

**“IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
DALAM MENDUKUNG *DIGITAL MARKETING*
PADA PRODUK SKINBEAUTE PASCA DIBUKANYA TIKTOK SHOP “**

SKRIPSI



Oleh :

RAGITA WIDYA KARTIKA

NPM. 20042010121

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

**“IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
DALAM MENDUKUNG *DIGITAL MARKETING*
PADA PRODUK SKINBEAUTE PASCA DIBUKANYA TIKTOK SHOP”**

Disusun oleh:

RAGITA WIDYA KARTIKA
NPM. 20042010121

Telah Disetujui Untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui.

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui

DEKAN

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

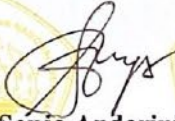
LEMBAR PENGESAHAN

“IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DALAM
MENDUKUNG *DIGITAL MARKETING* PADA PRODUK SKINBEAUTE
PASCA DIBUKANYA TIKTOK SHOP“

Disusun oleh:
RAGITA WIDYA KARTIKA
NPM. 20042010121


Telah Dipertahankan dan Diterima Oleh Tim Penguji Proposal Skripsi
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur
Pada Tanggal 13 September 2024
Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

TIM PENGUJI


1. Ketua


Nurul Azizah, S.AB., M.AB
NPT. 17219910501002

2. Sekretaris


Dr. Dyah Widowati, S.H., M.M
NIP. 196408141993032001

3. Anggota


Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

Mengetahui,
DEKAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ragita Widya Kartika
NPM : 20042010121
Fakultas /Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik / Administrasi Bisnis
Judul Skripsi : Implementasi *Business Model Canvas* (BMC) Dalam Mendukung *Digital Marketing* Pada Produk SKINBEAUTE Pasca Dibukanya TikTok Shop

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan dosen pembimbing.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan di setujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun , sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 13 September 2024

Yang Menyatakan



(Ragita Widya Kartika)

NPM. 20042010121

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DALAM MENDUKUNG *DIGITAL MARKETING* PADA PRODUK SKINBEAUTE PASCA DIBUKANYA TIKTOK SHOP”

Penulis mengucapkan terima kasih kepada kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan tenaga untuk memberikan masukan, motivasi, serta saran yang membangun sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis juga menyadari dalam penyusunan skripsi ini, tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, baik itu berupa moril, spiritual, dan juga materil. Untuk itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Catur Surotnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin S.sos.,M.M.,M.A selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu dosen Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan dukungan kepada penulis.

4. Kedua orang tua penulis yang selalu memberikan doa, nasehat, motivasi dan dukungan dalam segala proses untuk menyelesaikan penelitian ini.
5. Teman dekat penulis, Tita dan Anggita yang selalu memberikan saran dan dukungan serta hiburan kepada penulis untuk dapat segera menyelesaikan penelitian ini.
6. Para idola yang lagunya selalu menemani dan menghibur penulis dalam mengerjakan (JKT48 dan K-Pop idol lainnya).
7. Terakhir, terima kasih kepada diri sendiri karena mampu mengerjakan skripsi dengan baik meskipun ada banyak ujian sehingga mampu meyakinkan diri bahwa mampu untuk menyelesaikannya.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini banyak terdapat kekurangan. Maka dari itu, segala kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan demi kesempurnaan skripsi ini.

Surabaya, 13 September 2024

Penulis

ABSTRAK

RAGITA WIDYA KARTIKA, IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) DALAM Mendukung *DIGITAL MARKETING* PADA PRODUK SKINBEAUTE PASCA DIBUKANYA TIKTOK SHOP

Kehidupan saat ini dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan penyebaran yang cepat dan luas, kemudian membuat kehidupan menjadi lebih praktis karena segala sesuatu dapat dilakukan melalui media sosial dan *e-commerce* sebagai *digital marketing* mereka. Penggunaan media sosial sebagai *digital marketing* dalam meningkatkan pendapatan terjadi pada salah satu *commerce* yang sedang menjadi *trend* oleh khalayak masyarakat Indonesia di tahun 2022 – 2024 ini yaitu TikTok Shop pada aplikasi TikTok yang sempat ditutup dan kembali dibuka yang diperuntukan kepada para pelaku UMKM dan penjual lainnya. Dampak penutupan TikTok Shop menerpa para pemilik bisnis di dalamnya, salah satu contohnya yaitu SKINBEAUTE. Kemudian kini telah kembali mempercayai TikTok Shop menjadi sarana *digital marketing* mereka. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis implementasi *Business Model Canvas* (BMC) dalam mendukung *digital marketing* pada produk SKINBEAUTE pasca dibukanya TikTok Shop.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik penarikan sampel yang digunakan yaitu teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan dengan melakukan observasi, wawancara dan dokumentasi kepada informan yang dapat memberikan informasi yang akurat. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa (1) SKINBEAUTE diharapkan melakukan evaluasi terhadap kinerja operasional sebelumnya agar dapat menentukan strategi baru kedepannya melalui penilaian dari *owner*, karyawan dan konsumen; (2) Pada pemetaan kondisi bisnis SKINBEAUTE diperlukan adanya pembaruan atau perbaikan dalam beberapa elemen seperti *channels*, *key activities*, *key resource*, *key partnership*, dan *cost structure*.

