

ABSTRAK

Banyaknya jumlah UMKM di Indonesia dengan potensi yang dimiliki dan disertai dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, perubahan pasar, serta globalisasi mengharuskan para UMKM untuk terus mengembangkan usahanya dengan sejumlah strategi. Penelitian ini membahas tentang penerapan strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* pada Kedai Intina Coffee Cimaung.

Intina Coffee merupakan UMKM yang bergerak di bidang industri *Food & Beverage* yang meralamat di Cimaung Gunung Puntang. Intina Coffee sebagai UMKM potensial memerlukan kombinasi analisis *Business Model Canvas* (BMC), Analisis SWOT, Matriks IE, dan Matriks SWOT yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi penerapan strategi pengembangan usaha secara lebih mendalam dan komprehensif.

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui gambaran model bisnis Intina Coffee dengan pendekatan BMC, mengetahui faktor lingkungan internal dan eksternal pada setiap blok BMC Intina Coffee, serta mengetahui strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh Intina Coffee berdasarkan analisis Matriks IE dan Matriks SWOT. Metode penelitian yang digunakan yaitu *Mix Method* dengan strategi *embedded* konkuren. Teknik pengumpulan data kualitatif dengan observasi dan wawancara semi terstruktur, sedangkan pengumpulan data kuantitatif dengan studi kepustakaan dan kuesioner analisis SWOT. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman melalui proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

BMC terdiri atas 9 elemen atau blok yaitu *customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure*. Masing-masing blok BMC Intina Coffee memiliki kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal. Hasil analisis Matriks IFE Intina Coffee menunjukkan skor 2,919 yang mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki posisi internal yang cukup kuat. Hasil analisis Matriks EFE Intina Coffee menunjukkan skor 2,982 yang mengindikasikan bahwa perusahaan mampu merespon peluang dan ancaman yang berasal dari lingkungan eksternal dengan cukup baik. Hasil analisis Matriks IE menunjukkan posisi Intina Coffee berada pada sel V, yang digambarkan sebagai *hold and maintain*. Strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk dapat menjadi alternatif strategi bagi Intina Coffee.

Hasil dari analisa Matriks SWOT menghasilkan 15 strategi pengembangan usaha yang dapat diterapkan oleh Intina Coffee, yaitu melakukan pengembangan fasilitas, melakukan pengembangan pemasaran dan penjualan via media sosial, meningkatkan customer retention dengan memanfaatkan database pelanggan, meningkatkan kapasitas mesin pengolahan, bergabung dengan layanan online food, menambah jalinan kemitraan, print out dokumen sebagai bentuk kewaspadaan, melakukan endorsement oleh influencer, membuat konten yang relevan dengan konsumen serta menarik, menambah variasi menu, meningkatkan kegiatan promosi dan pemasaran, meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan, menekan persediaan bahan baku dan pengeluaran biaya lain, memperbaharui ketentuan membership, menjalin kemitraan khusus dengan semua supplier.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Pengembangan Usaha.

ABSTRACT

The large number of MSMEs in Indonesia with their potential and accompanied by increasingly rapid technological advances, market changes, and globalization requires MSMEs to continue to develop their businesses with a number of strategies. This research discusses the application of MSME development strategies using the Business Model Canvas approach at Kedai Intina Coffee Cimaung.

Intina Coffee is an MSME engaged in the Food & Beverage industry located in Cimaung, Gunung Puntang. Intina Coffee as a potential MSME requires a combination of Business Model Canvas (BMC) analysis, SWOT Analysis, IE Matrix, and SWOT Matrix that can be used to identify the implementation of business development strategies more deeply and comprehensively.

The purpose of this study is to find out the picture of Intina Coffee's business model with the BMC approach, find out the internal and external environmental factors in each BMC block of Intina Coffee, and find out the business development strategies that can be applied by Intina Coffee based on the analysis of IE Matrix and SWOT Matrix. The research method used is Mix Method with a concurrent embedded strategy. Qualitative data collection techniques with semi structured observations and interviews, while quantitative data collection with literature studies and SWOT analysis questionnaires. Technical data analysis using the Miles and Huberman model through the process of data collection, data reduction, data presentation and conclusions.

BMC consists of 9 elements or blocks, namely customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. Each of Intina Coffee's BMC blocks has internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats. The results of Intina Coffee's IFE Matrix analysis show a score of 2,919 which indicates that the company has a fairly strong internal position. The results of Intina Coffee's EFE Matrix analysis show a score of 2,982 which indicates that the company is able to respond to opportunities and threats originating from the external environment quite well. The results of the IE Matrix analysis show that Intina Coffee's position is in cell V, which is described as hold and maintain. Market penetration strategy and product development can be an alternative strategy for Intina Coffee.

