

**PENGEMBANGAN BISNIS INTIP MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(Studi Kasus: INDUSTRI KECIL INTIP)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

Oleh:

RINA SUSANTI

D 600 140 113

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

HALAMAN PERSETUJUAN

**PENGEMBANGAN BISNIS INTIP MENGGUNAKAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus: INDUSTRI KECIL INTIP)**

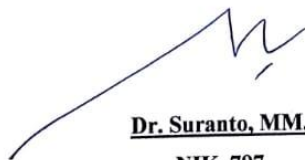
PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

RINA SUSANTI
D 600 140 113

Telah diperiksa dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Suranto, MM.
NIK. 797

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGEMBANGAN BISNIS INTIP MENGGUNAKAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus: INDUSTRI KECIL INTIP)**

OLEH:
RINA SUSANTI
D 600 140 113



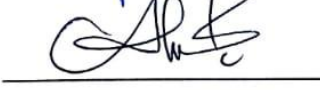
Telah Dipertahankan pada Sidang Pendadaran Tugas Akhir Jurusan Teknik
Industri Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Surakarta Didepan Dewan

Penguji

Hari/Tanggal : Kamis / 09 Agustus 2018

Jam : 08.00

Menyetujui:

Nama	Tanda Tangan
1. Dr. Suranto, MM. (Ketua)	
2. Dr. Indah Pratiwi, S.T., M.T. (Penguji 1)	
3. A Kholid Al Ghofari, S.T., M.T. (Penguji 2)	

Dekan Fakultas Teknik,


Ir. Sri Sunarjono, M.T., Ph.D
NIK. 682

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan yang saya buat diatas maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 09 Agustus 2018



**PENGEMBANGAN BISNIS INTIP MENGGUNAKAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus: INDUSTRI KECIL INTIP, DI KLATEN)**

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis intip menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Manfaat penelitian ini adalah untuk membantu usaha intip dalam menentukan strategi bisnis dalam pengembangan usaha, memberikan sumbangan berupa pemahaman tentang BMC dan analisis SWOT pada peningkatan usaha bisnis. Metode pengolahan data didapatkan dengan (observasi, wawancara dan kuesioner). Hasil penelitian menggunakan metode BMC dan analisis SWOT didapatkan strategi bisnis sebagai berikut: pada strategi SO didapatkan strategi (1) mempertahankan penggunaan bawang putih sebagai bumbu utama serta bahan baku pilihan sebagai ciri khas produk intip, (2) membuka *outlet* baru dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk dapat menjangkau pelanggan dan (3) merekrut karyawan baru dengan memberikan pelatihan dan ketrampilan agar tetap menjaga kualitas produk. Pada strategi WO (1) mendaftarkan produk di BPOM, (2) mengganti kemasan produk, (3) membuat inovasi rasa. Strategi ST (1) membuat intip lebih bervariasi, (2) melakukan kerja sama dengan agen bahan baku. Strategi WT (1) menjaga loyalitas pelanggan, (2) memberi potongan harga, (3) mempromosikan produk intip.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, Strategi.

ABSTRACT

This study aims to develop a peep business approach Business Model Canvas, in addition to developing the business using the BMC. The benefits of this research is to assist businesses in determining business strategy voyeur in business development, donated understanding of BMC and SWOT analyzes on improving the business. Analyzing data obtained by the (observation, interviews and questionnaires). The results using methods BMC and SWOT analysis obtained business strategy as follows: on strategy SO earned strategy (1) retain the use of garlic as main ingredients and raw materials selection as a characteristic of the product voyeur, (2) opening a new outlet can be used as an opportunity to can reach customers, and (3) recruit new employees by giving pelatian and skills in order to keep the quality of the product. In WO strategy (1) to register the product in BPOM, (2) replace the product packaging, (3) create a sense of innovation. ST Strategy (1) create a more varied voyeur, (2) working with agents of raw materials. WT Strategy (1) maintaining customer loyalty, (2) giving rebates, (3) promoting products voyeur.

Keywords: Business Model Canvas, Strategy, SWOT Analysis.

1. PENDAHULUAN

Salah satu bisnis yang sedang berkembang saat ini adalah usaha yang bergerak dalam kuliner (oleh-oleh) yang semakin kreatif dan terus melakukan inovasi. Salah satunya adalah oleh-oleh yang banyak diminati oleh masyarakat di Klaten dan sekitarnya yaitu oleh-oleh intip yang dibuat dari beras pilihan serta bumbu dapur yang diolah kemudian dicetak dalam cetakan berbentuk bulat, selanjutnya dilakukan proses penggorengan dan dikemas secara bertumpuk dimana satu kemasan terdiri dari 7 lapis atau tumpukkan intip.

Selain itu terdapat masalah-masalah lainnya yang dihadapi oleh industri kecil intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten, masalah tersebut berupa: (a) keterbatasan sumber daya manusia yang terampil dalam pembuatan intip, keterbatasan ini yang menyebabkan kurang berkembangnya industri kecil pembuatan intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten. (b) ketersediaan bahan baku yang mengalami keterlambatan, misalnya dengan adanya kelangkaan gas elpiji 3 kg membuat industri intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten tidak berproduksi. hal tersebut tentu saja dapat menghambat proses produksi dan menyebabkan kerugian. (c) masalah lainnya yang dihadapi industri intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten yaitu masalah pada pemasaran produk.

