

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS* PADA USAHA BUMBU  
KACANG TANAH TEH YENI DI KAB. BEKASI**

**SKRIPSI**

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

Oleh:

**AHMAD HABIBI**  
**NIM: 2412008011**



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



PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI GICI  
DEPOK

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS* PADA USAHA BUMBU  
KACANG TANAH TEH YENI DI KAB. BEKASI**

Oleh:

Nama : AHMAD HABIBI  
NIM : 2412008011  
Program Studi : Manajemen

Telah Disetujui dan Disahkan di Depok Pada Tanggal 09 Agustus 2024

Dosen Pembimbing,

Menyetujui,  
Ketua Program Studi Manajemen

  
Ricky Rizkie, S.E., M.M.

Drs. Henky Hendrawan, M.M. 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

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS* PADA USAHA BUMBU  
KACANG TANAH TEH YENI DI KAB. BEKASI**

Oleh:

Nama : AHMAD HABIBI  
NIM : 2412008011  
Program Studi : Manajemen

Telah Dipertahankan di Hadapan Sidang Tim Penguji Proposal Skripsi, Pada:

Hari : Jumat  
Tanggal : 09 Agustus 2024  
Waktu : 09.00 - Selesai

DAN YANG BERSANGKUTAN DINYATAKAN LULUS  
Tim Penguji Skripsi

Ketua : Ina Sawitri, S.Si., M.M.

Anggota : Iman Hernawan, S.IP., M.M.

(  )

(  )

Mengetahui,  
Ketua Program Studi Manajemen

Drs. Henky Hendrawan, M.M., M.Si.

## PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : AHMAD HABIBI  
NIM : 2412008011  
Program Studi : Manajemen  
Nomor KTP : 3216040909990002  
Alamat : Kp. Pete Cina, RT 003/RW 001, Desa Sukaraja,  
Kecamatan Tambelang, Kabupaten Bekasi.

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi yang berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Usaha Bumbu Kacang Tanah Teh Yeni di Kab. Bekasi ini merupakan hasil karya tulis saya sendiri dan bukan merupakan hasil karya orang lain (plagiat).
2. Memberikan izin hak bebas Royalti Non-Eksklusif kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI untuk menyimpan, mengalihmediakan atau mengalihformatkan, mengelola, mendistribusikan dan mempublikasikan skripsi ini melalui internet dan 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 apa pun sesuai dengan aturan yang berlaku termasuk dicopot gelar keserjanaan saya apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar adanya.

Depok, 09 Agustus 2024

  
METERAI TEMPEL  
3F685ALX330869658  
AHMAD HABIBI

## ABSTRAK

**AHMAD HABIBI. NIM 2412008011. Berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Usaha Bumbu Kacang Tanah Teh Yeni di Kab. Bekasi.**

---

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, dan analisis data untuk mengidentifikasi sembilan elemen BMC: segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya.

Hasil analisis menunjukkan bahwa Bumbu Kacang Teh Yeni memiliki beberapa kekuatan, antara lain produk berkualitas dengan bahan baku alami, varian rasa yang unik, dan kemasan praktis. Namun, terdapat kelemahan dalam sistem distribusi dan ketergantungan pada pasar lokal. Peluang yang dapat dimanfaatkan meliputi ekspansi pasar melalui penjualan online dan kemitraan dengan restoran serta kafe. Ancaman yang dihadapi antara lain persaingan pasar yang ketat dan perubahan preferensi konsumen.

Berdasarkan analisis SWOT, beberapa strategi pengembangan bisnis yang direkomendasikan adalah peningkatan efisiensi distribusi, inovasi produk, pemasaran digital, serta peningkatan hubungan pelanggan melalui program loyalitas dan layanan pelanggan yang responsif. Implementasi strategi ini diharapkan dapat membantu Bumbu Kacang Teh Yeni mengatasi kelemahan dan ancaman, serta memaksimalkan kekuatan dan peluang untuk mencapai pertumbuhan bisnis yang berkelanjutan.

Penelitian ini memberikan wawasan praktis bagi pengusaha lokal dalam mengembangkan bisnis mereka dengan pendekatan BMC, serta menyoroti pentingnya inovasi dan adaptasi terhadap dinamika pasar.

