STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

(Studi Kasus : Sedotan Bambo Pumpunkcraft)

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Teknik Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik

Oleh :

DEWA PRAMESTI MAHARDIKA DAMAIYANTI
D 600150096

PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020

HALAMAN PERSETUJUAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus : Sedotan Bambu Pumpunkcraft)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

Dewa Pramesti Mahardika Damaivanti
D 600 150 096

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh :

Dosen Pembimbing

Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T, M.T.
NIK 889

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA DENGAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus : Sedotan Bambu Pumpunkcraft)

Oleh :

Dewa Pramesti Mahardika Damaiyanti
D 600 150 096

Telah Dipertahankan didepan Dewan Penguji
Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 24 Desember 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Ir. Ratnanto Fitriadi, S.T, M.T.** (.....)
   (Ketua Penguji)
2. **Munajat Tri Nugroho, S.T, M.T, Ph.D** (.....)
   (Penguji 1)
3. **Ir. Hafidh Munawir, S.T, M.eng** (.....)
   (Penguji 2)

Dekan,

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

PERNYATAAN

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

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya diatas, maka saya akan pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 27 Desember 2019

Penulis

METERAI TEMPEL 6000

Dewa Pramesti Mahardika Damaiyanti

D 600 150 096

STRATEGI PENvGEMBANGAN USAHA DENGAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (Studi Kasus : Sedotan Bambo Pumpunkcraft)

Abstrak

Dalam upaya mengurangi penggunaan sedotan plastik, sedotan bambu merupakan sedotan alternatif yang dapat digunakan masyarakat karena terbuat dari bahan yang lebih ramah lingkungan dan dapat digunakan secara berulang kali. UMKM Sedotan bambu Pumpunkcraft merupakan salah satu dari beberapa UMKM yang menjual sedotan bambu. Munculnya peluang bisnis ini membuat pemilik usaha harus mampu membuat strategi bisnis yang tepat agar usaha dapat terus berkembang. Tujuan dari penelitian ini adalah merancang dan memilih strategi untuk mengembangkan usaha yang dijalankan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT. Hasil penelitian ini dengan menggunakan 9 blok *Business Model Canvas* didapat nilai IFAS atau sumbu x sebesar 0,94 dan nilai EFAS atau sumbu y sebesar -0,39 yang menunjukkan posisi bisnis berada di kuadran II atau melalui strategi disversifikasi pada diagram SWOT. Maka pemilihan strategi yang dapat diterapkan adalah strategi ST.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Sedotan Bambu, SWOT, Strategi

Abstract

In an effort to reduce the use of plastic straws, bamboo straws are alternative straws that can be used by the community because they are made from materials that are more environmentally friendly and can be used repeatedly. Pumpunkcraft Bamboo Straws is one of the few UMKM that sell bamboo straws. The emergence of business opportunities makes business owners need to make the right business strategy so that the business can continue to grow. The purpose of this research is to discuss and choose strategies to develop the business being run. The method used in this research is the Canvas Business Model and SWOT Analysis. The results of this study using 9 blocks of the Business Model Canvas obtained IFAS value or x-axis is 0.94 and the value of EFAS or y-axis is -0.39 which determines the business position in quadrant II or through a diversification strategy in the SWOT diagram. Then the selection of strategies that can be applied is the ST strategy.

Keywords: Business Model Canvas, Bamboo Straws. SWOT, Strategy

1. PENDAHULUAN

Secara global, negara-negara di Asia Timur dan Pasifik berada diambang krisis plastik laut. Produksi plastik tahunan global telah mencapai 335 juta ton pada tahun 2016 dan diantaranya 5 sampai 30 juta ton plastik memasuki

lautan setiap tahunnya. Berdasarkan beberapa penelitian yang telah melaporkan krisis limbah plastik laut Indonesia yang didasarkan pada survei jambeck et al (2015) yang menunjuk indonesia sebagai polutan laut terbesar kedua di dunia setelah Cina. (Schlehe & Yulianto, 2018). Sebagian besar dari sampah plastik ini merupakan sampah plastik sekali pakai dan salah satunya adalah sedotan plastik. Menurut data yang diperoleh *Divers Clean Action* penggunaan sedotan plastik di Indonesia mencapai 93.244.847 batang setiap harinya yang biasanya berasal dari restoran, minuman kemasan maupun sumber lainnya. Banyak upaya yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan limbah plastik ini salah satunya adalah diluncurkannya gerakan *#nostrawmovement* oleh *Divers Clean Action* yaitu gerakan yang mengajak masyarakat untuk peduli dengan dampak sedotan plastik sekali pakai terhadap lingkungan dengan mengurangi penggunaan sedotan plastik sekali pakai.

