

**ANALISIS STRATEGI BISNIS TOKO ANUGRAH CIGUNUNG  
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN *BUSINESS MODEL*  
CANVAS (BMC)**

**TUGAS AKHIR**

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

**Disusun Oleh:**

**Muhammad Davidt Sudarma (203010132)**



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS PASUNDAN  
BANDUNG  
2024**

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS STRATEGI BISNIS TOKO ANUGRAH CIGUNUNG  
MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN *BUSINESS MODEL*  
*CANVAS* (BMC)

Oleh

MUHAMMAD DAVIDT SUDARMA

NRP : 203010132

Menyetujui

Tim Pembimbing


Tanggal Juni 2024

Pembimbing



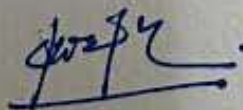
(Ir. Arief Harkat Idram, MT.)

Penelaah



(Dr. Ir. Toto Ramadhan, MT.)

Mengetahui, Ketua Program Studi



Dr. Ir. M. Nürman Helmi, DEA.

# **ANALISIS STRATEGI BISNIS TOKO ANUGRAH CIGUNUNG MENGUNAKAN ANALISIS SWOT DAN *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)***

MUHAMMAD DAVIDT SUDARMA

NRP : 203010132

Pembimbing Utama :

Ir. Arief Harkat Idram, MT

## **ABSTRAK**

*Persaingan dunia bisnis kian menguat dengan perkembangan teknologi dimana informasi bisa didapatkan dengan mudahnya, untuk itu setiap pelaku bisnis diharuskan merumuskan strategi yang ampuh dalam menghadapi persaingan dunia bisnis di era digitalisasi seperti sekarang. Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. Manajemen strategi merupakan suatu proses perencanaan hingga bentuk evaluasi dalam sebuah organisasi demi mencapai hal yang diinginkan Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang dan ancaman dengan faktor internal kekuatan dan kelemahan. Faktor internal dimasukkan ke dalam matriks yang disebut matriks faktor strategi internal atau IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary). Faktor eksternal dimasukkan kedalam matriks yang disebut matriks faktor strategi eksternal EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary). Business model canvas merupakan alat yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis, alat ini diperkenalkan dan dikembangkan oleh Alex Osterwalder beserta temannya, dimana business model canvas ini menjadi sebuah alat visual satu halaman yang terdiri dari sembilan kotak yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang*

*Kata Kunci : UMKM, SWOT, IFAS, EFAS, Business Model Canvas*

***ANALYSIS OF ANUGRAH CIGUNUNG STORE BUSINESS STRATEGY  
USING SWOT ANALYSIS AND BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)***

MUHAMMAD DAVIDT SUDARMA

NRP : 203010132

Main Supervisor :

Ir. Arief Harkat Idram, MT

**ABSTRACT**

*Competition in the business world is increasingly strengthening with technological developments where information can be obtained easily, for this reason every business person is required to formulate effective strategies in facing competition in the business world in the current era of digitalization. According to Law Number 20 of 2008, MSMEs or Micro, Small and Medium Enterprises are defined as Micro Enterprises, namely productive businesses owned by individuals and/or individual business entities that meet the criteria for micro businesses as regulated in the law. Strategic management is a planning process and a form of evaluation within an organization in order to achieve the desired results. SWOT analysis compares external factors, opportunities and threats, with internal factors, strengths and weaknesses. Internal factors are included in a matrix called the internal strategic factor matrix or IFAS (Internal Strategic Factor Analysis Summary). External factors are included in a matrix called the external strategic factor matrix EFAS (External Strategic Factor Analysis Summary). The business model canvas is a tool designed to build and explore a business idea, this tool was introduced and developed by Alex Osterwalder and his friends, where the business model canvas is a one-page visual tool consisting of nine boxes that show how to think about how a company make money*

