

**ANALISIS PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
(STUDI KASUS : KEDAI SENTIAKI COFFE)**

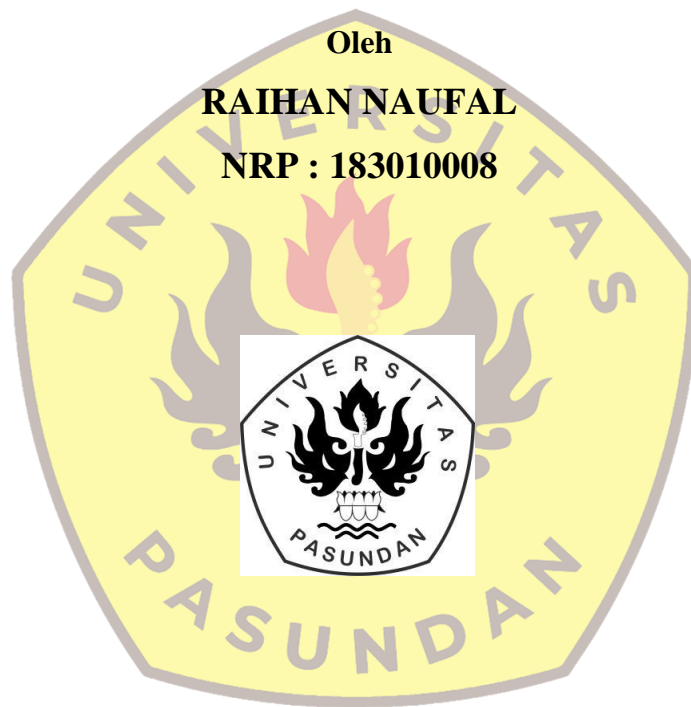
TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

RAIHAN NAUFAL

NRP : 183010008



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2022**

**ANALISIS PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN
MENGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
(STUDI KASUS : KEDAI SENTIAKI COFFE)**

Raihan Naufal

NRP : 183010008

ABSTRAK

Dalam sepuluh tahun terakhir memang industri kedai kopi memang sedang merambah, baik itu kedai kopi yang berada di wilayah pedesaan dan juga perkotaan. Akan tetapi pada saat terjadinya badai penyakit corona bisnis kopi sempat mengalami penurunan yang sangat drastis, namun sekarang bisnis tersebut mulai bangkit kembali dan bahkan semakin menjamur di penjuru negeri ini. Dengan adanya peristiwa tersebut maka terjadilah suatu persaingan bisnis antara kedai kopi satu dan kedai kopi yang lainnya. Persaingan kedai kopi juga terjadi antara kedai kopi yang sudah lama berdiri di Indonesia dan kedai kopi yang baru merentis usahanya. Menurut survey yang dilakukan Majalah MIX MarComm SWA Media Group pada tahun 2019, mengemukakan bahwa nilai pasar kedai kopi di Indonesia diperkirakan mencapai Rp. 4,8 Triliun setiap tahunnya. Persaingan bisnis kedai kopi itu juga dirasakan oleh Kedai Sentiaki Coffe. Meskipun kedai ini masih terhitung baru, akan tetapi kedai ini sudah memberlakukan sistem pembayaran digital atau non tunai menggunakan mobile banking dan Q-RIS. Penelitian ini juga dimaksudkan untuk dapat memberikan suatu usulan atau saran untuk pengembangan bisnis kepada Kedai Sentiaki Coffe dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), dimana pendekatan ini bertujuan untuk menjalankan startegi bisnis yang lebih baik lagi agar mendapatkan keuntungan yang lebih banyak lagi.

Kata Kunci : BMC (Business Model Canvas), Kedai Sentiaki Coffe, Kopi.

**ANALYSIS OF BUSINESS STRATEGY DEVELOPMENT USING THE
BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) APPROACH
(CASE STUDY : KEDAI SENTIAKI COFFE)**

Raihan Naufal

NRP : 183010008

ABSTRACT

In the last ten years, the coffee shop industry has been expanding, both in rural and urban areas. However, during the corona virus storm, the coffee business experienced a very drastic decline, but now the business is starting to revive and is even mushrooming all over the country. With this event, there was a business competition between one coffee shop and another coffee shop. Coffee shop competition also occurs between coffee shops that have been established for a long time in Indonesia and coffee shops that have just started their business. According to a survey conducted by MIX MarComm SWA Media Group Magazine in 2019, stated that the market value of coffee shops in Indonesia is estimated at Rp. 4.8 trillion annually. The Sentiaki Coffee Shop also feels the competition in the coffee shop business. Even though this shop is still relatively new, this shop has implemented a digital or non-cash payment system using mobile banking and Q-RIS. This research is also intended to be able to provide a suggestion or suggestion for business development to the Sentiaki Coffee Shop using the Business Model Canvas (BMC) approach, where this approach aims to run even better business strategies in order to get even more profits.