Banyak alternatif yang dapat dilakukan untuk dapat mengurai penggunaan sedotan plastik salah satunya yaitu beralih menggunakan sedotan ramah lingkungan yang penggunaannya dapat dilakukan berulang kali. Dari beberapa macam sedotan, sedotan bambu merupakan sedotan yang memiliki harga terjangkau. Sedotan bambu merupakan sedotan yang terbuat dari tumbuhan alami yakni tumbuhan bambu. Sedotan bambu dapat terurai secara alami tanpa merusak lingkungan serta tidak mengandung bahan kimia yang dapat membahayakan kesehatan. Dengan munculnya peluang usaha ini membuat persaingan yang semakin ketat sehingga menuntut pelaku usaha untuk merancang suatu model strategi bisnis dalam mengembangkan usahanya. *Business model canvas* merupakan salah satu model bisnis sederhana yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha sebagai acuan untuk mengembangkan usahanya. Dibantu dengan Analisis SWOT sebagai acuan untuk menentukan strategi bisnis yang tepat sehingga dapat menciptakan konsep bisnis yang lebih komprehensif.

2. METODE

2.1 Identifikasi masalah

Identifikasi masalah yang dilakukan pada penelitian ini dilakukan di UKM sedotan bambu Pumpunkcraft dan beberapa objek yang

bersangkutan untuk mengetahui lebih dalam informasi dan hal-hal yang berkaitan dengan kondisi dilapangan. Serta penambahan literatur yang berkaitan dengan penelitian yang menunjang dalam permasalahan tersebut dan terkait pada metode yang digunakan yakni mengenai *Business Model Canvas*, Analisis SWOT, dan Strategi bisnis.

2.2 Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data pada studi lapangan yaitu observasi, wawancara terhadap pemilik usaha, penyebaran kuesioner kepada pelanggan dan dokumentasi. Sedangkan pada studi literatur dilakukan dengan pencarian referensi literatur yang berkaitan dengan penelitian yang didapatkan dari buku, jurnal ilmiah, skripsi, maupun informasi.

2.3 Pengolahan Data

Pengolahan data menggunakan metode *Business Model Canvas* dan analisis SWOT seperti berikut ini :

2.3.1 *Business Model Canvas*

Data yang telah terkumpul kemudian dibentuk kedalam kerangka 9 blok *business model canvas* yang berisikan *Customer Segment, Value Proposition, Customer Relationship, Channels, Revenue Stream, Key Partners, Key Activities, Key Resources,* dan *Key Structure*.

2.3.2 Analisis SWOT

Langkah pengolahan data dengan menggunakan analisis SWOT yaitu Dari hasil BMC, kemudian dilakukan analisis SWOT dengan menganalisis faktor internal dan eksternal, menghitung skor IFAS dan EFAS, dari hasil skor IFAS dan EFAS dibuat diagram SWOT untuk menentukan letak posisi kuadran sehingga dapat memilih strategi yang ada pada matriks SWOT.

2.3.3 Pemilihan Strategi Alternatif

Langkah pemilihan strategi altenatif yaitu dilakukan dengan cara setelah didapatkan posisi kuadran pada diagram SWOT maka dapat ditentukan alternatif strategi yang didapatkan pada Matriks SWOT.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Business Model Canvas

