

**FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DAN SWOT
ANALYSIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
PIRING SENG COFFEE & CO TUNJUNGAN SURABAYA**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

ACHMAD HAMBALI

17042010087

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2021

LEMBAR PERSETUJUAN

**FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DAN SWOT
ANALYSIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA
PIRING SENG COFFEE & CO TUNJUNGAN SURABAYA**

Disusun Oleh



ACHMAD HAMBALI

17042010087

Telah disetujui untuk mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si

NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA

NIP. 195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

FORMULASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DAN SWOT ANALYSIS DALAM UPAYA MENINGKATKAN DAYA SAING PADA PIRING SENG COFFEE & CO TUNJUNGAN SURABAYA

Disusun Oleh

ACHMAD HAMBALI
NPM. 17042010087

Telah Dipertahankan Dihadapan dan Diterima Oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada Tanggal 30 April 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

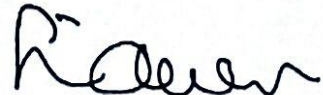
TIM PENGUJI,

1. Ketua



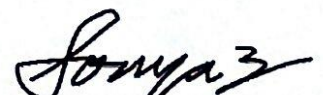
Nur Az Zah, S.AB, M.AB
NPM. 17219910501002

2. Sekretaris



Dra. Lia Nirawati, M.Si
NIP. 196009241993032001

3. Anggota



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP. 195907011987031001

ABSTRAKSI

ACHMAD HAMBALI, 17042010087, Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya.

Bisnis kuliner memiliki prospek yang bagus termasuk di bidang usaha *coffee shop*. Piring Seng Coffee & Co merupakan satu dari sekian banyak *coffee shop* yang ada di Surabaya sehingga ia dihadapkan pada situasi persaingan dan tantangan yang dinamis. Oleh karenanya, Piring Seng Coffee & Co perlu merumuskan model bisnis yang tepat dan membutuhkan strategi baru agar dapat meningkatkan daya saing dan pangsa pasarnya. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Piring Seng Coffee & Co menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang kemudian dilakukan evaluasi berdasarkan analisis SWOT sehingga dihasilkan rekomendasi perbaikan pada elemen blok model bisnis. Deskriptif kualitatif ialah metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan teknik analisis datanya yaitu *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT termasuk di dalamnya menggunakan IFAS dan EFAS. Teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi. Responden dalam penelitian ini terdiri dari pemilik, manajer operasional, karyawan, serta konsumen Piring Seng Coffee & Co yang dipilih secara *purposive* sejumlah 11 orang. Hasil penelitian menunjukkan diagram analisis SWOT arah strategi mengarah pada “*Growth Oriented Strategy*” yaitu mendukung strategi agresif yang kemudian hasil ini menjadi masukan untuk perbaikan *Business Model Canvas*. Dari implementasinya, menunjukkan bahwa perbaikan direkomendasikan pada kesembilan elemen *Business Model Canvas* dengan strategi yang dihasilkan menjadi masukan bagi pihak manajemen.

Kata kunci: Piring Seng Coffee & Co, Model Bisnis Kanvas, SWOT, *coffee shop*.

ABSTRACTION

ACHMAD HAMBALI, 17042010087, *Business Development Strategy Formulation Using a Business Model Canvas (BMC) Approach and SWOT Analysis in an Effort to Increase Competitiveness on Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya.*

The culinary business has good prospects, including in the coffee shop business. Piring Seng Coffee & Co is one of the many coffee shops in Surabaya so that it is faced with a situation of dynamic competition and challenges. Therefore, Piring Seng Coffee & Co needed to formulate the right business model and needed a new strategy in order to increase its competitiveness and market share. This research aims to analyze the business model for Piring Seng Coffee & Co using the Business Model Canvas approach, which is then evaluated based on the SWOT analysis so that recommendations for improvements to the block elements of the business model are generated. Qualitative descriptive is the method used in this study with data analysis techniques, namely Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis including using IFAS and EFAS. Data collection techniques through interviews, participatory observation, and documentation study. Respondents in this study consisted of the owner, operational manager, employees, and consumers of Piring Seng Coffee & Co which were selected purposively as many as 11 people. The results showed the SWOT analysis diagram of the strategic direction leading to "Growth Oriented Strategy", namely supporting aggressive strategies, which then became an input for improving the Business Model Canvas. From its implementation, it shows that improvements are recommended on the nine elements of the Business Model Canvas with the resulting strategy being input for management.

Keywords: Piring Seng Coffee & Co, Business Model Canvas, SWOT, coffee shop.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT Analysis Dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya”**.