*Keywords: UMKM, SWOT, IFAS, EFAS, Business Model Canvas*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
<i>ABSTRACT</i> .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR .....	iv
PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xii
Bab I Pendahuluan .....	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah .....	I-1
I.2 Rumusan Masalah .....	I-2
I.3 Tujuan Penelitian .....	I-2
I.4 Manfaat Penelitian .....	I-2
I.5 Ruang Lingkup Penelitian .....	I-3
I.5.1 Ruang Lingkup .....	I-3
I.5.2 Batasan .....	I-3
I.6 Lokasi Penelitian .....	I-3
I.7 Sistematikan Penulisan .....	I-4
Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori .....	II-1
II.1 Manajemen Strategi .....	II-1
II.1.1 Definisi Manajemen Strategi .....	II-1
II.1.2 Manfaat Manajemen Strategi .....	II-2
II.2 Perencanaan Bisnis .....	II-3

II.3 Analisis SWOT .....	II-4
II.3.1 Unsur Unsur SWOT .....	II-5
II.3.2 Model Analisis SWOT .....	II-5
II.4 <i>Business Model Canvas</i> .....	II-6
Bab III Metodologi Penelitian.....	III-1
III.1 Model Pemecahan Masalah.....	III-1
III.2 Langkah Pemecahan Masalah .....	III-2
Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data .....	IV-1
IV.1 Pengumpulan Data .....	IV-1
IV.1.1 Profil Singkat Toko Anugrah Cigunung .....	IV-1
IV.1.2 Analisis Lingkungan Usaha.....	IV-1
IV.2 Pengolahan Data.....	IV-5
IV.2.1 Formulasi Alternatif Strategi .....	IV-5
IV.2.2 Matriks SWOT .....	IV-8
IV.2.3 <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	IV-10
IV.2.4 BMC Toko Anugrah Cigunung .....	IV-14
Bab V Analisis dan Pembahasan .....	V-1
V.1 Analisis Lingkungan Usaha .....	V-1
V.1.1 Lingkungan Internal.....	V-1
V.1.2 Lingkungan Eksternal .....	V-1
V.2 Matriks IFAS.....	V-1
V.3 Matriks EFAS .....	V-2
V.4 Matriks IE .....	V-2
V.5 Matriks SWOT.....	V-2
V.6 Analisis BMC.....	V-4
V.6.1 <i>Customer Segmentation</i> .....	V-4

V.6.2 <i>Value Proposition</i> .....	V-4
V.6.3 <i>Channels</i> .....	V-5
V.6.4 <i>Customer Relationship</i> .....	V-5
V.6.5 <i>Revenue Stream</i> .....	V-6
V.6.6 <i>Key Resources</i> .....	V-6
V.6.7 <i>Key Activities</i> .....	V-7
V.6.8 <i>Key Partners</i> .....	V-7
V.6.9 <i>Cost Structure</i> .....	V-8
V.6.10 BMC Toko Anugrah Cigunung.....	V-9
Bab VI Kesimpulan dan Saran .....	VI-1
VI.1 Kesimpulan .....	VI-1
VI.2 Saran .....	VI-4
DAFTAR PUSTAKA .....	VI-1
LAMPIRAN.....	VI-2

# **Bab I Pendahuluan**

## **I.1 Latar Belakang Masalah**

Persaingan dunia bisnis kian menguat dengan perkembangan teknologi dimana informasi bisa didapatkan dengan mudahnya, untuk itu setiap pelaku bisnis diharuskan merumuskan strategi yang ampuh dalam menghadapi persaingan dunia bisnis di era digitalisasi seperti sekarang.

Menurut Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008, UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan dan/atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang. UMKM juga merupakan salah satu daya topang ekonomi di Indonesia yang dimana Menurut data Kementerian Koperasi, Usaha Keci, dan Menengah (UMKM) tahun 2018, jumlah pelaku UMKM sebanyak 64,2 juta atau 99,99% dari jumlah pelaku usaha di Indonesia. Daya serap tenaga kerja UMKM adalah sebanyak 117 juta pekerja atau 97% dari daya serap tenaga kerja dunia usaha. Sementara itu kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional (PDB) sebesar 61,1%, dan sisanya yaitu 38,9% disumbangkan oleh pelaku usaha besar yang jumlahnya hanya sebesar 5.550 atau 0,01% dari jumlah pelaku usaha. Hal ini menggambarkan seberapa besar peran UMKM dalam perekonomian negara, sehingga membutuhkan perhatian penting dari pemerintah.

