau besar yang memenuhi kriteria yang ditentukan. Usaha Menengah ialah badan ekonomi mandiri yang dijalankan oleh orang perseorangan atau badan usaha yang bukan merupakan anak perusahaan atau cabang perusahaan yang terasosiasi baik langsung maupun tidak langsung dengan Usaha Kecil atau Usaha Besar, sebagaimana dimaksud dalam UU No. 20 Tahun 2008, dari total kekayaan bersih atau hasil penjualan tahunan. Naskahnya mengacu pada peraturan yang dikeluarkan Menteri Perindustrian RI pada tahun 2016.

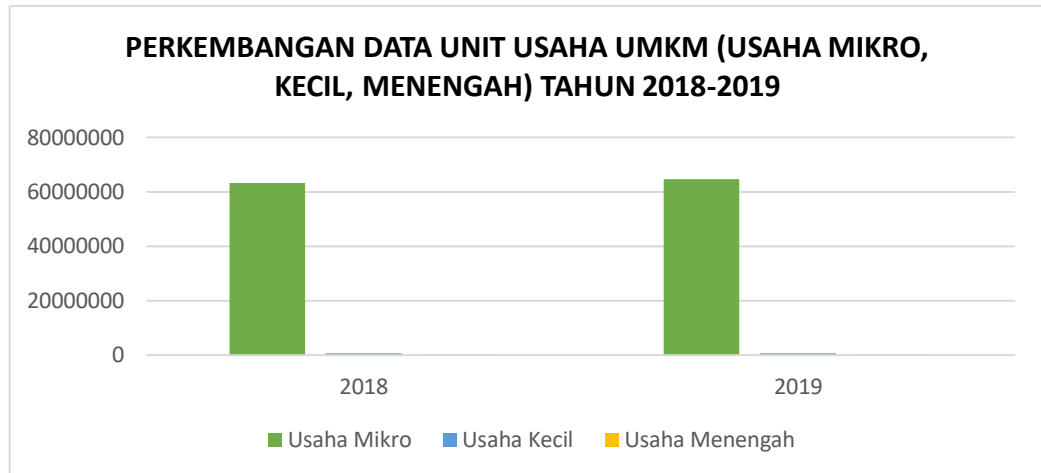
Informasi selanjutnya adalah data perkembangan unit usaha UMKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) yang meliputi usaha mikro, usaha kecil, dan usaha menengah di Indonesia mulai tahun 2016. Data ini bersumber dari situs resmi UMKM. Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia.



Gambar 1.1 Grafik Perkembangan data unit usaha UMKM Tahun 2016-2017
(Sumber data: website Kementerian Koperasi dan UMKM RI)



Gambar 1.2 Grafik Perkembangan data unit usaha UMKM Tahun 2017-2018
(Sumber data: website Kementerian Koperasi dan UMKM RI)



Gambar 1.3 Grafik Perkembangan data unit usaha UMKM Tahun 2018-2019
(Sumber data: website Kementerian Koperasi dan UMKM RI)

UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), UKM (Usaha Kecil Menengah), serta IKM (Industri Kecil Menengah) sangat berkaitan dan bersinggungan. Perbedaan antara UKM dengan IKM ialah IKM fokus pada kegiatan produksi berbagai jenis barang yang dipergunakan manusia dalam kesehariannya, sedangkan UKM dapat didefinisikan sebagai kegiatan pemasaran dari produk-produk yang sebelumnya sudah diproduksi dalam IKM. Sehingga bisa disimpulkan IKM (Industri Kecil Menengah) sangat berkaitan erat dengan UKM maupun UMKM.