Konsep *Business Model Canvas* ini dapat menjadi bahasa bersama yang memungkinkan untuk mendeskripsikan dan memanipulasi model bisnis dengan mudah untuk menciptakan alternatif strategi yang baru. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Langkah awal yang dilakukan pada penelitian ini adalah mengumpulkan data dari hasil wawancara terhadap pemilik usaha dan penyebaran kuesioner terhadap pelanggan yang kemudian dibentuk kedalam 9 blok elemen *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder dan pigneur (2010), ada 9 blok elemen yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis kanvas yaitu seperti berikut :

a. *Customer Segments*

   Blok *Customer Segments* ini menjelaskan tentang siapa target pasar atau siapa *customer* yang akan dituju. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, Pumpunkcraft memiliki 3 *customer segment* yaitu Hotel, restoran, dan masyarakat umum.

b. *Value Propositions*

   Blok *Value Proposition* ini menjelaskan nilai apa saja yang akan ditawarkan kepada pelanggan. Sedotan bambu Pumpunkcraft mempunyai beberapa proporsi nilai yang ditawarkan yaitu harga lebih murah dikarenakan didapat dari pengrajin langsung, lebih bersih tidak meninggalkan serbuk bambu didalamnya, lebih higenis karena diproses dengan perebusan terlebih dahulu, sedotan bambu lebih ramah lingkungan dibandingkan dengan sedotan plastik, memiliki banyak varian ukuran diameter, barang selalu tersedia dan selalu memberikan pelayanan yang memuaskan. Akan tetapi sedotan bambu Pumpunkcraft masih memiliki kekurangan yaitu pada kemasan yang kurang menarik dan tidak ramah lingkungan karena masih menggunakan plastik serta model sedotan bambu yang ditawarkan masih sederhana.

c. *Channels*

Blok *Channels* ini menjelaskan tentang cara perusahaan menjangkau pelanggan untuk memberikan proporsi nilai. Sedotan bambu Pumpunkcraft mempunyai saluran dalam menarik pelanggan yaitu dengan penjualan *offline* dan *online*. Penjualan *offline* dilakukan dengan memberikan informasi dari orang ke orang lainnya dan melakukan pameran di pusat perbelanjaan atau pada saat ada *event* besar. Sedangkan penjualan *online* dilakukan agar dapat menjangkau pelanggan lebih banyak dengan mempromosikan di berbagai media sosial seperti *Facebook, Instagram, Tokopedia* dan *Bukalapak*.

d. *Customer Relationships*

Blok *Customer Relationship* ini menjelaskan bagaimana cara pumpunkcraft menjaga hubungan dengan para pelanggan. Hubungan yang dibangun oleh bambu Pumpunkcraft kepada pelanggan adalah dengan selalu mengkomunikasikan ulang, menjaga tutur kata dan kesopanan kepada pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman yang membuat pelanggan mejadi tidak puas dengan pelayanan yang diberikan. Serta pemberian diskon yaitu dengan cara memberikan diskon pada pelanggan apabila membeli tiga atau lebih paket sedotan bambu yang setiap paketnya berisikan lima sedotan bersih dan 1 pembersih sedotan. Dan juga pembelian sedotan bambu mentah dengan jumlah pesanan di atas 1000 buah sedotan serta memberikan pelayanan yang selalu memuaskan pelanggan.

e. *Revenue Streams*

Blok *Revenue Streams* ini menjelaskan sumber pemasukan yang peroleh perusahaan. Pendapatan yang diperoleh Sedotan bambu Pumpunkcraft berasal dari pesanan produk secara online baik pembelian sedotan dalam bentuk mentah maupun yang sudah siap pakai. Adapun jumlah rata-rata penjualan setiap bulannya yaitu untuk penjualan sedotan bambu mentah ±40.000 buah, perbuahnya dijual dengan harga Rp 600,- maka didapatkan omset kotor sebesar ± Rp 24.000.000,-. Sedangkan untuk sedotan bambu yang siap pakai jumlah

penjualan setiap bulannya mencapai ±3000 buah, perbuahnya dijual dengan harga Rp 1.200,- maka didapatkan omset kotor sebesar ± Rp 3.600.000,-.

