

Program Studi :

Manajemen

LAPORAN PENELITIAN



ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA KELOMPOK PAGUYUPAN AMREH MULYO

Tim Peneliti

Nama Ketua : Yunita Khusnul Nafi'ah (18.1.02.02.0001)

Nama Anggota :

1. Restin Meilina, M.M (0721058605)

2. Moch. Wahyu Widodo, M.M (0721088505)

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Penelitian : Analisis Penetapan Strategi Business Model Canvas (BMC) PaJa kelompok Paguyuban Amreh fVlulyo

Ketua Peneliti :

- a. Nama lengkap : Yunita Khirsatul Nafi'ah
- b. NPM : 18.1.02.02.0001
- c. Program Studi : Manajemen
- d. No. HP : 085749313664
- e. Alamat Surel : yunitaktusnul6 Email.com

Anggota Peneliti 1 :

- a. Nama lengkap : Restin Meilina
- b. NIDN : 0721058605
- c. Program studi : Manajemen

Anggota Peneliti 2 :


- a. Nama lengkap : Moch. Waluyu Vidodo
- b. NIDN : 0721088505
- c. Program studi : Manajemen

Lama Penelitian : 12 bulan

Biaya penelitian : Rp 4.955.000



Kediri, 13 Juni 2022



(Yunita Khirsatul Nafi'ah)
NPM 18.1.02.02.0001



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR.....	v
RINGKASAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	3
C. Tujuan Penelitian.....	3
D. Manfaat Penelitian.....	3
E. Luaran Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN TEORI.....	4
A. Kajian Teori.....	4
1. Usaha Mikro Kecil dan Menengah.....	4
2. Definisi Model Bisnis.....	5
3. Business Model Canvas.....	6
B. Kerangka Berfikir.....	9
BAB III METODE PENELITIAN.....	10
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	10
1. Pendekatan Penelitian.....	10
2. Jenis Penelitian.....	10
B. Kehadiran Peneliti.....	11
C. Situs Penelitian.....	11
D. Tahapan Penelitian.....	12
BAB IV HASIL DAN LUARAN YANG DICAPAI.....	13
A. Deskripsi Situs Penelitian.....	13
B. Deskripsi Data Hasil Penelitian.....	14
C. Interpretasi dan Pembahasan.....	16

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	19
DAFTAR PUSTAKA	20
LAMPIRAN.....	22
Lampiran 1: Instrumen Penelitian (Draf wawancara).....	23
Lampiran 2: Laporan Penggunaan Dana	23
Lampiran 3: Dokumentasi	23
Lampiran 4 : Artikel Ilmiah.....	23

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
Gambar 2. 1 Kerangka Befikir	9
Gambar 3. 1 Alur Penelitian	12
Gambar 4. 1 BMC yang ada di UMKM.....	16
Gambar 4. 2 Penyesuaian BMC.....	18

RINGKASAN

Penelitian ini dilatar belakangi mengenai Strategi bisnis pada UMKM keripik tempe Semoga Jaya yang masih belum maksimal. Untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana model bisnis dan penyesuaian model bisnis pada UMKM tersebut menggunakan metode kualitatif deskriptif. Model bisnis yang digunakan UMKM keripik tempe Semoga Jaya menggunakan BMC. BMC yang ada di UMKM perlu adanya beberapa penyesuaian agar lebih maksimal. Pada Segmen pelanggan di UMKM perlu adanya perluasan pangsa pasar ke daerah karesidenan Kediri dengan menggunakan media toko online. Untuk Nilai proposisi perlu adanya inovasi pada kemasan serta penambahan dalam pemberian label halal. Dalam menjangkau pelanggannya membutuhkan adanya media sosial, toko online (*e-comers*) dan juga pusat oleh oleh pada daerah karesidenan Kediri. Pada Customer Relationship perlu tambahan media sosial untuk memudahkan pelanggan dalam memesan, mendapatkan informasi tentang keripik tempe serta melakukan komplain atas produk. Untuk mendapatkan tambahan pendapatan pada UMKM dibutuhkan adanya inovasi variasi rasa pada keripik tempe.

Kata kunci: BMC, Model Bisnis, Strategi bisnis, UMKM

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pertumbuhan ekonomi merupakan suatu hal yang penting bagi sebuah negara. Dikarenakan pertumbuhan ekonomi dapat membantu menjadi dasar dalam melihat kesejahteraan masyarakat yang ada di negara tersebut. Upaya pemerintah Indonesia dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi salah satunya dengan cara meningkatkan Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM.