Tidak dapat dipungkiri berbagai tantangan dan kesulitan turut menyertai peneliti dalam menyusun Skripsi ini, namun peneliti sangat bersyukur Skripsi dapat terselesaikan pada waktunya yang tak terlepas juga karena terdapat andil dari berbagai pihak dalam membantu dan memberi dukungan kepada peneliti.

Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku Dosen Pembimbing, dengan segala perhatian dan kesabarannya rela meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasihat, masukan, serta motivasi kepada peneliti selama penyusunan Skripsi ini. Peneliti juga ingin menyampaikan terima kasih yang setinggi-tingginya kepada:

1. Yth. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, CHRA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Yth. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

3. Yth. Bapak dan Ibu dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada peneliti.
4. Pak Fahad dan Pak Diky selaku *owner* dan manajer operasional Piring Seng Coffee & Co yang telah memberikan kesempatan dan dukungannya serta seluruh karyawan yang selalu memberi *support* dan semangat kepada peneliti.
5. Bapak dan keluarga yang selalu memberi dukungan secara materil maupun non materil dan juga Ibu disana yang selalu menyertai, memperhatikan, dan menginspirasi peneliti.
6. Diah Nur Fauzia yang tak henti-hentinya memberi semangat, dukungan, dan motivasi bagi peneliti.
7. Seluruh teman-teman peneliti, rekan-rekan jurusan yang selalu memberi dukungan dan saling tukar pikiran satu sama lain.

Peneliti menyadari bahwa dalam Skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu peneliti berharap adanya kritik, saran, dan masukan yang sifatnya membangun demi kebaikan dan penyempurnaan Skripsi ini. Dan semoga Skripsi ini dapat memberi manfaat bagi semua pihak.

Surabaya, 14 April 2021

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	14
1.3 Tujuan Penelitian	14
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.4.1 Secara Teoritis	15
1.4.2 Secara Praktis	15
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	16
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Strategi	20
2.2.1.1 Definisi Strategi	20

2.2.1.2 Tipe-tipe Strategi	21
2.2.2 Manajemen Strategi	22
2.2.2.1 Definisi Manajemen Strategi	22
2.2.2.2 Ruang Lingkup Manajemen Strategi	24
2.2.2.3 Proses Manajemen Strategi	25
2.2.3 Bisnis	25
2.2.3.1 Definisi Bisnis	25
2.2.3.2 Klasifikasi Bisnis	26
2.2.4 Definisi Strategi Bisnis	30
2.2.5 Strategi Fungsional	32
2.2.5.1 Strategi Pemasaran	32
2.2.5.2 Strategi Produksi	33
2.2.5.3 Strategi Sumber Daya Manusia	34
2.2.5.4 Strategi Keuangan	36
2.2.6 Usaha Mikro Kecil dan Menengah	37
2.2.6.1 Definisi Usaha Mikro Kecil dan Menengah	37
2.2.6.2 Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah	38
2.2.6.3 Keunggulan dan Kelemahan Usaha Mikro Kecil dan Menengah ...	40
2.2.7 Model Bisnis	43
2.2.7.1 Pengertian Model Bisnis	43
2.2.7.2 Komponen Model Bisnis	44
2.2.7.3 Ragam Model Bisnis	45
2.2.7.4 Manfaat Model Bisnis	46

2.2.8 Model Bisnis Kanvas	47
2.2.9 Analisis SWOT	62
2.2.9.1 Pengertian Analisis SWOT	62
2.2.9.2 Cara Membuat Analisis SWOT	66
2.2.10 Daya Saing	68
2.2.10.1 Faktor-faktor Keberhasilan Pembentukan Daya Saing	70
2.3 Kerangka Berpikir	71

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	76
3.2 Fokus Penelitian	78
3.3 Lokasi Penelitian	79
3.4 Sampel Sumber Data Penelitian	79
3.5 Objek dan Informan Penelitian	82
3.5.1 Objek Penelitian	82
3.5.2 Informan Penelitian	82
3.6 Instrumen Penelitian	84
3.7 Jenis dan Sumber Data	85
3.8 Teknik Pengumpulan Data	85
3.9 Teknik Analisis Data	89
3.9.1 Analisis SWOT	92
3.9.1.1 Matriks EFAS dan IFAS	93
3.9.1.2 Matriks SWOT	98
3.10 Pengujian Keabsahan Data	100