Berdasarkan No. 64 Tahun 2016 terkait Besaran Jumlah Tenaga Kerja dan Nilai Investasi Klasifikasi Industri, penyelenggaraan usaha industri dibedakan menjadi tiga kelompok, ialah Industri Kecil, Industri Menengah, dan Industri Besar. Teks tersebut mengacu pada peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia tahun 2016 yang diterbitkan. Industri kecil adalah industri yang mempunyai tenaga kerja paling banyak 19 orang dan nilai investasi dibawah Rp1.000.000.000,00, tidak termasuk nilai tanah maupun bangunan tempat usaha itu berada. Industri menengah adalah industri yang memenuhi kriteria tertentu, antara lain mempekerjakan minimal 20 orang dan mempunyai nilai investasi terbanyak Rp15.000.0000.000,00 (lima belas miliar rupiah) (Peraturan Menteri Perindustrian Republik Indonesia, 2016)

Kegiatan bisnis IKM di Indonesia pada kenyataannya memiliki potensi padat karya yang cukup besar, yang artinya kegiatan produksi yang diaplikasikan pada industri ini mampu menjadi jembatan atau alternatif dalam memecahkan masalah ketenagakerjaan dilaksanakan di waktu singkat. Kesempatan membuka lapangan kerja bagi masyarakat sekitar yang tinggal di sekitar daerah industri maupun bidang yang relevan dengan apa yang dibutuhkan IKM (Industri Kecil Menengah) selama beroperasi.

Dalam melaksanakan kegiatan bisnisnya, IKM (Industri Kecil Menengah) menggunakan dua model bisnis yang biasa disebut dengan B2B (*Business To Business*) maupun B2C (*Business to Customer*). Kedua model bisnis sudah pasti tentu bersegmentasi pada keuntungan atau *profit*. Yang membedakan adalah B2B (*Business To Business*) kegiatan transaksinya terjadi antara satu bisnis dan bisnis lainnya sedangkan B2C (*Business to Customer*) kegiatan transaksi dilakukan antara pelaku bisnis dengan pelanggan secara langsung.

B2C (*Business to Customer*) sudah banyak digunakan oleh pelaku usaha dan banyak mengalami peningkatan. Dengan adanya model bisnis ini, pelaku usaha khususnya IKM dapat berinteraksi langsung pada konsumen. Sehingga, IKM dapat mengetahui segmentasi pasar ataupun tren yang sedang *hype*. IKM juga dapat mengetahui apa saja keinginan konsumen yang nantinya dapat dikembangkan dalam suatu produk baru.

Penelitian sebelumnya berjudul “Pengaruh Strategi Pemasaran B2B dan B2C Terhadap Perilaku Pembelian Tiket Pesawat di Lingkungan Mahasiswa” oleh Sudirman Hi Umar et. al. menyoroti berbagai karakteristik B2C yang fokus pada penyediaan layanan atau penjualan barang secara langsung kepada konsumen individu atau kelompok. Hal ini lebih lanjut dikuatkan oleh Sinaga et. al., n.d. (2021), yang menyatakan bahwa perusahaan mikro, kecil, dan menengah (UMKM) biasanya memiliki skala terbatas dalam dimensi operasionalnya.

Dalam penelitian ini, peneliti mencoba melihat implementasi model bisnis B2C (*Business to Customer*) melalui aktivitas tiap IKM yang terdaftar dan direkomendasikan oleh rumah kurasi kota Kediri. Produk dan komoditi

tiap IKM tentu berbeda jenis dan mempunyai keunikan tersendiri dalam desain produk yang mereka produksi, selain itu bagaimana mereka menentukan segmentasi pasar dengan melihat karakteristik, kebutuhan, dan tujuan masing-masing IKM. Tetapi upaya tersebut masih hanya terbatas pada interaksi dengan target konsumen sehingga untuk naik pada metode B2B (*Business to Business*) dirasa masih menjadi kendala bagi sebagian IKM. Sedangkan para pelaku IKM sudah mendapatkan pelatihan yang dinaungi oleh Yayasan rumah kurasi kota Kediri serta memiliki surat izin yang dikantongi sebagai syarat mengedarkan produk mereka.