UMKM di anggap memiliki peran penting dalam meningkatkan roda perekonomian di Indonesia (Limanseto, 2021). Perkembangan UMKM memberikan arti tersendiri pada usaha pemerintah dalam peningkatan pertumbuhan ekonomi serta usaha untuk menekan angka kemiskinan yang terjadi di Indonesia. Eksistensi UMKM cukup dominan dalam perekonomian Indonesia, dimana jumlah industri yang besar terdapat pada sektor ekonomi, penyerapan tenaga kerja dan kontribusi UMKM dalam pembentukan Produk Domestik Bruto (PDB) sangat dominan (Sarfiah et al., 2019). Peranan penting dari UMKM tersebut mengharuskan perfoma dari UMKM itu sendiri harus ditingkatkan lebih baik lagi.

Semakin pesatnya perkembangan ekonomi sekarang ini membuat persaingan bisnis semakin berat dan ketat, apalagi dalam kondisi saat ini usaha yang mulanya *relative* stabil dan mudah diprediksi kini berubah menjadi semakin kompleks dan sulit diprediksi perubahannya. Saat ini pelaku UMKM dituntut melakukan inovasi baru terhadap produk mereka untuk bisa bersaing dan berkembang di pasar persaingan. Salah satu cara yang digunakan pelaku UMKM untuk dapat bersaing dan berkembang ialah dengan cara menciptakan beberapa strategi yang baru. Namun untuk

menciptakan strategi dibutuhkan adanya model bisnis yang tepat untuk UMKM miliknya (Herawati et al., 2019).

Model bisnis merupakan strategi yang dibuat diawal untuk menjalankan sebuah bisnis guna membantu dalam perencanaan bisnis. Inovasi model bisnis yang tepat dapat menjadi kekuatan kompetitif bagi UMKM itu sendiri. Untuk memudahkan pemetaan model bisnis yang tepat bisa menggunakan *Business model canvas* (BMC). BMC digunakan untuk menggambarkan secara sederhana, terperinci serta menyeluruh terhadap kondisi suatu usaha yang digunakan untuk mengevaluasi tentang adanya kesalahan konsep dan melakukan perbaikan dalam proses menjalankan usahanya dilihat berdasarkan segmen konsumen, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, mitra kerja sama, dan struktur biaya yang dimiliki (Hutamy et al., 2021, Rainaldo et al., 2017). Implementasi BMC memudahkan para pelaku UMKM yang baru merintis usahanya dalam menentukan sebuah keputusan dan juga memudahkan dalam memetakan untuk membuat analisa terhadap model bisnisnya (Ida, 2021).

Paguyuban Ampreh Mulyo merupakan kelompok UMKM yang bergerak dibidang makanan yang berada di desa Baleturi kecamatan Nganjuk. Salah satu produk yang dihasilkan dari UMKM ini adalah keripik tempe Semoga Jaya. Strategi bisnis yang ada pada UMKM keripik tempe Semoga Jaya masih belum maksimal, seperti halnya dalam promosi hanya melalui media whatsapp dan belum menggunakan media lainnya serta pada segmen konsumen hanya pada masyarakat desa Baleturi saja belum meluas ke daerah karisidenan Kediri. Untuk itu peneliti ingin mengetahui bagaimana model bisnis kanvas serta penyesuaian model bisnis kanvas pada UMKM keripik Semoga Jaya dengan judul **“Analisis Penerapan Strategi Model Business Canvas (BMC) pada Kelompok Paguyuban Ampreh Mulyo”**

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana model bisnis kanvas yang ada di UMKM keripik tempe Semoga Jaya dan penyesuaian model bisnis kanvasnya?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui model bisnis kanvas serta penyesuaian model bisnis kanvas yang ada di UMKM keripik tempe Semoga Jaya.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ataupun tambahan pengetahuan antara lain :

1. Bagi pemilik UMKM keripik tempe Semoga Jaya, sebagai tinjauan dalam perencanaan dan pengembangan usaha.
2. Bagi masyarakat, sebagai sarana informasi dan referensi pengetahuan mengenai usaha UMKM keripik tempe.

E. Luaran Penelitian

Informasi ilmiah hasil penelitian ini disebarluaskan dengan dipublikasikan pada jurnal nasional Pendidikan Ekonomi dan Kewirausahaan (E3J) terakreditasi Sinta 5 dengan P-ISSN : 2579-5902, E-ISSN : 2775-2607 dan dapat menjadi referensi terkait *model business canvas* pada UMKM.

DAFTAR PUSTAKA

- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)*, 1(1), 1–11.
- Ida, H. (2021). Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah. *Akrab Juara*, 6(4), 152–167.
- Limanseto, H. (2021). *UMKM Menjadi Pilar Penting dalam Perekonomian Indonesia*. Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/2969/umkm-menjadi-pilar-penting-dalam-perekonomian-indonesia>
- Rainaldo, M., Wibawa, B. M., & Rahmawati, Y. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 6(2), 2–6. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25277>
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>