f. *Key Resources*

Blok *Key Resources* ini menjelaskan mengenai sumber daya apa saja yang diperlukan untuk menjalankan bisnis ini. Sedotan bambu Pumpunkcraft mempunyai 4 sumber daya yang digunakan untuk menjalankan bisnisnya yaitu modal usaha, bahan baku, alat produksi dan sumber daya manusia sebagai tenaga kerja

g. *Key Activities*

blok *Key Activities* ini menjelaskan mengenai aktivitas-aktivitas yang dilakukan untuk menjalankan model bisnisnya. Sedotan bambu Pumpunkcraft mempunyai lima aktivitas utama yaitu proses penjemuran sedotan bambu, proses pembersihan sedotan bambu, proses perebusan bambu, proses pengeringan bambu dan pemasaran produk.

h. *Key Partnerships*

Blok *Key Partners* ini menjelaskan tentang mitra apa saja yang dapat membuat bisnis ini berjalan. Sedotan bambu Pumpunkcraft memiliki mitra kerja yaitu penyedia bahan baku yaitu tanaman bambu, pengrajin bambu yang membuat sedotan bambu, jasa pengiriman dan penyedia kemasan untuk proses akhir yaitu pengemasan produk dengan kemasan plastik.

i. *Cost Structure*

Blok *Cost Structure* ini menjelaskan biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan model bisnis ini. Sedotan bambu Pumpunkcraft mengeluarkan biaya setiap bulannya digunakan untuk proses produksi yaitu pembelian bahan baku, pembelian alat produksi, tenaga kerja untuk *finishing*, pembelian paket data untuk berkomunikasi maupun promosi, transportasi untuk mengirim barang dan kemasan.

3.2 Analisis SWOT

Analasis SWOT adalah proses indentifikasi kekuatan dan kelemahan utama perusahaan atau organisasi, kekuatan dan kelemahan utama tersebut kemudian dibandingkan dengan peluang dan ancaman dimana proses ini merupakan bagian dari proses manajemen strategik perusahaan sebagai landasan untuk menghasilkan berbagai alternatif strategi. (Pearce & Robinson, 2013).

Langkah mengisinya analisis internal dan eksternal yaitu dengan cara menggunakan data yang berasal dari *business model canvas* yang diperoleh dari hasil wawancara terhadap pemilik usaha sedotan bambu. Kemudian data kuesioner yang didapatkan dari pengisian koesioner oleh pelanggan.

a. Perhitungan skor IFAS dan EFAS

Tabel 1. Hasil Perhitungan IFAS

No	Faktor Internal Kekuatan	Bobot	Rating	Total	Komentar
1	Kebersihan produk terjamin	0,08	3	0,24	Selalu menjaga kebersihan produk tidak meninggalkan serbuk pada bambu
2	Kualitas produk terjamin	0,08	3	0,25	Selalu menjaga kualitas produk tetap baik
3	Proses produksi dilakukan secara manual sehingga lebih teliti	0,09	3	0,26	Proses pengerjaan menjadi lebih teliti
4	Memiliki banyak reseller	0,06	3	0,18	Memudahkan dalam proses pemasaran
5	Harga lebih terjangkau	0,08	4	0,32	Terjangkau oleh seluruh masyarakat
6	Tenaga kerja sudah terampil	0,08	3	0,24	Mampu menciptakan inovasi baru atau pengembangan produk
7	Bahan baku bambu terpercaya	0,09	4	0,35	Untuk menghasilkan produk dengan kualitas terbaik
8	Sumber modal terpenuhi	0,08	3	0,25	Hasil keuntungan mampu menutup biaya proses produksi
Subtotal		0,64		2,08	
No	Faktor Internal Kelemahan	Bobot	Rating	Total	Komentar
1	Kemasan yang digunakan kurang menarik	0,06	4	0,23	Bahan kemasan yang digunakan memperngaruhi minat pelanggan
2	Tampilan sedotan masih standar	0,06	2	0,12	Tampilan sedotan yang masih polos