Oleh sebab itu, pada aktivitas penelitian ini dikehendaki tujuan untuk menggali lebih dalam dan bukan hanya menerka-nerka saja terkait bagaimana implementasi metode B2C (*Business to Customer*) terhadap produk IKM (Industri Kecil Menengah) yang terdaftar di rumah kurasi kota Kediri. Untuk itu, peneliti mengadakan penelitian dengan judul **“Implementasi Model Bisnis *Business to Customer* (B2C) pada IKM (Industri Kecil Menengah) yang Terdaftar di Rumah Kurasi Kota Kediri”**

B. Fokus Penelitian

Dari latar belakang diatas dapat disampaikan apabila penelitian ini memfokuskan kepada IKM (Industri Kecil Menengah) yang terdaftar dibawah naungan rumah kurasi kota Kediri yang kesahinnya telah mendapatkan pelatihan yang diberikan oleh Yayasan rumah kurasi, berdomisili di wilayah kota Kediri, serta sedang menerapkan metode atau model bisnis B2C (*Business to Customer*).

C. Rumusan Masalah

Berkenaan dengan realisasi penelitian ini, rumusan masalah yang dapat diutarakan ialah:

1. Bagaimana pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) mengimplementasikan model bisnis B2C (*Business to Customer*)?

2. Bagaimana karakter IKM (Industri Kecil Menengah) dapat menyokong promosi produk yang dijual?
3. Bagaimana persepsi pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) dalam menerapkan strategi pemasaran yang terbatas?
4. Bagaimana potensi produk IKM (Industri Kecil Menengah) dengan adanya pelatihan yang diselenggarakan oleh yayasan rumah kurasi?

D. Tujuan Penelitian

Pada hakikatnya dalam merealisasikan setiap kegiatan atau aktivitas diperlukan acuan yang membidik pada sasaran yang akan diraih. Dengan demikian, dalam menunaikan aktivitas penelitian ini tidaklah lepas dari adanya tujuan atau sasaran yang akan diraih serta relevan dengan sasaran penelitian. Berikut adalah tujuan penelitian yang akan digapai antara lain:

1. Untuk mengetahui implementasi penerapan model bisnis B2C (*Business to Customer*) yang dijalankan oleh pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) dibawah naungan rumah kurasi kota Kediri.
2. Untuk mengetahui bagaimana aktivitas promosi yang dilakukan pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) didukung oleh *background* ataupun citra dari IKM (Industri Kecil Menengah) dibawah naungan rumah kurasi kota Kediri.
3. Untuk mencari solusi kendala terkait pemasaran yang terbatas oleh pelaku IKM (Industri Kecil Menengah) dibawah naungan rumah kurasi kota Kediri.
4. Untuk menggali adakah potensi dari produk IKM (Industri Kecil Menengah) dibawah naungan rumah kurasi kota Kediri setelah dilaksanakan pelatihan oleh rumah kurasi terhadap IKM (Industri Kecil Menengah) yang terdaftar.

E. Manfaat Penelitian

Kegiatan penelitian baik itu penelitian kuantitatif maupun kualitatif sudah pasti diharapkan mampu memberikan manfaat yang sepadan dengan topik penelitian dan metode yang digunakan pada aktivitas penelitian yakni metode kualitatif yang sifatnya teoritis dan praktis. Berknaan dengan hal tersebut, manfaat penelitian yang relevan dengan topik penelitian ini:

1. Manfaat teoritis,
 - a. Aktivitas penelitian diharapkan bisa digunakan sebagai rujukan atau landasan oleh masyarakat umum, pelaku IKM (Industri Kecil Menengah), ataupun para peneliti lain pada saat menggarap penelitian lain yang sejenis terkait model bisnis B2C (*Business to Customer*).
 - b. Hasil penelitian ini sebagai salah satu kontribusi yang diwujudkan dalam arsip akademik yang bermanfaat sebagai referensi dalam aktivitas akademik terkhusus Fakultas Ekonomi dan Bisnia Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Manfaat Praktis
 - a. Untuk Pelaku IKM

Hasil penelitian yang diperoleh setelah adanya kegiatan penelitian dimaksudkan dapat membagikan persepsi, pendapat, dan bahan masukan terhadap para pelaku IKM (Industri Kecil Menengah), yang relevan atas kegiatan usaha dengan mengimplementasikan model bisnis B2C (*Business to Customer*) dalam pelaksanaannya agar mampu melebarkan potensi ataupun kapasitas kegiatan usahanya dalam jangka pendek (*short-term*) ataupun jangka Panjang (*long-term*).
 - b. Untuk Peneliti Selanjutnya

Hasil penelitian yang diperoleh setelah adanya kegiatan penelitian dimaksudkan sebagai tambahan pengetahuan yang dimaksud dalam hal ini rujukan atau acuan terkait implementasi model bisnis B2C (*Business to Customer*) yang diterapkan pada kegiatan usaha IKM (Industri Kecil Menengah).

