

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI *BUSINESS MODEL*
CANVAS UD. JAYANTI**

SKRIPSI



Oleh :
FITROTUN NUR AFIDAH
NIM : 210304014

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH GRESIK
2025**

KATA PENGANTAR



Puji Syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, yang telah memungkinkan kami menyelesaikan penulisan skripsi ini. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh kelulusan dalam Mata Kuliah Skripsi pada Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik.

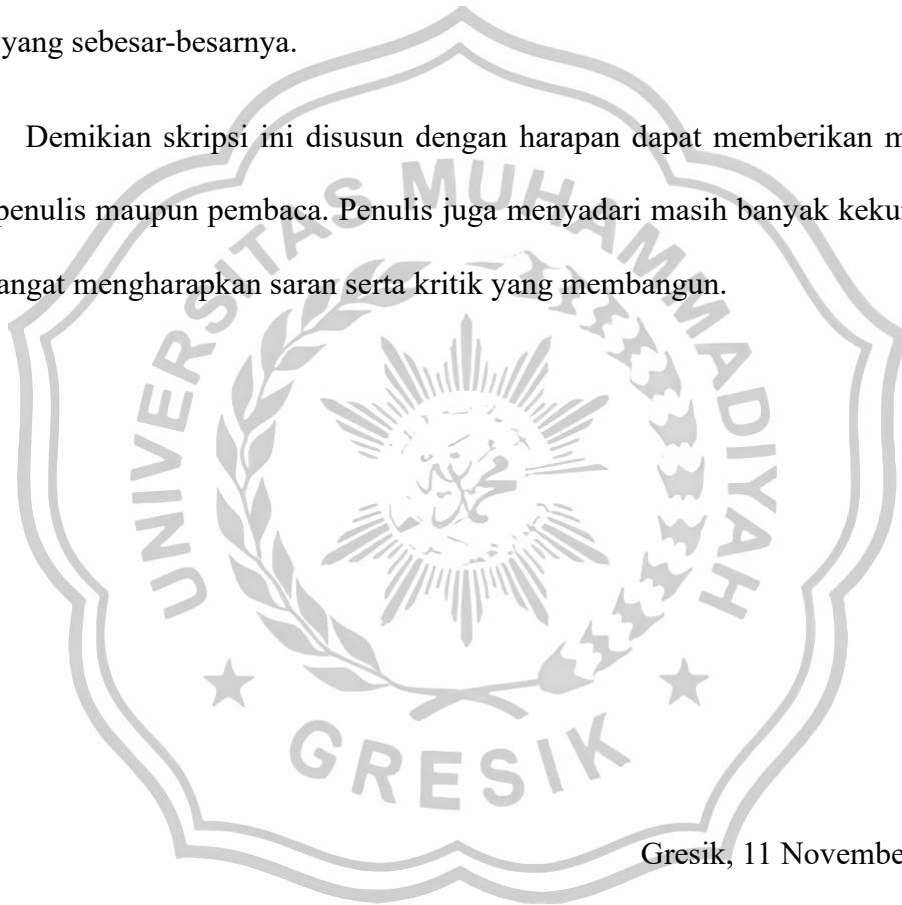
Dengan tersusunnya skripsi berjudul “STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MELALUI *BUSINESS MODEL CANVAS* UD. JAYANTI” penulis berharap Bapak atau Ibu pengampu atau pembimbing bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi yang ditugaskan kepada mahasiswa. Kami mengucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada :

1. Ibu Nadhirotul Laily , S.Psi., M.Psi., Rektor Universitas Muhammadiyah Gresik.
2. Bapak Dr. Tumirin, S.E., M.Si., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Gresik.
3. Ibu Vembri Aulia Rahmi, S.E., M.M, Kepala Program Studi Kewirausahaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Hadi Ismanto, S.E., M.M, dosen pembimbing skripsi, yang dengan sabar telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi.
5. Bapak/Ibu Dosen Program Studi Kewirausahaan yang telah memberikan ilmu, bimbingan, dan arahan.

6. Kedua orang tua tercinta dan keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan dalam menyelesaikan proposal penelitian ini.
7. Rekan-rekan seangkatan Tahun Akademik 2021 yang telah memberikan dukungan atas terselesaikannya proposal penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan penelitian ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati, penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya.

