



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**Eksplorasi Model Bisnis Menggunakan SWOT dan Business Model Canvas
di Toko Djaya**

Oleh:

Maulana Yoga Pamungkas	(2112010051)
Edy Joko Soeprijatno., S.E., M.M.	(0715106203)
Dodi Kusuma Hadi Soedjoko., S.H., M.M.	(0715127402)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
JUNI 2025**

HALAMAN PENGESAHAN

- | | |
|------------------------------------|--|
| 1. Judul Penelitian | : Eksplorasi Model Bisnis Menggunakan SWOT dan Business Model Canvas di Toko Djaya |
| 2. Ketua | |
| a. Nama Lengkap | : Maulana Yoga Pamungkas |
| b. NPM | : 2112010051 |
| c. Fak/Prodi | : FEB/Manajemen |
| d. Alamat Rumah | : Jln. Joyoboyo, Gang Bambu 1, Dsn Karangrejo, Kec. Ngasem, Kab Kediri |
| e. Telp./HP | : 089674427859 |
| f. Email | : maulanayogapamungkas@yahoo.com |
| 3. Jangka waktu Penelitian | : 4 bulan |
| 4. Pembiayaan | : |
| a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri | : - |
| b. Dari sumber lain | : Rp 10.000.000 |
| Jumlah Seluruhnya | : Rp 10.000.000 |

Mengetahui,
Kaprodi Manajemen



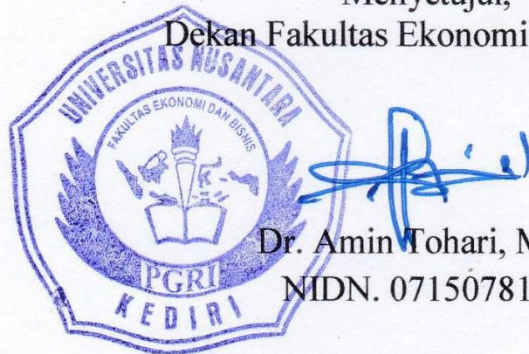
Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 20 Juni 2025
Ketua,

A blue ink signature of Maulana Yoga Pamungkas.

Maulana Yoga Pamungkas
NPM. 2112010051

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



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

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan penelitian ini dengan judul “Eksplorasi Model Bisnis Menggunakan SWOT dan Business Model Canvas di Djaya Store” yang merupakan salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. **Keluarga penulis** yang telah memberikan dukungan penuh kepada penulis untuk dapat menyelesaikan laporan penelitian ini.
2. Bapak **Dr. Zainal Afandi, M.Pd.** selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri
3. Bapak **Dr. Amin Tohari M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri
4. Ibu **Restin Meilina, M.M.**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri
5. Bapak **Edy Djoko Soeprajitno, S.E, M.M.**, selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan kesabaran serta masukan dan dorongan selama proses penyusunan laporan penelitian ini.
6. Bapak **Dodi Kusuma Hadi Soedjoko, S.H., M.M.**, selaku dosen pembimbing 2 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan kesabaran serta masukan dan dorongan selama proses penyusunan laporan penelitian ini
7. **Toko Djaya**, yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian
8. **Seluruh teman-teman** yang telah memberi dukungan dan aspirasi untuk penulis agar dapat menyelesaikan penelitian.

Disadari bahwa laporan ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran – saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 20 Juni 2025

Maulana Yoga Pamungkas

NPM. 2112010051

RINGKASAN

Maulana Yoga Pamungkas : Eksplorasi Model Bisnis Menggunakan SWOT dan Business Model Canvas di Toko Djaya, Laporan Penelitian, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2025.