Konsep dari *business model canvas* (BMC) adalah cara untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. Usaha bisnis dapat memetakan model bisnisnya kedalam 9 elemen yaitu: segmen pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, kegiatan utama, mitra utama, dan biaya-biaya (Osterwalder, 2009).

2. METODE

Berikut merupakan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam melakukan penelitian:

2.1 Objek penelitian

Objek penelitian adalah industri kecil intip yang berada di Desa Pogung, Kecamatan Cawas, Kabupaten Klaten. Penelitian ini difokuskan pada

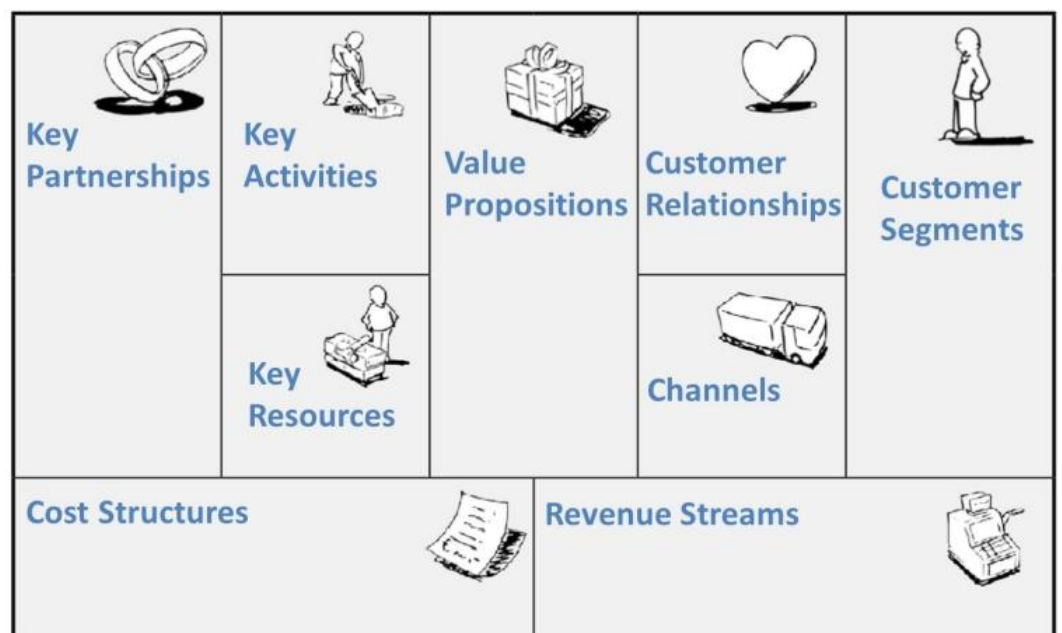
penerapan BMC untuk menciptakan strategi bisnis untuk dapat mengembangkan usaha di industri kecil intip.

2.2 Pengumpulan data

diperoleh berupa data primer, data primer merupakan data yang didapatkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di lapangan dengan melakukan pengamatan secara langsung. Pengumpulan data diperoleh dari observasi, kuesioner serta wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti. Pengumpulan data juga diperoleh dari data sekunder, data sekunder merupakan data yang memiliki hubungan dengan materi yang akan diteliti berupa buku, jurnal maupun dari internet.

2.3 Pengolahan data menggunakan metode BMC dan analisis SWOT

2.3.1 Pengolahan data menggunakan metode BMC, berikut ini merupakan tahapan-tahapan dalam pengolahan data menggunakan metode BMC: Pengolahan data yang didapatkan melalui kuesioner yang telah ditentukan dan hasil wawancara ke dalam 9 blok yang ada pada BMC yaitu *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Revenue Stream*, *Key Activities*, *Key Resource*, *Cost Structure*, dan *Key Partners*.



Gambar 1 Blok *Business Model Canvas*

2.3.2 Pengolahan data menggunakan metode analisis SWOT, berikut ini merupakan tahapan dalam pengolahan data menggunakan analisis SWOT:

- a. Pengisian faktor internal dan eksternal pada analisis SWOT dengan menggunakan data-data yang diperoleh dari BMC dan hasil wawancara serta observasi yang telah dilakukan oleh peneliti.
- b. Hasil pengolahan data menggunakan BMC dan analisis SWOT kemudian dilakukan analisis untuk merancang strategi bisnis pada industri intip di Pogung, Cawas, Klaten.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Strategi SO

Strategi SO merupakan strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan untuk dapat merebut serta memanfaatkan peluang yang ada. Berikut ini merupakan strategi SO industri intip di Pogung.