Demikian skripsi ini disusun dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi penulis maupun pembaca. Penulis juga menyadari masih banyak kekurangan dan sangat mengharapkan saran serta kritik yang membangun.



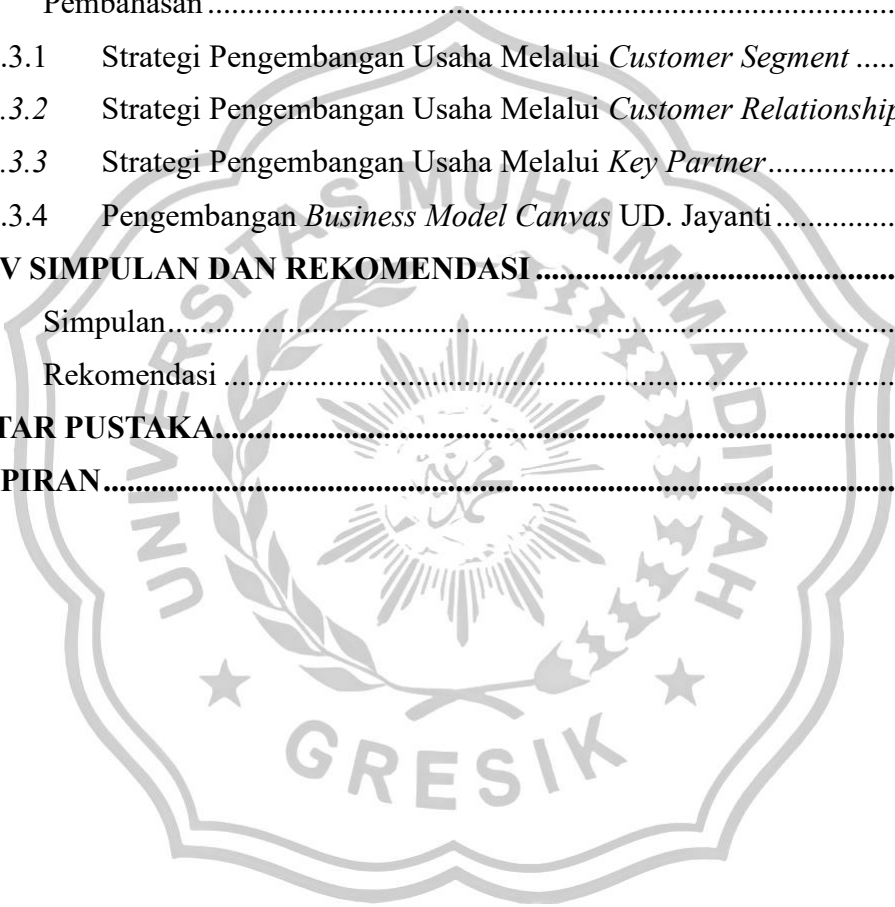
Gresik, 11 November 2024

Fittrotun Nur Afidah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kesenjangan Fenomena.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Strategi Pengembangan Usaha.....	8
2.2.2 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	9
2.3 Metodologi.....	12
2.4 Karangka Penelitian	13
BAB III METODE PENELITIAN	14
3.1 Jenis Penelitian	14
3.2 Lokasi Penelitian	14
3.3 Unit Analisis	14
3.4 Jenis Data	15
3.5 Sumber Data	15
3.6 Teknik Pengumpulan Data	15
3.7 Teknik Analisis Data.....	16

3.8	Uji Keabsahan Data	17
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		19
4.1	Gambaran Subjek Penelitian	19
4.2	Hasil Penelitian.....	20
4.2.1	<i>Business Model Canvas</i> UD. Jayanti	20
4.2.2	<i>Analisis Customer Segment</i>	22
4.2.3	<i>Analisis Customer Relationship</i>	24
4.2.4	<i>Analisis Key Partner</i>	27
4.3	Pembahasan	31
4.3.1	Strategi Pengembangan Usaha Melalui <i>Customer Segment</i>	31
4.3.2	Strategi Pengembangan Usaha Melalui <i>Customer Relationship</i>	33
4.3.3	Strategi Pengembangan Usaha Melalui <i>Key Partner</i>	34
4.3.4	Pengembangan <i>Business Model Canvas</i> UD. Jayanti	36
BAB V SIMPULAN DAN REKOMENDASI		40
5.1	Simpulan.....	40
5.2	Rekomendasi	41
DAFTAR PUSTAKA.....		42
LAMPIRAN.....		44