Dari banyaknya jenis UMKM di Indonesia, Toko sembako merupakan toko yang menjual kebutuhan sehari-hari. Sembilan bahan pokok atau lebih dikenal dengan sembako, merupakan jenis usaha yang dibutuhkan siapapun. Kebutuhan masyarakat akan toko sembako yang menjual barang kebutuhan sehari-hari dengan harga terjangkau dan dekat dengan lingkungan tempat tinggal. Sembako yang terdiri atas berbagai bahan-bahan makanan dan minuman yang secara umum dibutuhkan masyarakat indonesia yaitu kebutuhan pokok sehari- hari seperti beras, sayur, gula, minyak goreng, gas elpiji, dll.

Toko Anugerah Cigunung merupakan agen sembako yang didirikan oleh bapak H. Dadan Sudarma, Toko Anugerah Cigunung menjual berbagai macam



kebutuhan rumah tangga, Anugerah Cigunung berlokasi di Kabupaten Pandeglang Kecamatan Cimanuk.

Pada tahun 2021 menurut Pandeglang Open Data usaha kecil di Pandeglang Banten terutama di kecamatan cimanuk sebanyak 1409 unit sedangkan usaha mikro berjumlah 6938 unit. Hal ini membuat persaingan yang ketat diranah UMKM. Anugerah cigunung perlu memetakan strategi yang matang dalma menghadapi persaingan di daerah tesebut.

Untuk itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian di toko tersebut dengan menggunakan analisis SWOT yang dibantu dengan *Bussines Model Canvas* (BMC). Kekuatan (*Strength*), kekurangan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) maupun ancaman (*Threat*), atau SWOT merupakan analisis awal dalam perencanaan membangun bisnis, setelah analisis SWOT diketahui kita bisa menggambarkan dengan sebuah model bisnis yang dikerjakan oleh metode BMC.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Setelah mengetahui latar belakang masalah diatas maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana strategi proses bisnis dengan menggunakan analisis SWOT?
2. Bagaimana strategi proses bisniS dengan menggunakan metode BMC?

## **I.3 Tujuan Penelitian**

Setelah mengetahui rumusan masalah diatas maka didapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui strategi proses bisnis dengan menggunakan analisis SWOT
2. Untuk mengetahui strategi proses bisnin dengan menggunakan metode BMC

## **I.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian tugas akhir ini ialah:

1. Memahami proses manajemen strategi bisnis menggunakan teori-teori serta metode yang ada mulai dari analisis SWOT dan BMC

2. Kemudian hasil penelitian ini juga bisa digunakan untuk mengembangkan bisnis Anugrah Cigunung, dan bisa digunakan untuk penelitian-penelitian untuk pengembangan bisnis lainnya.

## **I.5 Ruang Lingkup Penelitian**

### **I.5.1 Ruang Lingkup**

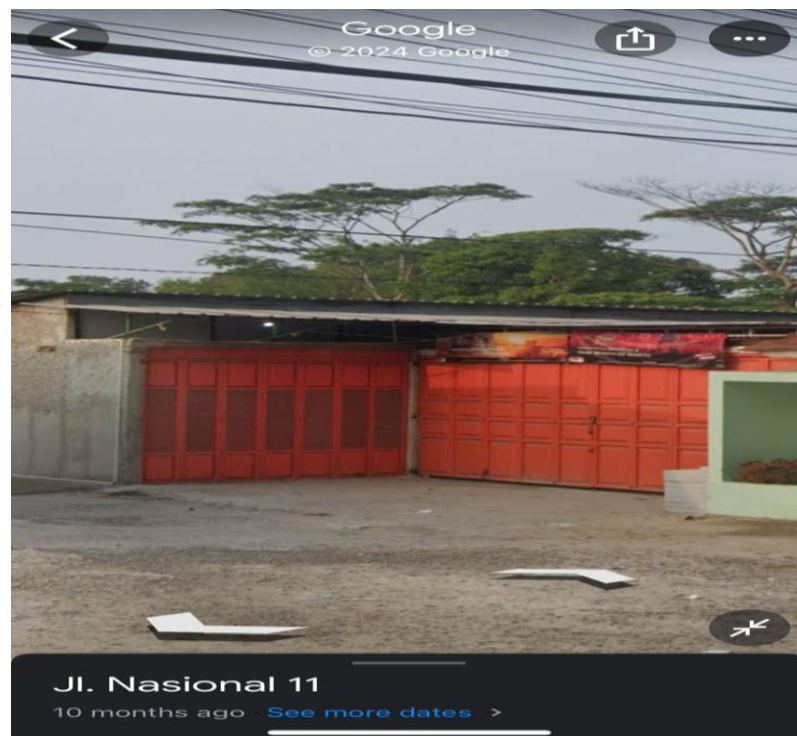
1. Penelitian manajemen strategi bisnis hanya dilakukan di toko Anugrah Cigunung
2. Penelitian dilakukan dari bulan Februari tahun 2024 sampai dengan selesai