- a. Mempertahankan penggunaan bawang putih sebagai bumbu utama serta bahan baku pilihan sebagai ciri khas produk intip dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk menjadikan intip sebagai oleh-oleh dan memiliki transportasi serta *reseller* untuk menjangkau pemasaran di tempat wisata.
- b. Membuka *outlet* baru dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk dapat menjangkau pelanggan.
- c. Merekrut karyawan baru dengan memberikan pelatihan dan ketrampilan agar tetap menjaga kualitas produk dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk membuka lapangan kerja pada masyarakat sekitar.

3.2 Strategi WO

Strategi WO adalah strategi pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada. Berikut ini merupakan strategi WO industri intip di Pogung.

- a. Mendaftarkan produk intip di BPOM

- b. Mengganti kemasan produk (plastik bermotif)
- c. Membuat inovasi rasa
- d. Membagikan brosur di tempat wisata
- e. Pelatihan masyarakat sebagai bentuk dari adanya peluang

3.3 Strategi ST

Strategi ST adalah strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki perusahaan untuk dapat menghadapi segala ancaman yang ada. Berikut ini merupakan strategi ST industri intip di Pogung.

- a. Membuat intip lebih bervariasi dan mempertahankan cita rasa bawang
- b. Melakukan kerja sama dengan agen bahan baku

3.4 Strategi WT

Strategi TW adalah strategi yang berdasarkan pada kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada dan menghindari ancaman. Berikut ini merupakan strategi WT industri intip di Pogung.

- a. Menjaga loyalitas supaya pelanggan tidak beralih pada produk sejenis
- b. Memberikan diskon kepada pelanggan
- c. Mempromosikan produk intip (brosur, media sosial dan pamflet)

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

1. Hasil pengolahan data menggunakan pendekatan BMC pada usaha intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten adalah sebagai berikut:
 - 1) Berdasarkan *Customer Segments* yaitu berjenis kelamin perempuan, usia 18-40 tahun, pekerjaan wiraswasta dan berpenghasilan Rp 500.000-Rp 3.000.000.
 - 2) Berdasarkan *Value Propotion* yaitu memproduksi intip rasa original dalam jumlah besar, variasi intip rasa pedas manis, kemasan intip menggunakan plastik bermotif dan harga intip < Rp 10.000.

2. Strategi bisnis pada usaha intip setelah menggunakan BMC dan analisis SWOT adalah sebagai berikut:
 - 1) Strategi SO pada industri intip adalah dengan mempertahankan penggunaan bawang putih sebagai bumbu utama serta bahan baku pilihan sebagai ciri khas produk intip, membuka *outlet* baru dapat dimanfaatkan sebagai peluang untuk dapat menjangkau pelanggan dan merekrut karyawan baru dengan memberikan pelatihan dan ketrampilan agar tetap menjaga kualitas produk.
 - 2) Strategi WO pada industri intip adalah mendaftarkan produk intip di BPOM, mengganti kemasan produk (plastik bermotif), membuat inovasi rasa, membagikan brosur di tempat wisata dan pelatihan masyarakat sebagai bentuk dari adanya peluang.
 - 3) Strategi ST pada industri intip adalah membuat intip lebih bervariasi dan mempertahankan cita rasa bawang dan melakukan kerja sama dengan agen bahan baku.
 - 4) Strategi WT pada industri intip adalah menjaga loyalitas supaya pelanggan tidak beralih pada produk sejenis, memberikan diskon kepada pelanggan dan mempromosikan produk intip (brosur, media sosial dan pamflet).

4.2 Saran

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang dilakukan di industri intip di Desa Pogung Kecamatan Cawas Kabupaten Klaten, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Melakukan inovasi rasa pada produk intip sesuai dengan minat *customer* supaya tidak menimbulkan rasa bosan karena produk intip yang kurang berinovasi, dengan adanya inovasi rasa baru diharapkan dapat meningkatkan penjualan intip.
2. Memperhatikan mengenai *packaging* intip, tampilan *packaging* yang menarik supaya meningkatkan minat *customer* terhadap produk intip.

3. Melakukan promosi untuk meningkatkan pemasaran intip supaya dapat memperluas pemasaran produk intip keberbagai wilayah.
4. Sebaiknya pada industri intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten segera memproses izin ke BPOM untuk meningkatkan kepercayaan *customer* terhadap produk intip.
5. Sebaiknya industri intip di Desa Pogung, Cawas, Klaten ini lebih memperhatikan kenaikan harga bahan baku pembuatan intip, supaya industri intip ini dapat menghadapi kenaikan harga tanpa harus mengurangi keuntungan yang didapat oleh industri intip tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, Allan. 2004. *Business Models : A Strategic Management Approach*. New York : Mc Graw-Hill.
- David, Fred R. 2006. *Manajemen Strategis*. Edisi Sepuluh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Fahmi, Irham. 2013. *Analisis Laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Kotler, Philip A. B. 1999. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves. 2009. *Business Model Generation*. USA.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves. 2010. *Business Model Generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*: Willey.
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves. 2012. *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Rangkuti, Freddy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Richard L. Daft. 2010. *Era Baru Manajemen*, Edward Tanujaya, Edisi 9, Salemba Empat.