Kata Kunci : Toko Kelontong, SWOT, Bisnis Model Kanvas , Pengembangan Bisnis

Penelitian ini bertujuan mengembangkan model bisnis untuk Toko Kelontong Djaya menggunakan analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). Toko Djaya, yang menghadapi persaingan ketat dari minimarket modern, dianalisis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta merancang strategi bisnis yang lebih adaptif. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini mengumpulkan data melalui wawancara dan observasi. Hasilnya menunjukkan kekuatan toko berupa lokasi strategis dan loyalitas pelanggan, namun juga menghadapi kelemahan seperti keterbatasan ruang dan ketergantungan pada pemasok tunggal. Peluang digitalisasi dan kemitraan dengan pemasok terbuka lebar, meskipun persaingan dengan minimarket menjadi ancaman utama. Penelitian ini memberikan kontribusi dengan menggabungkan analisis SWOT dan BMC untuk UMKM ritel tradisional, serta memberikan rekomendasi praktis untuk pengelolaan stok, pemasaran digital, dan hubungan pelanggan yang lebih baik. Hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk membantu membuat kebijakan tentang strategi bisnis. Keterbatasan Penelitian ini adalah waktu penelitian yang singkat. Luaran penelitian ini berupa artikel yang di publikasikan pada prosiding KIC dengan link <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/kilisuci/article/view/6314>

DAFTAR ISI

LAPORAN PENELITIAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Tujuan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI	5
A. Analisis SWOT.....	5
B. Business Model Canvas (BMC)	6
C. Intergrasi Analisis SWOT dan Business Model Canvas.....	6
BAB III METODE PENELITIAN	8
A. Deskripsi Metode Penelitian	8
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	9
C. Sasaran Penelitian.....	11
D. Instrumen Penelitian	13
E. Prosedur Analisis Data.....	16
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	20
A. Hasil Penelitian.....	20
B. Pembahasan.....	28
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	32
A. Kesimpulan.....	32
B. Saran	33
DAFTAR PUSTAKA.....	35
LAMPIRAN	38

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Analisis SWOT	20
Tabel 4. 2 Matriks SWOT	23
Tabel 4. 3 Business Model Canvas	26

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian.....	38
Lampiran 2 : Surat Balasan Penelitian.....	39
Lampiran 3 : Informan Consent.....	40
Lampiran 4 : Instrumen Penelitian	43
Lampiran 5 : Transkripsi Wawancara.....	44
Lampiran 6 : Dokumentasi.....	45
Lampiran 7 : Artikel Yang Dipublikasikan.....	48

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, toko kelontong sebagai salah satu sektor ritel tradisional menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan eksistensi dan daya saingnya. Toko kelontong sebagai salah satu pelaku bisnis ritel lokal dihadapkan pada berbagai kendala, seperti persaingan yang semakin ketat dari minimarket modern dan perubahan pola konsumsi masyarakat yang semakin bergerak ke arah kemudahan dan kecepatan pelayanan(Widiyastuti & Ningtyassari, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa keberlanjutan usaha toko kelontong tradisional memerlukan inovasi dan pengembangan strategi yang relevan agar mampu bersaing dan tetap diminati pelanggan(Rahayu et al., 2022). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk merumuskan model bisnis yang tepat bagi toko kelontong melalui pendekatan analisis SWOT dan Business Model Canvas, dengan tujuan untuk memperkuat posisinya di pasar dan mengidentifikasi peluang pengembangan bisnis di masa mendatang.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penggunaan analisis SWOT dan Business Model Canvas terbukti efektif membantu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) mengidentifikasi posisi pasar dan peluang pengembangan strategis. Sebagai alat analisis yang menggabungkan evaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman, pendekatan SWOT sering diterapkan dalam berbagai penelitian terkait pengembangan bisnis ritel untuk memahami potensi kompetitif yang dapat dimanfaatkan(Primadona & Rafiqi, 2019). Sementara itu, Business Model Canvas menyediakan kerangka kerja visual yang membantu pelaku bisnis merancang aspek-aspek utama model bisnis mereka, termasuk segmen pelanggan, nilai tambah, dan hubungan pelanggan, sehingga mendukung keberlanjutan bisnis secara lebih strategis.