Keywords: BMC (Business Model Canvas), Sentiaki Coffee Shop, Coffee



**ANALISIS PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS
DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS
MODEL CANVAS (BMC)*
(STUDI KASUS : KEDAI SENTIAKI COFFE)**

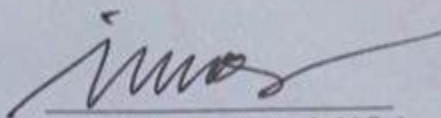
Raihan Naufal
NRP : 183010008

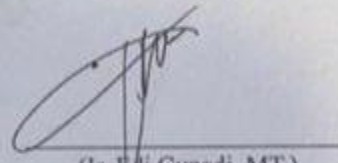
Menyetujui
Tim Pembimbing

Tanggal 14 APRIL 2023

Pembimbing

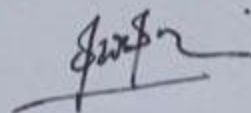
Penelaah


(Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc.)


(Ir. Edi Gunadi, MT.)

Mengetahui,

Ketua Program Studi



Dr. Ir. M. Nurman Helmi, DEA

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
ABSTRACT.....	3
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR...Error! Bookmark not defined.	
PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	8
DAFTAR TABEL.....	Error! Bookmark not defined.
I.Pendahuluan.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Latar Belakang Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
I.1. Batasan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Sistematika Penulisan.....	Error! Bookmark not defined.
2.Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori	Error! Bookmark not defined.
I.2. Landasan Teori.....	Error! Bookmark not defined.
I.2.1. Manajemen Strategi	Error! Bookmark not defined.
I.2.1. Pemasaran	Error! Bookmark not defined.
I.2.1. Analisis SWOT	Error! Bookmark not defined.
I.2.1. Business Model Canvas (BMC).....	Error! Bookmark not defined.
3.Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
I.3. Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
I.1. Identifikasi Masalah	Error! Bookmark not defined.
I.1. Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
I.1. Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Teknik Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
I.1. Analisis dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.

I.1.	Kesimpulan dan Saran.....	Error! Bookmark not defined.
I.1.	Diagram Alir Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
I.2.	Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Gambaran Umum Kedai Sentiaki Coffe	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Observasi Lapangan Kedai Sentiaki Coffe	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Struktur Organisasi Kedai Sentiaki Coffe	Error! Bookmark not defined.
I.1.	Pengolahan Data.....	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Customer Segmentations (Segmen Pelanggan)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Value Propotions (Proporsi Nilai)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Channels (Media/Saluran)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Revenue Streams (Aliran Pendapatan)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Key Resources (Sumber Daya Utama)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Key Activities (Kegiatan Utama).....	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Key Partnership (Mitra Utama)	Error! Bookmark not defined.
I.1.1.	Cost Structure (Struktur Biaya)	Error! Bookmark not defined.
I.1.	Hasil Pengolahan Data	Error! Bookmark not defined.
5.	Analisis dan Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
I.2.	Analisis Evaluasi Model Bisnis dengan SWOT	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Customer Segmentations (Segmen Pelanggan)	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Value Proportions (Proporsi Nilai)	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Channels (Saluran/Media)	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Revenue Streams (Aliran Pendapatan)	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Key Resources (Sumber Daya Utama)	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Key Activities (Kegiatan Utama).....	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Key Partners (Mitra Utama).....	Error! Bookmark not defined.
I.2.1.	Cost Structure (Struktur Biaya)	Error! Bookmark not defined.

I.1. Hasil Akhir Perbaikan Model Bisnis Kedai Sentiaki Coffe dengan Menggunakan Business Model Canvas (BMC).....	Error! Bookmark not defined.
6.Kesimpulan dan Saran.....	Error! Bookmark not defined.
I.2. Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
I.1. Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	12
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.



DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar II. 1 Model Manajemen Strategi</u>	<u>II-2</u>
<u>Gambar II. 2 Elemen Dasar <i>Business Model Canvas</i></u>	<u>II-7</u>
<u>Gambar III. 1 Diagram Alir Penelitian</u>	<u>III-3</u>
<u>Gambar IV. 1 Grafik Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021).....</u>	<u>IV-1</u>
<u>Gambar IV. 2 Logo Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-2</u>
<u>Gambar IV. 3 Spot Pengunjung Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-3</u>
<u>Gambar IV. 4 Tampak Depan Bar dan Pelayanan Konsumen Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-4</u>
<u>Gambar IV. 5 Tampilan dalam Bar dan Pelayanan Konsumen Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-</u>
5	
<u>Gambar IV. 6 Tampilan depan Konsumen Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-6</u>
<u>Gambar IV. 7 Tampilan Salah Satu Produk Kopi Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-7</u>
<u>Gambar IV. 8 Tampilan Konsumen di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-8</u>
<u>Gambar IV. 9 Tampilan Spot tengah Pengunjung Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-9</u>
<u>Gambar IV. 10 Struktur Organisasi.....</u>	<u>IV-10</u>
<u>Gambar IV. 11 Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i></u>	<u>IV-12</u>
<u>Gambar IV. 12 <i>Customer Segementations</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-13</u>
<u>Gambar IV. 13 Spot Foto Instagramable Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-14</u>
<u>Gambar IV. 14 Minuman Kemasan Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-14</u>
<u>Gambar IV. 15 <i>Value Proportions</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-15</u>
<u>Gambar IV. 16 <i>Channels</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-15</u>
<u>Gambar IV. 17 <i>Customer Relationship</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-16</u>
<u>Gambar IV. 18 Menu Makanan dan Minuman di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> 1</u>	<u>IV-17</u>
<u>Gambar IV. 19 Menu Makanan dan Minuman di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> 2</u>	<u>IV-18</u>
<u>Gambar IV. 20 Menu Makanan dan Minuman di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> 3</u>	<u>IV-18</u>
<u>Gambar IV. 21 <i>Key Resources</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-19</u>
<u>Gambar IV. 22 <i>Key Activities</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-19</u>
<u>Gambar IV. 23 <i>Key Partnership</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-20</u>
<u>Gambar IV. 24 <i>Cost Structure</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-20</u>
<u>Gambar IV. 25 Model Bisnis Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> menggunakan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....</u>	<u>IV-21</u>

Gambar V. 1 Hasil Akhir Perbaikan Model Bisnis Kedai Sentiaki Coffe menggunakan *Business*

Model Canvas (BMC) V-12



DAFTAR GAMBAR

<u>Gambar II. 1 Model Manajemen Strategi</u>	<u>II-2</u>
<u>Gambar II. 2 Elemen Dasar <i>Business Model Canvas</i></u>	<u>II-7</u>
<u>Gambar III. 1 Diagram Alir Penelitian</u>	<u>III-3</u>
<u>Gambar IV. 1 Grafik Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021).....</u>	<u>IV-1</u>
<u>Gambar IV. 2 Logo Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-2</u>
<u>Gambar IV. 3 Spot Pengunjung Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-3</u>
<u>Gambar IV. 4 Tampak Depan Bar dan Pelayanan Konsumen Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-4</u>
<u>Gambar IV. 5 Tampilan dalam Bar dan Pelayanan Konsumen Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-</u>
5	
<u>Gambar IV. 6 Tampilan depan Konsumen Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-6</u>
<u>Gambar IV. 7 Tampilan Salah Satu Produk Kopi Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-7</u>
<u>Gambar IV. 8 Tampilan Konsumen di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-8</u>
<u>Gambar IV. 9 Tampilan Spot tengah Pengunjung Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-9</u>
<u>Gambar IV. 10 Struktur Organisasi.....</u>	<u>IV-10</u>
<u>Gambar IV. 11 Sembilan Blok <i>Business Model Canvas</i></u>	<u>IV-12</u>
<u>Gambar IV. 12 <i>Customer Segementations</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-13</u>
<u>Gambar IV. 13 Spot Foto Instagramable Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-14</u>
<u>Gambar IV. 14 Minuman Kemasan Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-14</u>
<u>Gambar IV. 15 <i>Value Proportions</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-15</u>
<u>Gambar IV. 16 <i>Channels</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-15</u>
<u>Gambar IV. 17 <i>Customer Relationship</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-16</u>
<u>Gambar IV. 18 Menu Makanan dan Minuman di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> 1</u>	<u>IV-17</u>
<u>Gambar IV. 19 Menu Makanan dan Minuman di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> 2.....</u>	<u>IV-18</u>
<u>Gambar IV. 20 Menu Makanan dan Minuman di Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> 3.....</u>	<u>IV-18</u>
<u>Gambar IV. 21 <i>Key Resources</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-19</u>
<u>Gambar IV. 22 <i>Key Activities</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i>.....</u>	<u>IV-19</u>
<u>Gambar IV. 23 <i>Key Partnership</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-20</u>
<u>Gambar IV. 24 <i>Cost Structure</i> Kedai Sentiaki <i>Coffe</i></u>	<u>IV-20</u>
<u>Gambar IV. 25 Model Bisnis Kedai Sentiaki <i>Coffe</i> menggunakan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....</u>	<u>IV-21</u>