Fittrotun Nur Afidah, 210304014, Strategi Pengembangan Usaha Melalui *Business Model Canvas* UD. Jayanti, Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, 09 Januari 2025

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan usaha UD. Jayanti melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). UD. Jayanti merupakan Industri Mikro dan Kecil (IMK) yang bergerak di bidang produksi peralatan rumah tangga, mengalami kendala kekurangan stok bahan baku senar kuas kue, promosi secara *direct selling*, dan penjualan yang melalui agen dan tidak melalui *customer*. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan pencatatan. Fokus penelitian ini pada tiga elemen BMC, yaitu *Customer Segment*, *Customer Relationship*, dan *Key Partner*. Analisis *Customer Segment* yaitu untuk mengelompokkan pelanggan berdasarkan karakteristik dan perilaku yang dimana fokus pada permasalahan UD. Jayanti menjual langsung melalui agen tidak *customer*, *Customer Relationship* yaitu strategi interaksi perusahaan dengan pelanggan untuk membangun hubungan yang saling menguntungkan dimana fokus pada permasalahan UD. Jayanti mempromosikan secara *direct selling*, dan Elemen *Key Partner* yaitu pihak-pihak yang bekerjasama dengan perusahaan yang fokus pada permasalahan UD. Jayanti kekurangan stok bahan baku senar kuas kue. UD. Jayanti juga menerapkan strategi pengembangan usaha yaitu strategi produk, strategi harga, strategi lokasi, dan strategi promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi produk yaitu UD. Jayanti memproduksi berbagai peralatan rumah tangga yang harus tetap relevan memahami karakteristik dan preferensi konsumen yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi harga dengan menerapkan harga yang fleksibel, misalnya dengan memberikan diskon untuk pembelian dalam jumlah besar atau program loyalitas bagi pelanggan tetap. Strategi lokasi yaitu UD. Jayanti perlu memastikan bahwa produk mudah diakses oleh pelanggan dengan memanfaatkan platform *online* untuk penjualan. Strategi promosi yaitu kolaborasi dengan *influencer* atau media lokal dapat membantu dalam memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas.

Kata Kunci : *Strategi Pengembangan Usaha, IMK, Business Model Canvas.*

Fittrotun Nur Afidah, 210304014, Business Development Strategy Through Business Model Canvas UD. Jayanti, Entrepreneurship, Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University Gresik, 09 January 2025

ABSTRACT

This research aims to analyze UD's business development strategy. Jayanti through the Business Model Canvas (BMC) approach. UD. Jayanti is a Micro and Small Industry (IMK) which operates in the field of household equipment production, experiencing problems with shortages of raw material stock for cake brush strings, direct selling promotions, and sales through agents and not through customers. The method used is qualitative with a phenomenological approach, with data collection techniques in the form of interviews, observation and recording. The focus of this research is on three elements of BMC, namely Customer Segment, Customer Relationship, and Key Partner. Customer Segment Analysis is to group customers based on characteristics and behavior which focuses on UD problems. Jayanti sells directly through non-customer agents. Customer Relationship is a company interaction strategy with customers to build mutually beneficial relationships which focus on UD problems. Jayanti promotes direct selling, and Key Partner Elements, namely parties who collaborate with the company who focus on UD problems. Jayanti is short of stock of raw materials for cake brush strings. UD. Jayanti also implements business development strategies, namely product strategy, price strategy, location strategy and promotion strategy. The research results show that the product strategy, namely UD. Jayanti produces various household appliances that must remain relevant by understanding consumer characteristics and preferences which can increase customer satisfaction. Pricing strategy by implementing flexible prices, for example by providing discounts for large purchases or loyalty programs for regular customers. The location strategy is UD. Jayanti needs to ensure that products are easily accessible to customers by utilizing online platforms for sales. Promotional strategies, namely collaboration with influencers or local media, can help introduce products to a wider audience.

Keywords: *Business Development Strategy, IMK, Business Model Canvas*

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Omset UD. Jayanti.....	3
Tabel 1.2 Tabel Penelitian Terdahulu.....	7



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tabel <i>Business Model Canvas</i>	11
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian	27
Gambar 3. 1 Struktur Organisasi UD. Jayanti.....	20
Gambar 3. 2 Tabel <i>Business Model Canvas</i>	21
Gambar 3. 3 Tabel <i>Business Model Canvas</i> Baru	37