Namun, penelitian yang secara khusus menggabungkan analisis SWOT dengan Business Model Canvas untuk toko kelontong tradisional masih terbatas.

Sebagian besar penelitian berfokus pada sektor yang lebih modern dan digital, sehingga terdapat kesenjangan penelitian dalam memahami strategi bisnis yang tepat untuk toko kelontong tradisional di tengah perubahan perilaku konsumen dan persaingan dengan ritel modern. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan tersebut dengan mengembangkan model bisnis yang disesuaikan untuk toko kelontong, yang bertujuan untuk memberikan kontribusi signifikan dalam memajukan daya saing sektor ritel tradisional di tengah dinamika pasar yang berkembang pesat.

Penelitian terdahulu tentang pengembangan model bisnis pada UMKM cenderung berfokus pada industri digital atau bisnis modern, sehingga hasilnya seringkali kurang dapat diaplikasikan pada toko kelontong tradisional yang memiliki keterbatasan akses terhadap teknologi dan modal. Pendekatan SWOT dan Business Model Canvas yang digunakan dalam penelitian tersebut seringkali berfokus pada bisnis dengan segmen pasar yang lebih luas dan model operasional yang lebih dinamis. Sementara itu, penelitian yang menyorot sektor ritel tradisional, khususnya toko kelontong, masih jarang dilakukan, terutama dalam konteks pasar lokal yang memiliki karakteristik dan tantangan yang unik. Hal ini mengindikasikan perlunya merancang model bisnis yang relevan dan disesuaikan dengan situasi spesifik toko kelontong tradisional. Salah satu toko kelontong yang berada di Desa Karangrejo, Kabupaten Kediri adalah Toko Djaya yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini. Berdiri sejak tahun 2004 sebagai usaha keluarga, toko ini menyediakan berbagai kebutuhan pokok seperti minyak goreng, telur, beras, kopi, gula, dan produk lainnya. Toko Djaya menekankan nilai kepercayaan dalam menjalankan usahanya dan bersaing secara sehat, dengan fokus pada loyalitas pelanggan, karena diyakini konsumen yang puas akan kembali berbelanja. Pelanggan yang ingin membeli barang diharapkan datang langsung ke toko. Djaya Store menjalankan model B2C (Business to Customer), yang mengacu pada proses penjualan produk atau layanan secara langsung kepada pengguna produk atau layanan tersebut (Dasopang, 2024).

Hal baru dalam penelitian ini terletak pada penerapan gabungan analisis

SWOT dan Business Model Canvas yang difokuskan pada toko kelontong, yang merupakan sektor usaha tradisional dengan keterbatasan sumber daya namun memiliki potensi besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehari-hari. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang mengutamakan sektor modern, penelitian ini akan mengembangkan model bisnis yang tepat untuk Toko Djaya, sehingga dapat memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola toko kelontong dalam mengembangkan strategi bisnis yang tangguh dan kompetitif. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi sektor usaha ritel tradisional lainnya yang menghadapi tantangan serupa.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah merumuskan model bisnis yang optimal bagi Toko Djaya melalui pendekatan SWOT dan Business Model Canvas, dengan harapan agar toko ini dapat lebih adaptif terhadap perubahan pasar dan memiliki keunggulan kompetitif dalam jangka panjang. Dengan melakukan analisis SWOT, penelitian ini berupaya mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi oleh Toko Djaya. Sementara itu, penggunaan Business Model Canvas difokuskan pada penyusunan komponen-komponen utama model bisnis, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan hubungan pelanggan, yang sesuai dengan kondisi bisnis kelontong tradisional. Struktur artikel ini diawali dengan kajian pustaka tentang konsep SWOT dan Business Model Canvas serta penerapannya pada bisnis ritel tradisional. Bagian selanjutnya membahas metode penelitian yang digunakan, diikuti dengan temuan analisis SWOT dan pemetaan Business Model Canvas bagi Toko Djaya. Pada bagian pembahasan, penelitian ini akan menguraikan implikasi temuan tersebut terhadap strategi pengembangan toko kelontong tradisional. Artikel ini ditutup dengan kesimpulan yang merangkum hasil penelitian dan memberikan rekomendasi praktis bagi pemilik toko kelontong dalam menerapkan model bisnis yang lebih kompetitif dan berkelanjutan.

B. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model bisnis yang tepat bagi Toko Djaya dengan memanfaatkan pendekatan SWOT dan Business Model Canvas secara komprehensif. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diidentifikasi secara mendalam berbagai faktor internal seperti kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh Toko Djaya, serta faktor eksternal berupa peluang dan ancaman yang dihadapi dalam persaingan pasar yang semakin kompetitif. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengevaluasi model bisnis yang selama ini dijalankan dengan memetakan sembilan elemen utama dalam Business Model Canvas, sehingga dapat diketahui aspek-aspek yang perlu diperbaiki atau dikembangkan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, penelitian ini akan merumuskan model bisnis baru yang relevan dan adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen serta perkembangan teknologi, sehingga Toko Djaya mampu meningkatkan daya saing dan memperluas jangkauan pasarnya.

Selanjutnya, penelitian ini juga akan menyusun strategi pengembangan bisnis yang terukur dan aplikatif, serta memberikan rekomendasi praktis kepada pemilik usaha terkait langkah-langkah konkret yang dapat diambil untuk memperbaiki dan mengoptimalkan setiap elemen model bisnis. Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat mendorong peningkatan efisiensi operasional, memperkuat hubungan dengan pelanggan, memanfaatkan peluang pasar secara optimal, serta memastikan keberlanjutan usaha Toko Djaya di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd Wahid, N., Abd Aziz, N. N., Mohamad, S. A., Hussin, A., Mohamed, A., & Amdan, M. H. (2024). Barriers to Financial Reporting: The Case of Asnaf Entrepreneurs in Pahang, Malaysia. *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*, 9(12), e003149. <https://doi.org/10.47405/mjssh.v9i12.3149>
- Aliwinoto, C., Hediyan, M., & Malinda, M. (2022). ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS USAHA MIKRO KECIL MENENGAH TOKO JIF BANDUNG, INDONESIA. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 1(Vol. 1 (2022): April). <https://doi.org/https://doi.org/10.36441/snpk.vol1.2022.35>
- Bonev, P., Glachant, M., & Söderberg, M. (2018). *A Mechanism for Institutionalised Threat of Regulation: Evidence from the Swedish District Heating Market*. www.sew.unisg.ch
- Dasopang, N. (2024). E-COMMERCE BISNIS DAN INTERNET. *Manajemen Dan Syariah JIEMAS*, 3(Vol. 3 No. 1 (2024): JIEMAS: Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen dan Syariah), 1–240. <https://doi.org/https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i1.25>
- Hardiana, C. D., Kasidjo, K., & Azizah, N. (2023). Digital Marketing Assistance Through Instagram Social Media for Hania Home Cake's MSME Catering in Setu Subdistrict. *Pasundan Community Service Development*, 1(1), 14–18. <https://doi.org/10.56457/pascomsidev.v1i1.56>
- Hasna Cahya Kamila. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Ekspor Bumbu Makanan Olahan dengan Menggunakan Analisis Business Model Canvas (BMC) dan SWOT pada CV Restu Mande. *Jurnal Pemimpin Bisnis Inovatif*, 1(4), 78–103. <https://doi.org/10.61132/jpbi.v1i4.302>
- Hristakeva, S. (2021). *Determinants of Channel Profitability: Retailers' Control over Product Selections as Contracting Leverage*. <https://doi.org/10.2139>
- Hyett, N., Kenny, A., & Dickson-Swift, V. (2014). Methodology or method a critical review of qualitative case study reports. In *International Journal of Qualitative Studies on Health and Well-being* (Vol. 9, Issue 1). Informa Healthcare. <https://doi.org/10.3402/qhw.v9.23606>
- Kurniawan Fajar. (2017). 1602-File Utama Naskah-4821-1-10-20190829. *JURNAL SKETSA BISNIS*, 4, 123–135.
- Falih Mohammad, Rahmi Vembri, & Kurniawan Aries. (2024). Strategi Pengembangan Bisnis Supplier Ikan Beku Hasil Tambak di PT Mekar Berseri Sempurna Gresik. *ECo-Buss*, 7(2), 1398–1411. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i2.1819>
- Pradana, M. D., & Hermawan, P. (2025). DECISION-MAKING PROCESS FOR IMPROVING THE MARKETING STRATEGY OF BAKSO BENHIL

