

**PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BERSAING
PADA *ZIFA COFFEE***

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Ujian
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Jurusan Manajemen
Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Oleh:

**SARAH MELINA
NIM : 2412008066**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK
2024**



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BERSAING
PADA *ZIFA COFFEE***

Oleh:

Nama : SARAH MELINA
NIM : 2412008066
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 10 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,
Ketua Jurusan Manajemen

Judianto Tjahjo Nugroho, ST, MM

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

Mengesahkan,
Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI

Prof. Dr. Abdul Hamid, MS



PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI
DEPOK

Skripsi Berjudul

**PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT
UNTUK MENENTUKAN STRATEGI BERSAING
PADA *ZIFA COFFEE***

Oleh:

Nama : SARAH MELINA
NIM : 2412008066
Program Studi : Manajemen

Telah dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Skripsi, Pada:

Hari : Sabtu
Tanggal : 10 Agustus 2024
Waktu : 14:59 – 15:45 WIB

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS

Tim Penguji Skripsi

Ketua : Haris Karyadi, S.ST, MM (.....)

Anggota I : Aldi Friyatna Dira, SE, MM (.....)

Mengetahui,
Ketua Jurusan Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sarah Melina
NIM : 2412008066
Program Studi : Manajemen Bisnis
Nomor KTP : 3216085703990010
Alamat : Perumahan Taman Wanasari Indah Blok B7/7 RT. 005
RW.008 Ds. Wanasari, Kec. Cibitung, Kab. Bekasi,
Jawa Barat.

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul *Analisis Business Model Canvas dan SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada Zifa Coffee* ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (*plagiat*).
2. Memberikan ijin hak bebas Royalti Non-Eksklusif Kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Gici untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet atau media lain bagi kepentingan akademis baik dengan maupun tanpa sepengetahuan saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh rasa tanggung jawab dan saya bersedia menerima konsekuensi dalam bentuk apapun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk di copot gelar kesarjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 10 Agustus 2024

SARAH MELINA

ABSTRAK

SARAH MELINA, NIM 2412008066. Penerapan *Business Model Canvas* Dan SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada *Zifa Coffee*.

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi *Business Model Canvas* (BMC) pada *Zifa Coffee* serta menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) untuk menghadapi persaingan dalam industri kafe. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisa menggunakan *business model canvas* dan analisis SWOT. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Business Model Canvas dan Analisis SWOT.

Melalui wawancara mendalam dan observasi, ditemukan bahwa Evaluasi BMC menunjukkan segmen pelanggan yang beragam dan hubungan pelanggan yang kuat. Dalam analisis SWOT, *Zifa Coffee* memiliki skor kekuatan sebesar 2,16, skor kelemahan sebesar 1,32, skor peluang sebesar 2,2, dan skor ancaman sebesar 1,6. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Zifa Coffee* pada dasarnya telah menerapkan *business model canvas* dan alternative strategi dengan model *business model canvas* dilihat dari kekuatan (*strengths*) yang telah dianalisis dengan SWOT. Integrasi analisis SWOT dengan BMC dari *Zifa Coffee* kekuatan dalam kualitas produk yang unggul dan *comfy working friendly* dapat dioptimalkan melalui *social media specialist* (*Key partner*) untuk memperluas jangkauan pasar (*Customer Segment*). Kelemahan dalam kurangnya *marketing* dapat diatasi dengan memaksimalkan aktivitas yang dilakukan dalam bisnis untuk menarik pelanggan (*Key Activitie*). Peluang dari perkembangan teknologi dan *Trend* kafe yang tidak pernah habis dapat diintegrasikan dengan meningkatkan sosial media, *influencer*, website, dan *e-commerce* (*Channels*). Ancaman dari persaingan ketat dapat dihadapi dengan menginvestasikan dalam pelatihan, pelayanan, dan produk pelatihan SDM (*Key Resource*).