The results of the SWOT Matrix analysis produce 15 business development strategies that can be applied by Intina Coffee, namely developing facilities, developing marketing and sales via social media, increasing customer retention by utilizing customer databases, increasing processing machine capacity, joining online food services, increasing partnerships, print out documents as a form of vigilance, endorsement by influencers, create content that is relevant to consumers and interesting, add menu variations, increase promotional and marketing activities, improve customer service quality, reduce raw material inventory and other expenses, update membership conditions, establish special partnerships with all suppliers.

Keywords: *Business Model Canvas, Business Development*

RINGKESAN

Lobana jumlah UMKM di Indonesia kalawan potensi anu kagaduh sarta dibarung kalawan kamajuan teknologi anu beuki pesat,parobahan pasar,sarta globalisasi ngudukeun para UMKM kyangggo teras ngembyangkeun usaha na kalawan sajumlah strategi. Peneliti ieu ngabahas ngeunaan penerapan stratgei pengembangan UMKM kalawan ngagunakeun pendekatan Business Model Canvas dina Kedai Intina Coffee Cimaung.

Intina Coffee myanggrupa UMKM anu usik di widyangg industri Food & Beverage anu meralamat di Cimaung Gunung Puntang. Intina Coffee minangka UMKM potensial meryogikeun kombinasi analisis Business Model Canvas (BMC), Analisis SWOT, Matriks IE, sarta Matriks SWOT anu tiasa dipake kyangggo mikawanoh penerapan strategi pengembangan usaha sacara lyanggkung mendalam sarta komprehensif.

Tujuan panalungtikan ieu waktuos kyangggo terang gambaran model bisnis Intina Coffee kalawan pendekatan BMC, terang faktor lingkungan internal sarta eksternal dina saban blok BMC Intina Coffee, sarta terang strategi pengembangan usaha anu tiasa dilarapkeun ku Intina Coffee dumasar analisis Matriks IE sarta Matriks SWOT. Padika panalungtikan anu dipake waktuos Mix Method kalawan strategi embedded konkuren. Teknik pengumpulan data kualitatif kalawan observasi sarta wawancara semi terstruktur, sedengkeun pengumpulan data kuantitatif kalawan studi kepustakaan sarta kuesioner analisis SWOT. Teknis analisis data ngagunakeun model Miles sarta Huberman ngaliwatan proses pengumpulan data, reduksi data, penyajian data sarta penarikan kacindekan.

BMC diwanggun luhur 9 elemen atawa blok waktuos customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, sarta cost structure. Sewyangg-sewyangg blok BMC Intina Coffee ngabogaan kakiatan sarta kelemahan internal, sarta kasempetan sarta ancaman eksternal. Kening analisis Matriks IFE Intina Coffee nembongkeun skor 2,919 anu mengindikasikeun yen parusahaan ngabogaan posisi internal anu cekap kiat. Kening analisis Matriks EFE Intina Coffee nembongkeun skor 2,982 anu mengindikasikeun yen parusahaan sanggem merespon kasempetan sarta ancaman anu asalna ti lingkungan eksternal kalawan cekap sae. Kening analisis Matriks IE nembongkeun posisi Intina Coffee aya dina sel V, anu digambarkeun minangka hold and maintain. Strategi penetrasi pasar sarta pengembangan produk tiasa barobah kaayaan alternatif strategi kyangggo Intina Coffee.

Kening ti analisa Matriks SWOT ngahasilkeun 15 strategi pengembangan usaha anu tiasa dilarapkeun ku Intina Coffee, waktuos ngalakeun pengembangan fasilitas, ngalakeun pengembangan pemasaran sarta penjualan via media sosial, ngaronjatkeun customer retention kalawan ngamyanggpaaatkeun database lyangganan, ngaronjatkeun kapasitas mesin pengolahan, ngagabung kalawan layanan online food, nambahan jalinan kemitraan, print out dokumen minangkawyanggun kewaspadaann, ngalakeun endorsement ku influencer, midamel konten anu relevan kalawan konsumen sarta metot, nambahan variasi menu, ngaronjatkeun kagiatan promosi sarta pemasaran, ngaronjatkeun kualitas pyanggladen lyangganan, menekeun persediaan bahan luluğu, poko sarta pengeluaran waragad sanes, memperbaharui katyanggtuan membership, menjalin kemitraan husus kalawan sadaya supplier.

Sanggem Kunci: Business Model Canvas, Pengembangan Usaha