- PURWOKERTO USING INTEGRATED SWOT-TOWS AHP METHOD. In *Syntax Literate* (Vol. 10, Issue 2).
- Primadona, Y., & Rafiqi, Y. (2019). ANALISIS SWOT PADA STRATEGI PERSAINGAN USAHA MINIMARKET MADINA PURBARATU KOTA TASIKMALAYA. In *Jurnal Ekonomi Syariah* (Vol. 4, Issue 1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37058/jes.v4i1.802>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcs.v6i1.40965>
- Rahmawati, S. (2019). Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing Bisnis Toko Surabaya Ampel Kota Kediri SWOT Analysis as a Strategy to Increase Competitiveness Business Surabaya Ampel Store Kediri City. 90 | *At-Tamwil*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33367/at.v1i2.1061>
- Rina Ika Sapitri, Syahri Alhusin, & Zandra Dwanita Widodo. (2024). The Influence of Business Location and Service Quality on Consumer Loyalty with Consumer Satisfaction as a Mediating Variable at PT Giri Aneka Usaha (Perseroda) Giri Husada Wonogiri Pharmacy Unit. *International Journal of Management Research and Economics*, 2(4), 80–100. <https://doi.org/10.54066/ijmre-itb.v2i4.2244>
- Sarno, & Apriliyanto Eko. (2021). BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK MENGEMBANGKAN STRATEGI BISNIS KERIPIK PISANG (STUDI KASUS UKM SELERAKU DI KABUPATEN BANJARNEGARA). *AGRITECH*, 23(2), 1411–1063.
- Setia Iswara, U., Widyawati, D., Setiadevi, S., & Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, S. (2024). ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA PT. CAK WANG MACRO INDONESIA. *Jurnal Marketing*, 5. <https://ojs.stiepi.ac.id/index.php/Marketing>
- Sianturi, R. D. (2020). Manajemen Pemasaran Menggunakan Analisis SWOT Pada UMKM Guna Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 45–50.
- Sitorus, R. W., Nuruljannah, N., & Syahbudi, M. (2024). Analysis of Chicken Cultivation Improvement Strategy in Increasing Family Income: Case Study of Multi Business Livestock. *Journal La Lifesci*, 5(5), 429–442. <https://doi.org/10.37899/journallalifesci.v5i5.1543>
- Suhaety, Y., & Lestari, A. (2024). The Role of Service Quality and Location in Increasing Customer Loyalty with Customer Satisfaction as an Intervening Variable. In *International Journal of Science*. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Syah, R. F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2021). Analisis SWOT dalam Strategi Pemasaran Produk Perbankan Syariah di Indonesia. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(1), 62–72. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i1.364>

- Syahfitri, M., Larasati, M., Izwan Sepriyadi, M., Nur Atira, P., Andini, T., Pembangunan Tanjungpinang, S., & Riau, K. (2023). Analisis Business Model Canvas Upada Umkm Toko Junicomp Tanjungpinang. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3, 2260–2269. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>
- Widiyastuti, A., & Ningtyassari, S. A. V. (2023). Kupas Tuntas Strategi Toko Kelontong Madura untuk Menghadapi Persaingan Bisnis di Yogyakarta. *Aktiva : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 9–16. <https://doi.org/10.56393/aktiva.v3i4.1800>