Kata kunci: *Business Model Canvas*, Strategi Bersaing, SWOT

ABSTRACT

SARAH MELINA, NIM 2412008066. *Application of the Canvas and SWOT Business Model to Determine Competitive Strategy at Zifa Coffee.*

This research aims to use the Business Model Canvas (BMC) for Zifa Coffee and analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats (SWOT) to face competition in the cafe industry. This research uses qualitative methods with analysis using a business model canvas and SWOT analysis. Data collection techniques use observation, interviews and documentation methods. The tools used in this research are the Business Model Canvas and SWOT Analysis.

Through in-depth interviews and observations, it was found that the BMC Evaluation demonstrated diverse customer segments and strong customer relationships. In the SWOT analysis, Zifa Coffee has a strength score of 2.16, a weakness score of 1.32, an opportunity score of 2.2, and a threat score of 1.6. The results of this research show that Zifa Coffee has basically implemented a canvas business model and alternative strategies with a canvas business model seen from the strengths that have been explained using SWOT. Integration of SWOT analysis with BMC from Zifa Coffee's strengths in superior product quality and work friendliness can be optimized through social media specialists (Key partners) to expand market reach (Customer Segment). Weaknesses in lack of marketing can be overcome by maximizing the activities carried out in the business to attract customers (Key Activities). Opportunities from technological developments and the creation of marketing campaigns can be integrated with improvements in social media, influencers, websites and e-commerce (Channels). The threat of intense competition can be faced by funding in HR training, services and product training (Key Resource).

Keywords: *Business Model Canvas, Competitive Strategy, SWOT*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, Penulis panjatkan karena berkat serta Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya.

Penelitian dengan judul Analisis *Business Model Canvas* dan SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada *Zifa Coffee* ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI. Alasan pemilihan judul tersebut karena penulis ingin mengetahui bisnis model dari *Zifa Coffee*. Oleh sebab itu perlu adanya penelitian lebih lanjut untuk mengetahui bisnis model yang dimiliki UMKM tersebut.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Mildy Rifa'i, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan baik.
3. Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.SI. selaku Ketua Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang terus berusaha untuk memajukan Prodi ini hingga kini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Aldi F Dira, SE, MM selaku pimpinan cabang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI Bekasi.
5. Kedua Orangtua saya tercinta yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan menyusun skripsi ini dengan baik.
6. Judianto Tjahjo Nugroho, ST, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah dengan sabar bersedia membimbing dan mengarahkan penulis dari awal hingga penulis selesai menyusun skripsi dengan nilai terbaik.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen Bisnis yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah dengan penuh ketekunan dan dedikasi yang tinggi mengajar penulis, hingga penulis bisa menjadi seorang Sarjana Ekonomi seperti sekarang ini.

8. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Tinggi Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh sukacita.
9. Para Staff dan Karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Tinggi Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
10. Ibu Qasthalia Saadah, dan Zidan Atabik yang sudah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian pada *Zifa Coffee*. Kepada Fadli Hadyan, Yopan dan Dewi sebagai sobat *Zifa Coffee* yang telah memberikan dukungan serta pembelajaran disaat penulis melakukan penelitian.
11. Kaka saya Yohanes Jefry Santoso, Sahabat saya Risda, Grace, Dinda, Rahma, Ridho, Rizky, serta Farhan sebagai partner saya. Mereka yang telah menyemangati saya dan membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Serta semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu per-satu yang telah membantu dalam proses kelancaran penyusunan skripsi ini, sehingga skripsi ini selesai dengan baik dan tepat waktu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak memerlukan penyempurnaan. Oleh sebab itu penulis selalu mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca semuanya. Harapannya, dimasa yang akan datang nanti penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata selagi penulis mampu menulis dengan lebih baik lagi. Akhir kata sekali lagi penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga dan semoga kita semua selalu diberikan kesehatan dan kesuksesan. Amin.