3.11 Waktu dan Tahapan Penelitian	103
---	-----

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	104
4.1.1 Profil Perusahaan	104
4.1.2 Logo Perusahaan	106
4.1.3 Struktur Organisasi	107
4.2 Hasil	109
4.2.1 Penyajian Data	109
4.2.2 Identitas Informan	136
4.2.3 Identifikasi Model Bisnis Piring Seng Coffee & Co Menggunakan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	137
4.2.4 Analisis SWOT	161
4.2.4.1 Tahap Analisis Faktor Eksternal dan Faktor Internal Menggunakan EFAS dan IFAS	179
4.2.4.2 Tahap Analisis Menggunakan Diagram Analisis SWOT	183
4.3 Pembahasan	190
4.3.1 Analisis Strategi Fungsional	190
4.3.1.1 Strategi Pemasaran	190
4.3.1.2 Strategi Produksi	194
4.3.1.3 Strategi Sumber Daya Manusia	196
4.3.1.4 Strategi Keuangan	197
4.3.2 Formulasi Strategi	199
4.3.3 Perbaikan <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	210

4.3.4 Implikasi Manajerial	227
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya dengan Penelitian Terdahulu	228
4.5 Hambatan Penelitian	230
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	232
5.2 Saran	235
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Hasil Proyeksi Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 2016-2020	7
Tabel 1.2	Perkembangan Omzet Penjualan Piring Seng Coffee & Co	10
Tabel 2.1	Kriteria Usaha Mikro Kecil dan Menengah	38
Tabel 3.1	<i>External Strategic Factors Analysis Summary</i> (EFAS)	95
Tabel 3.2	<i>Internal Strategic Factors Analysis Summary</i> (IFAS)	98
Tabel 3.3	Matriks SWOT	99
Tabel 3.4	Jadwal Penelitian	103
Tabel 4.1	Bahan Baku Pendamping untuk <i>Beverages</i>	125
Tabel 4.2	Identitas Informan	136
Tabel 4.3	<i>Customer Segments</i> Piring Seng Coffee & Co	138
Tabel 4.4	Rata-rata Jumlah <i>Customer</i> Piring Seng Coffee & Co	139
Tabel 4.5	Rata-rata Gender <i>Customer</i> Piring Seng Coffee & Co	139
Tabel 4.6	<i>Value Propositions</i> Piring Seng Coffee & Co	141
Tabel 4.7	<i>Channels</i> Piring Seng Coffee & Co	146
Tabel 4.8	<i>Customer Relationships</i> Piring Seng Coffee & Co	149
Tabel 4.9	<i>Revenue Streams</i> Piring Seng Coffee & Co	150
Tabel 4.10	Data Keuangan Piring Seng Coffee & Co Tahun 2020 - 2021	150
Tabel 4.11	Aset Fisik Piring Seng Coffee & Co	152
Tabel 4.12	<i>Key Resources</i> Piring Seng Coffee & Co	152
Tabel 4.13	<i>Key Activities</i> Piring Seng Coffee & Co	153
Tabel 4.14	<i>Key Partnerships</i> Piring Seng Coffee & Co	155

Tabel 4.15	<i>Cost Structure</i> Piring Seng Coffee & Co	158
Tabel 4.16	Rincian Pengeluaran Piring Seng Coffee & Co	159
Tabel 4.17	<i>Business Model Canvas Existing</i> Piring Seng Coffee & Co	160
Tabel 4.18	Analisis SWOT terhadap <i>Business Model Canvas Piring Seng Coffee & Co</i>	161
Tabel 4.19	Faktor Kekuatan dan Kelemahan Piring Seng Coffee & Co	173
Tabel 4.20	Faktor Peluang dan Ancaman Piring Seng Coffee & Co	178
Tabel 4.21	Hasil EFAS (<i>External Factory Analysis Summary</i>)	179
Tabel 4.22	Hasil IFAS (<i>Internal Factory Analysis Summary</i>)	181
Tabel 4.23	Rumusan Strategi Matriks SWOT/TOWS	185
Tabel 4.24	Perencanaan Kombinasi Strategi SWOT/TOWS	186
Tabel 4.25	Matriks SWOT/TOWS	187
Tabel 4.26	Formulasi <i>Business Model Canvas</i> Baru Piring Seng Coffee & Co..	212
Tabel 4.27	Perbandingan Hasil Penelitian pada Piring Seng Coffee & Co dengan Penelitian Terdahulu	228

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1	Kerangka Berpikir	75
Bagan 4.1	Struktur Organisasi Piring Seng Coffee & Co	107

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah Unit Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah	2
Gambar 2.1	Blok Model Bisnis Kanvas	62
Gambar 2.2	Diagram Analisis SWOT	67
Gambar 3.1	Model Miles and Huberman Teknik Analisis Data	90
Gambar 4.1	Logo Piring Seng Coffee & Co	106
Gambar 4.2	Menu <i>Beverages</i> , <i>Snacks</i> , dan <i>Meals</i> Piring Seng Coffee & Co ...	143
Gambar 4.3	Hasil Analisis Diagram SWOT	184