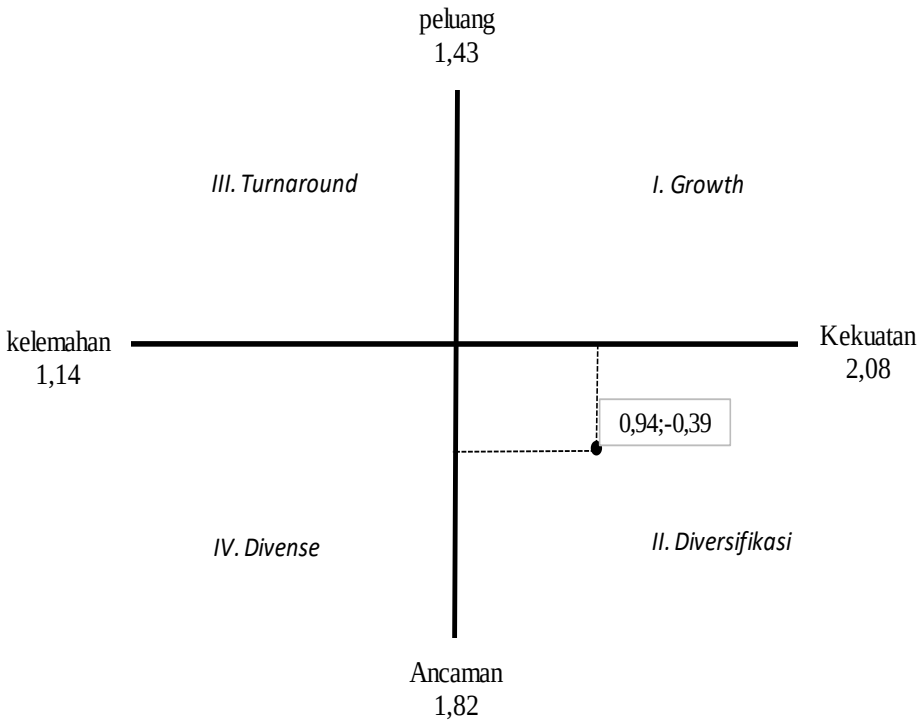
3	Proses produksi masih tradisional sehingga memerlukan waktu yang lebih lama	0,08	3	0,24	Membutuhkan waktu lama untuk mengolah produk
4	Belum memiliki mesin untuk produksi	0,07	3	0,21	Proses masih dilakukan secara manual dengan tangan manusia
5	Belum memiliki outlet resmi	0,04	3	0,13	Kurang mampu menjangkau seluruh segmen pasar
6	Minimnya jumlah tenaga kerja	0,05	4	0,22	Penambahan tenaga kerja hanya dilakukan apabila kapasitas produksi besar
Subtotal		0,36		1,14	
Total		1,00		3,22	

Tabel 2. Hasil Perhitungan EFAS

No	Faktor Eksternal Peluang	Bobot	Rating	Total	Komentar
1	Bisnis jangka panjang	0,10	4	0,40	Penggunaan yang terus menerus dengan didukung ketersediaan bahan baku
2	Varian ukuran diameter yang ditawarkan beragam	0,08	3	0,25	Banyaknya ukuran diameter dan panjang sedotan yang dapat menarik minat pelanggan
3	Membuka outlet resmi	0,08	2	0,17	Memperluas pemasaran dengan membuka outlet di kawasan banyak wisatawan
4	Menjangkau semua segmen pelanggan	0,12	4	0,47	Harga mampu dijangkau seluruh kalangan
5	Membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar	0,07	2	0,14	Memunculkan minat masyarakat dalam membuka usaha
Subtotal		0,46		1,43	
No	Faktor Internal Ancaman	Bobot	Rating	Total	Komentar
1	Banyak kompetitor di wilayah Yogyakarta	0,12	3	0,35	Banyaknya masyarakat yang minat dengan produk membuat banyak pesaing baru
2	Produk kompetitor lebih inovatif	0,12	3	0,35	Memiliki berbagai macam tampilan
3	Biaya sewa outlet mahal	0,06	2	0,12	Penempatan dikawasan banyak wisatawan membuat harga sewa lahan menjadi tinggi
4	Ketersedian bahan baku menipis	0,13	4	0,51	Ketersediaan bahan baku dari pengrajin habis dan mengharuskan mencari supplier bahan baku lainnya
5	harga bahan baku sewaktu-waktu dapat meningkat	0,12	4	0,49	Penyedia bahan baku yang beruba-ubah dengan harga yang berbeda-beda
Subtotal		0,54		1,82	
Total		1,00		3,25	