Depok, 10 Agustus 2024
Penulis,

SARAH MELINA
NIM: 2412008066

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN	ii
LEMBAR SIDANG	iii
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	3
1.3. Pembatasan Masalah	3
1.4. Perumusan Masalah	4
1.5. Tujuan Penelitian	4
1.6. Manfaat Penelitian	4
1.7. Sistematika Penulisan	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1. Landasan Teori	6
2.1.1. Manajemen Strategi	6
2.1.2. Ruang Lingkup Manajemen Strategi	7
2.1.3. Komponen Manajemen Strategi	8
2.1.4. Tahapan Proses Manajemen Strategi	8
2.1.5. Manfaat Manajemen Strategi	9
2.1.6. <i>Business Model Canvas</i>	9
2.1.7. Elemen <i>Business Model Canvas</i>	10
2.1.8. Analisis SWOT	18
2.1.9. Kuadran SWOT	19
2.1.10. Matriks SWOT	20
2.1.11. Matriks IFE dan EFE	21
2.1.12. Strategi Bersaing	23
2.1.13. Kekuatan Strategi Bersaing	23
2.2. Penelitian Terdahulu	25
2.3. Kerangka Konseptual	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1. Waktu dan Tempat Penelitian	30
3.2. Jenis Penelitian	30
3.3. Subjek Penelitian	31
3.4. Sumber Data	31
3.5. Teknik Pengumpulan Data	31
3.6. Teknik Analisis Data	32

3.6.1.	Business Model Canvas.....	32
3.6.2.	Analisis SWOT.....	33
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	36
4.1.	Hasil Penelitian.....	36
4.1.1.	Gambaran Umum Usaha	36
4.1.2.	Visi dan Misi.....	37
4.1.3.	Struktur Organisasi	37
4.1.4.	Produk <i>Zifa Coffee</i>	39
4.1.5.	Analisis <i>Business Model Canvas</i>	40
4.1.6.	Analisis SWOT.....	48
4.1.7.	Matriks IFE dan EFE	50
4.1.8.	Diagram Analisis SWOT	58
4.1.9.	Matriks SWOT	59
4.2.	Hasil Penelitian.....	63
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN	67
5.1.	Simpulan.....	67
5.2.	Saran	69
	DAFTAR PUSTAKA	72
	LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Kafe di Cikarang Selatan.....	1
Tabel 2. 1	Matriks IFE	22
Tabel 2. 2	Matriks EFE	23
Tabel 2. 3	Penelitian Terdahulu	27
Tabel 3. 1	Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....	30
Tabel 3. 2	Informan Penelitian.....	31
Tabel 3. 3	Business Model Canvas	33
Tabel 4. 1	Customer Segment Zifa Coffee	40
Tabel 4. 2	<i>Value Propositions Zifa Coffee</i>	41
Tabel 4. 3	<i>Channels Zifa Coffee</i>	43
Tabel 4. 4	<i>Key Resources Zifa Coffee</i>	44
Tabel 4. 5	<i>Cost Structures Zifa Coffee</i>	46
Tabel 4. 6	Business Model Canvas Zifa Coffee.....	47
Tabel 4. 7	Analisis SWOT <i>Zifa Coffee</i>	48
Tabel 4. 8	Pembobotan IFE.....	50
Tabel 4. 9	Hasil Perhitungan Matriks IFE	50
Tabel 4. 10	Pembobotan EFE	51
Tabel 4. 11	Hasil Perhitungan Matriks EFE	52
Tabel 4. 12	Matriks Analisis SWOT <i>Zifa Coffee</i>	59
Tabel 4. 13	Perbaikan Business Model Canvas <i>Zifa Coffee</i>	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Data Penjualan Tahun 2022-2023	2
Gambar 2. 1 <i>Business Model Canvas</i>	10
Gambar 2. 2 Diagram SWOT	19
Gambar 2. 3 Matriks SWOT	20
Gambar 2. 4 Kerangka Konseptual	29
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Zifa Coffee	38
Gambar 4. 2 Diagram Analisis SWOT	58

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Surat Keterangan Penelitian	73
Lampiran 1.2 Transkrip Wawancara.....	74
Lampiran 1.3 Hasil Pembobotan Dan Rating Faktor Internal & Eksternal SWOT ...	75
Lampiran 1.4 Dokumentasi.....	78
Lampiran 1.5 Kartu Bimbingan	80
Lampiran 1.6 Hasil Cek Plagiarisme	81
Lampiran 1.7 Daftar Riwayat Hidup.....	82