DAFTAR PUSTAKA

Alda, M. (2022). Perancangan E-Commerce Penjualan Kue Dengan Menerapkan Model B2C (Business To Consumer). In *JCBD JOURNAL OF COMPUTERS AND DIGITAL BUSINESS* (Vol. 1, Issue 1).

David Manuputty, A., Purwanto, Mc., & Kristen Satya Wacana Salatiga, U. (2015). *Perancangan dan Implementasi Sistem E-Commerce B2C YeS Snack Salatiga Artikel Ilmiah Peneliti: Yosua Wisnu (682013707) Program Studi Sistem Informasi Fakultas Teknologi Informasi.*

Hidayatuloh, S., & Irawan, A. (n.d.). *SISTEM E-COMMERCE B2C PADA PT. HARAPAN SENTOSA NUSANTARA JAKARTA PUSAT.*

Moleong, L. J. (2013). *Metode Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi.* Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyadi, D. (2015). *Study Kebijakan Publik dan Pelayanan Publik.* Bandung: Alfabeta.

Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian.* Bogor: Ghalia Indonesia.

PERMEN RESTRUKTURISASI 2014. (n.d.).

Permenperin_No_64_2016. (n.d.).

Rumah Kurasi. (n.d.). *Kriteria.* Retrieved from Rumah Kurasi:
<https://www.rumahkurasi.com/>

UU Nomor 03 Tahun 2014. (n.d.).

UNDANG-UNDANG REPUBLIK INDONESIA. (n.d.).

Utama, K. M. R. A., Umar, R., & Yudhana, A. (2021). IMPLEMENTASI METODE BUSINESS TO COSTUMER PADA SISTEM INFORMASI TOKO KGS RIZKY MOTOR. *RADIAL: Jurnal Peradaban Sains, Rekayasa Dan Teknologi*, 9(2), 173–184. <https://doi.org/10.37971/radial.v9i2.234>

Shadrina Zatalini, N. (n.d.). *The Increase of Business to Consumers (B2C) E-Commerce in Semarang, Indonesia (A Case of Lazada.co.id).* www.trustedcompany.com

Sheldon, R. (2022). “*Performance and accountability reporting (PAR)*”. Retrieved from [Techtarget.com: https://www.techtarget.com/searchhrsoftware/definition/performance-and-accountability-reporting-PAR](https://www.techtarget.com/searchhrsoftware/definition/performance-and-accountability-reporting-PAR)

Sinaga, J., Ayuningtyas, E. A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (n.d.). *Peranan Business to Consumer (B2C) dalam Mendukung Ekonomi Digital UMKM*. <http://ejurnal.stieipwija.ac.id/index.php/prc71>

Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja.

Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. ALFABETA.

Syahida, A. (2014). *Implementasi Perda Nomor 14 Tahun 2009 Tentang Pengelolaan Sampah Di Kota Tanjungpinang (Study Kasus Di Kelurahan Tanjung Unggat)*. Tanjungpinang.

UKM, K. K. (2022). *Dashboard Satu Data KUMKM*. Retrieved from KEMENKOPUKM:
https://satudata.kemenkopukm.go.id/kumkm_dashboard/

```
@article{, author = {* Kiagus and Muhammad Rizky and Alditra Utama and Rusydi Umar and Anton Yudhana}, doi = {10.37971/radial.v9i2.234}, title = {IMPLEMENTASI METODE BUSINESS TO COSTUMER PADA SISTEM INFORMASI TOKO KGS RIZKY MOTOR}, url = {https://doi.org/10.37971/radial.v9i2.234}, }
```