b. Diagram SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan tabel faktor internal dan eksternal diatas, didapatkan nilai skor dari masing-masing faktor adalah sebagai berikut faktor kekuatan (*strengths*) sebanyak 2,08, faktor kelemahan (*weaknesses*) sebanyak 1,14, faktor peluang (*opportunities*) sebanyak 1,43 dan faktor ancaman (*threats*) sebanyak 1,82 sehingga dapat ditentukan posisi sumbu x = 0,94 yang diperoleh dari selisih skor faktor kekuatan dengan faktor kelemahan. Sedangkan posisi sumbu y = - 0,39 yang diperoleh dari selisih faktor peluang dengan faktor ancaman. Hasil perhitungan telah didapatkan maka digambarkan dalam diagram SWOT yang ditunjukkan pada gambar 1 dibawah ini



Gambar 1. Diagram SWOT

c. Matriks SWOT

Tabel 3. Pengisian Matriks SWOT

IFAS / EFAS	***STRENGTHS (S)***	***WEAKNESSES (W)***
	1. Kebersihan produk terjamin 2. Kualitas produk terjamin 3. Proses produksi dilakukan secara manual sehingga lebih teliti 4. Memiliki banyak reseller 5. Harga lebih terjangkau 6. Tenaga kerja sudah terampil 7. Bahan baku bambu terpercaya 8. Sumber modal terpenuhi	1. Kemasan yang digunakan kurang menarik 2. tampilan sedotan masih standar 3. Proses produksi masih tradisional sehingga memerlukan waktu yang lebih lama 4. Belum memiliki mesin untuk produksi 5. Belum memiliki outlet resmi 6. Minimnya jumlah tenaga kerja
OPPOTURNITIES (O) 1. Bisnis jangka panjang 2. Varian ukuran diameter yang ditawarkan beragam 3. Membuka outlet resmi 4. Menjangkau semua segmen pelanggan 5. Membuka lapangan kerja untuk masyarakat sekitar	*STRATEGI SO* 1. (S1, S2) – (O1, O4) Menjaga kebersihan dan kualitas produk agar citra usaha dikenal baik oleh segmen pelanggan yang dituju / direview baik oleh pelanggan lama yang dapat meningkatkan minat pelanggan baru 2. (S4) – (O5) Menciptakan lapangan pekerjaan bagi masyarakat sekitar dengan menjadikan mitra kerja 3. (S8) – (O3, O4) Membuka outlet resmi agar dapat menjangkau segmen pelanggan yang dituju	*STRATEGI WO* 1. (W1) – (O4) Merubah kemasan dari plastik menjadi kemasan yang ramah lingkungan dan menarik minat pelanggan 2. (W2) – (O1, O2) Menciptakan inovasi baru pemberian nama pada produk sesuai pesanan pelanggan 3. (W5) - (O3, O4) Membuka outlet resmi agar dapat berpotensi menarik minat segmen yang ditargetkan 4. (W3, W6) – (O5) Menambah tenaga kerja agar dapat meningkatkan jumlah kapasitas produksi
TREATHS (T) 1. Muncul banyak kompetitor di wilayah Yogyakarta 2. produk kompetitor lebih inovatif 3. Biaya sewa outlet mahal 4. Ketersedian bahan baku menipis 5. Harga bahan baku sewaktu-waktu dapat meningkat	*STRATEGI ST* 1. (S1, S2, S5) - (T1, T2) Menjaga kebersihan, kualiatas, dan membuat inovasi produk dengan harga jual yang lebih terjangkau 2. (S4, S6) – (T4, T5) Membangun hubungan yang baik dengan bertukar pendapat dengan mitra kerja untuk mencari referensi supplier bahan baku lainnya.	*STRATEGI WT* 1. (W1) – (T1) Membuat kemasan semenarik mungkin dengan harga yang terjangkau agar dapat memikat pelanggan. 2. (W4, W2) – (T2) Membuat inovasi baru dan membuat atau membeli alat untuk produksi 3. (W5) – (T3, T4) Membuat outlet resmi yang dekat dengan penyedia bahan baku tetapi dengan harga sewa yang murah