### **I.5.2 Batasan**

1. Model bisnis yang digunakan adalah *Business Model Canvas*
2. Analisis strategi bisnis menggunakan analisis SWOT
3. Data-data penelitian dianggap valid berdasarkan hasil pengumpulan langsung dengan pihak terkait

## **I.6 Lokasi Penelitian**

Kegiatan Penelitian ini dilakukan di Toko Anugrah Cigunung yang beralamat di Cigunung, Jalan Raya Labuan KM. No. 11, Cimanuk Pandeglang, Banten.



Gambar I.1 Lokasi Penelitian Toko Anugrah Cigunung

(Sumber: *Google Maps*)

## **I.7 Sistematikan Penulisan**

Pada bagian ini menjelaskan terkait karya ilmiah yang disusun secara sistematis

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan terkait latar belakang dilakukannya penelitian di toko Anugrah Cigunung kemudian rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian hingga lokasi penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI**

Pada bab ini membahas mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian, teori-teori tersebut meliputi manajemen strategi, analisis SWOT dan *Business Model Canvas*.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini membahas mengenai tahapan proses dilakukannya penelitian dan pemecahan masalah. Penelitian yang dilakukan di toko Anugrah Cigunung dimulai dari survei pendahuluan hingga kesimpulan kemudian pemecahan masalah dilakukan berdasarkan data-data yang *real*.

## **BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini berisikan pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan melalui observasi lapangan dan wawancara di toko Anugrah Cigunung, pengolahan data meliputi analisis Kekuatan (*Strength*), kekurangan (*Weakness*), peluang (*Opportunity*) dan ancaman (*Threat*). Dan sebuah model bisnis menggunakan *Business Model Canvas*. Setelah data-data didapat proses selanjutnya ialah pengolahan data.

## **BAB V ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini berisikan pembahasan dan analisis dari pengumpulan dan pengolahan data yang ada di bab sebelumnya, pembahasan bab ini meliputi strategi analisis SWOT dan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas*.

## **BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan kemudian saran yang diperlukan untuk pengembangan toko anugrah cigunung berdasarkan analisa dari penelitian yang telah dilakukan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bygrave, W. D. (1994). *The Portable MBA in Entrepreneurship*. New York: John Wiley & Sons.
- Coulter, S. P. (2007). *Management*. Pearson Prentice Hall.
- David, F. R. (1991). *Strategic Management*. Merrill.
- Galavan, R. J. (2004). *Doing Business Strategy*. Ireland: Oak Tree Press.
- J. David Hunger, T. L. (1996). *Strategic Management*. Addison-Wesley.
- Jr., J. A. (2006). *Strategic management: Formulation, Implementation and Control*. McGraw-Hill .
- Meggison, W. L. (2000). *Small Business Management: An Entrepreneur's Guidebook*. McGraw-Hill.
- Muchlisin, R. (2022). *Business Model Canvas (BMC)*. Retrieved from KajianPustaka.com: <https://www.kajianpustaka.com/2022/11/business-model-canvas-bmc.html>
- Rangkuti, F. (1997). *ANALISI SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robert D. Hisrich, M. P. (1998). *Entrepreneurship*. McGraw-Hill.
- Siregar, O. M. (2020). *Penerapan Bisnis Model Canvas Sentral UMKM*. Puspantara.