Kata kunci : *Business Model Canvas*, *Digital Marketing*, TikTok Shop, Strategi Bisnis, Pendapatan

ABSTRACT

RAGITA WIDYA KARTIKA, IMPLEMENTATION OF BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) IN SUPPORTING DIGITAL MARKETING IN SKINBEAUTE PRODUCTS AFTER THE OPENING OF TIKTOK SHOP

Today's life is influenced by technological advances and rapid and widespread deployment, then making life more practical because everything can be done through social media and e-commerce as their digital marketing. The use of social media as digital marketing in increasing revenue occurs in one of the commerce that is currently trending by the public of Indonesia in 2022 – 2024, namely TikTok Shop on the TikTok application which was closed and reopened intended for MSME actors and other sellers. The impact of the closure of TikTok Shop hit business owners in it, one example is SKINBEAUTE. Then now they have regained trust in TikTok Shop to be their digital marketing tool. This research was conducted to find out and analyze the implementation of the Business Model Canvas (BMC) in supporting digital marketing in SKINBEAUTE products after the opening of TikTok Shop.

This research is a qualitative research with a descriptive approach. The sample withdrawal technique used is the purposive sampling technique. Data is collected by conducting observations, interviews and documentation to informants who can provide accurate information. The results of this study show that (1) SKINBEAUTE is expected to evaluate previous operational performance in order to determine new strategies in the future through assessments from owners, employees and consumers; (2) In mapping SKINBEAUTE's business conditions, there is a need for updates or improvements in several elements such as channels, key activities, key resources, key partnerships, and cost structures.

Keywords : Business Model Canvas, Digital Marketing, TikTok Shop, Business Strategy, Revenue

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIASI.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
1.4.1 Secara Teoritis	15
1.4.2 Secara Praktik	16
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Landasan Teori	20
2.2.1 Pemasaran	20
2.2.2 <i>Digital Marketing</i>	22
2.2.3 Pendapatan	25
2.2.4 Analisis <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	26
2.3 Kerangka Berpikir	32
BAB III. METODE PENELITIAN.....	36
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	36
3.2 Batasan Penelitian	37

3.3 Lokasi Penelitian	39
3.4 Teknik Penarikan Sampel.....	39
3.5 Obyek dan Informan Penelitian.....	40
3.5.1 Obyek Penelitian.....	40
3.5.2 Informan Penelitian.....	40
3.6 Sumber Data Penelitian	42
3.7 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7.1 Wawancara Mendalam (<i>In-Depth Interview</i>)	43
3.7.2 Observasi Partisipan (<i>Partisipant Observation</i>)	44
3.7.3 Dokumentasi	44
3.8 Teknik Analisis Data	44
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	46
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	46
4.1.1 Profil Perusahaan	46
4.1.2 Logo Perusahaan.....	47
4.1.3 Struktur Organisasi	48
4.2 Hasil.....	49
4.2.1 Penyajian Data	49
4.2.2 Identitas Informan.....	61
4.2.3 Identifikasi Model Bisnis SKINBEAUTE.....	62
4.2.4 Implikasi Manajerial.....	73
4.3 Kendala Penelitian.....	78
4.4 Perbandingan Hasil Penelitian Pada SKINBEAUTE Dengan Penelitian Terdahulu.....	79
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	83
5.1 Kesimpulan.....	83
5.2 Saran	84
DAFTAR PUSTAKA	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Pengguna Sosial Media Di Indonesia Tahun 2017 - 2026.....	4
Gambar 1.2 Pangsa Pasar <i>E-Commerce</i>	6
Gambar 1.3 Alasan Konsumen Indonesia Belanja <i>Online</i> di TikTok Shop	7
Gambar 1.4 Komoditas yang Paling Laku di TikTok Shop.....	8
Gambar 1.5 Unggahan <i>Content</i> Akun @SKINBEAUTE	11
Gambar 2.1 Bentuk <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	32
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	47
Gambar 4.2 Struktur Organisasi SKINBEAUTE.....	48
Gambar 4.3 Segmen Pelanggan SKINBEAUTE	63
Gambar 4.4 <i>Value Proposition</i> SKINBEAUTE.....	64
Gambar 4.5 <i>Channel</i> SKINBEAUTE	65
Gambar 4.6 <i>Customer Relationship</i> SKINBEAUTE	66
Gambar 4.7 <i>Revenue Stream</i> SKINBEAUTE.....	67
Gambar 4.8 <i>Key Activities</i> SKINBEAUTE.....	68
Gambar 4.9 <i>Key Resource</i> SKINBEAUTE.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pendapatan TikTok Shop Toko SKINBEAUTE.....	11
Tabel 2.1 Kelebihan dan Kekurangan Pemasaran.....	24
Tabel 3.1 Pembatasan Elemen BMC	38
Tabel 4.1 Identitas Informan	61
Tabel 4.2 <i>Channels</i> SKINBEAUTE	64
Tabel 4.3 <i>Customer Relationship</i> SKINBEAUTE.....	66
Tabel 4.4 <i>Revenue Stream</i> SKINBEAUTE.....	67
Tabel 4.5 <i>Key Activities</i> SKINBEAUTE	68
Tabel 4.6 <i>Key Resource</i> SKINBEAUTE	69
Tabel 4.7 <i>Key Partnership</i> SKINBEAUTE	70
Tabel 4.8 <i>Cost structure</i> SKINBEAUTE.....	70
Tabel 4.9 Tabel Hasil Identifikasi BMC Pada SKINBEAUTE	72
Tabel 4.10 Perbandingan Penelitian Terdahulu	79