3.3 Analisis Pemilihan Strategi

Berdasarkan hasil perhitungan faktor internal dan eksternal diatas sehingga menunjukkan posisi sedotan bambu Pumpunkcraft berada di kuadran II yaitu pada kondisi perusahaan kuat menghadapi tantangan besar karena perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Fokus strategi yang dapat diterapkan yaitu menggunakan kekuatan internal, sehingga memungkin dapat terciptanya peluang di masa mendatang dengan cara strategi diversifikasi. Diversifikasi yakni membuat strategi yang berbeda. Maka strategi yang dapat diterapkan pada posisi ini yaitu strategi ST.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, observasi dan pengolahan data yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan seperti dibawah ini :

a. Hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara, observasi dan penyebaran kuesioner mengenai *Business Model Canvas* dapat mengetahui sebilan kunci elemen dasar yang ada pada *Business Model Canvas*. Bisnis sedotan bambu ini dapat terus berkembang dengan menjalankan rencana sembilan kunci elemen *Business Model Canvas* yang sesuai dengan keinginan pemilik usaha agar semakin maju.

b. Berdasarkan hasil perhitungan IFAS dan EFAS dengan memberikan nilai pada setiap faktor internal maupun eksternal oleh pemilik usaha didapatkan hasil selisih dari faktor kekuatan dengan faktor kelemahan yaitu sebesar 0,94. Sedangkan selisih faktor peluang dengan faktor ancaman yaitu sebesar - 0,39. Sehingga apabila digambarkan dalam diagram SWOT maka UMKM sedotan bambu Pumpunkcraft ini berada di kuadran 2 yang berarti kondisi perusahaan kuat menghadapi tantangan besar karena perusahaan masih memiliki kekuatan dari segi internal. Fokus strategi yang dilakukan dengan menggunakan kekuatan internal, sehingga memungkin dapat terciptanya peluang di masa mendatang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

c. Berdasarkan dari gambar 1. diagram SWOT didapatkan strategi yang terpilih adalah strategi ST, berikut adalah strategi yang ditawarkan :

1) Dengan memiliki jumlah *reseller* yang banyak dan tersebar diberbagai daerah serta tetap mempertahankan harga jual produk yang lebih terjangkau maka dapat memperluas wilayah pemasaran produk diluar wilayah Yogyakarta yang memiliki jumlah kompetitor lebih sedikit.
2) Memperluas jaringan *reseller* dengan menambahkan jumlah *reseller* yang dimiliki dengan demikian sumber modal akan tetap terpenuhi sehingga dapat membuka outlet resmi dengan memilih lokasi atau tempat yang strategis namun harga sewa masih terjangkau.
3) Memperluas jaringan *supplier* bahan baku dengan melakukan kerja sama kepada *supplier* bahan baku yang lainnya agar dapat menghindari habisnya bahan baku dan membangun hubungan yang baik kepada *supplier* agar mendapatkan pasokan barang yang berkualitas dan kuantitasnya terjaga serta harga yang terjangkau dan tetap stabil.

4.2 Saran

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan dan diperoleh hasil serta kesimpulan, penulis memberikan saran terhadap UMKM sedotan bambu Pumpunkcraft sebagai berikut :

a. Pemilik usaha perlu mempertimbangkan hasil dari perancangan strategi pengembangan dengan metode yang telah dilakukan penelitian.
b. Pemilik usaha juga perlu memperbaiki kemasan yang digunakan dengan kemasan yang lebih menarik dan ramah lingkungan.
c. Meskipun penelitian ini hanya terkait dengan sedotan bambu akan tetapi pemilik usaha juga perlu melakukan penguatan dalam diversifikasi pada produk yang lain.

DAFTAR PUSTAKA

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. S. (2010). *Business Model Generation : A Handbook For Visionaries, Game Changers, and Challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons. Inc.

Pearce, John A. Dan Robinson, Richard B. 2013. *Manajemen Strategis: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

Schlehe, J., & Yulianto, V. I. (2018). *Waste , worldviews and morality at the South Coast of Java : an anthropological approach, Occasional Paper Series ISSN 2512-6377*. Germany : University of Freiburg