Gambar V. 1 Hasil Akhir Perbaikan Model Bisnis Kedai Sentiaki Coffe menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* V-12



DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Gamble, A. Thompson Jr and M. Peteraf, *Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage*, McGraw-Hill Education, 2016.
- [2] R. P. Surjani, "MANAJEMEN STRATEGI DALAM MENGHADAPI ERA GLOBALISASI," *Fakultas Farmasi Universitas Surabaya*, 2002.
- [3] M. Yontino and dkk, "Manajemen Strategi Guru dalam Meningkatkan Pengelolaan Kelas," *Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 2022.
- [4] Yulita and C. I. Gunawan, "MODEL STRATEGI MANAJEMEN KEBIJAKAN PUBLIK SEKTOR PASAR TRADISIONAL UNTUK PEN I PENDAPATAN ASLI DAERAH NGKATAN DI KABUPATEN BENGKAYANG KALIMANTAN BARAT," *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*, 2019.
- [5] A. F. Mansur and M. W. F. Sulaiman, "KONSEP MANAJEMEN STRATEGI," *Jurnal Tugas Manajemen Strategi*, 2021.
- [6] F. R. David, *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*, Edisi 12, Jakarta: Salemba Empat, 2011.
- [7] F. Afrizal and T. A. Oktariyanda, "MANAJEMEN STRATEGI DESA WISATA GRONJONG WARITI DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DESA MEJONO KABUPATEN KEDIR," *Publika. Volume 9 Nomor 2*, 2021.
- [8] N. T. Hariyanti and A. Wirapraja, "PENGARUH INFLUENCER MARKETING SEBAGAI STRATEGI PEMASARAN DIGITAL ERA MODEREN (SEBUAH STUDI LITERATUR)," *Jurnal EKSEKUTIF Volume 15*, 2018.
- [9] D. N. S. Rambe and N. Aslami, "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global," *Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2021.
- [10] S. Azahra, "Konsep Manajemen Pemasaran," 2022.
- [11] R. Ananda, "ANALISIS IMPLEMENTASI BAURAN PEMASARAN PADA KUE BALOK BROWNIES MAHKOTA DI KOTA BANDUNG ANALYSIS OF MARKETING MIX IMPLEMENTATION IN MAHKOTA BROWNIES BEAM CAKES IN BANDUNG," *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIKOM*, 2020.
- [12] N. J. Setiadi, *Perilaku konsumen*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008.
- [13] M. Jafar, "ANALISIS PENGARUH SEGMENTASI PASAR TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PIPA PADA PT. RAJAWALI JAYA SAKTI DI MAKASSAR," *Jurnal FEB UNHAS*, 2012.

- [14] A. Syamsuddin Makmun, *emberdayaaan Sistem Perencanaan Dan Manajemen Berbasis Sekolah Menuju Kearah Peningkatan Kualitas Kinerja Pendidikan Yang Diharapkan*, Bandung: Depdikbud, 1999.
- [15] Y. Bahtiar Irian, *Kebijakan Pembaruan Pendidikan*, Jakarta: Raja Wali Pers, 2011.
- [16] V. Kushardianti Muzha, "MANAJEMEN STRATEGI PENGEMBANGAN PARIWISATA DENGAN PENDEKATAN BLUE OCEAN STRATEGY," *JISIP: Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 2015.
- [17] S. Jesslyn, *Business Model Strategy on Blue Ocean Strategy*, 2022.
- [18] R. Ikhwan, "ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI DENGAN PENDEKATAN BLUE OCEAN STRATEGY UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN DALAM PERSAINGAN BISNIS (Studi Kasus di Kedai Kopi Nongkring)," *Jurnal Teknik Industri UIN*, 2018.
- [19] R. Arifianto, "ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA COFFEE SHOP GARTENHAUS DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN KERANGKA KERJA EMPAT LANGKAH BLUE OCEAN STRATEGY," *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 2022.
- [20] A. P. Osterwalder, *Business Model Generation*, Canada: John Wiley and Sons, inc, 2012.