**Kata Kunci : SWOT, *Business Model Canvas***

## ***ABSTRACT***

**AHMAD HABIBI. NIM 2412008011. *Entitled Business Development Strategy with a Business Model canvas approach to the business of Peanut Butter Teh Yeni in Kab. Bekasi.***

---

*This study aims to analyze the business development strategy of tea Bean seasoning Yeni in Bekasi using the business Model Canvas (BMC) approach. Methods used include observation, interviews, and data analysis to identify the nine elements of BMC: customer segmentation, value proposition, distribution channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partners, and cost structure.*

*The results of the analysis showed that the Tea Bean seasoning Yeni has several strengths, including quality products with natural raw materials, unique flavor variants, and practical packaging. However, there are weaknesses in the distribution system and dependence on the local market. Opportunities include market expansion through online sales and partnerships with restaurants and cafes. Threats faced include intense market competition and changes in consumer preferences.*

*Based on the SWOT analysis, some of the recommended business development strategies are increasing distribution efficiency, product innovation, digital marketing, and improving customer relationships through loyalty programs and responsive customer service. The implementation of this strategy is expected to help Bumbu Kacang Teh address weaknesses and threats, as well as maximize strengths and opportunities to achieve sustainable business growth.*

*The research provides practical insights for local entrepreneurs in developing their businesses with the BMC approach, as well as highlighting the importance of innovation and adaptation to market dynamics.*

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

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa penulis panjatkan karena berkat rahmat, taufik hidayah serta inayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini tepat pada waktunya. Shalawat serta salam juga penulis haturkan untuk junjungan kita semua, Nabi Muhammad SAW dengan harapan kita semua mendapatkan syafaatnya di hari pembalasan nanti.

Penelitian yang berjudul Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada Usaha Bumbu Kacang Tanah ini disusun guna memenuhi persyaratan ujian memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI.

Dalam proses penulisannya, tentunya penulis dibantu oleh banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang kepada:

1. Bapak Mildy Rifai, S.E. selaku Ketua Yayasan Nusa Jaya Depok yang telah berusaha untuk selalu mengembangkan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Abdul Hamid, M.S. selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah mengelola kampus dengan cukup baik.
3. Bapak Drs. Henky Hendrawan, MM, M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ekonomi GICI Business School yang telah berusaha memajukan Prodi Manajemen hingga saat ini telah mendapatkan Akreditasi B.
4. Seluruh Bapak dan Ibu dosen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI khususnya Program Studi Manajemen 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.
5. Para staf dan karyawan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI yang telah melayani penulis dengan sepenuh hati.
6. Rekan-rekan mahasiswa angkatan 2020 yang telah bersama-sama penulis menjalani masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi GICI selama empat tahun dengan penuh suka cita.
7. Teh Yeni Wahyuni selaku pemilik toko Bumbu Kacang Teh Yeni yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

8. Ayahanda Ahmad Suhairi serta Ibunda Nuryati tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan dan penyusunan skripsi ini dengan baik.
9. Dian Puspita Dewi yang telah memberikan dukungan penuh, yang selalu menemani dan tidak pernah bosan memberikan semangat.
10. Serta semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan dorongan yang luar biasa selama proses pembuatan skripsi ini.

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

Depok, 09 Agustus 2024

Penulis,



AHMAD HABIBI  
NIM: 2412008011

## DAFTAR ISI

|                                                               |      |
|---------------------------------------------------------------|------|
| LEMBAR JUDUL .....                                            | i    |
| LEMBARAN PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....                     | ii   |
| LEMBARAN SIDANG .....                                         | iii  |
| PERNYATAAN .....                                              | iv   |
| ABSTRAK .....                                                 | v    |
| ABSTRACT .....                                                | vi   |
| KATA PENGANTAR .....                                          | vii  |
| DAFTAR ISI .....                                              | ix   |
| DAFTAR TABEL .....                                            | xi   |
| DAFTAR GAMBAR .....                                           | xii  |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                                         | xiii |
| <br>BAB I. PENDAHULUAN                                        |      |
| 1.1. Latar Belakang Masalah .....                             | 1    |
| 1.2. Identifikasi Masalah .....                               | 3    |
| 1.3. Batasan Masalah .....                                    | 3    |
| 1.4. Rumusan Masalah .....                                    | 3    |
| 1.5. Tujuan Penelitian .....                                  | 3    |
| 1.6. Manfaat Penelitian .....                                 | 4    |
| 1.7. Sistematika Penulisan .....                              | 4    |
| <br>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA                                  |      |
| 2.1. Landasan Teori .....                                     | 6    |
| 2.1.1. Manajemen Strategi .....                               | 6    |
| 2.1.2. <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....               | 7    |
| 2.1.3. Analisis SWOT .....                                    | 16   |
| 2.2. Penelitian Terdahulu .....                               | 20   |
| 2.3. Kerangka Pemikiran .....                                 | 22   |
| <br>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN                            |      |
| 3.1. Tempat dan Waktu Penelitian .....                        | 24   |
| 3.2. Jenis Penelitian .....                                   | 24   |
| 3.3. Sumber Data .....                                        | 25   |
| 3.4. Teknik Pengumpulan Data .....                            | 25   |
| 3.5. Teknik Analisis Data .....                               | 26   |
| <br>BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN                              |      |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                                    | 27   |
| 4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....                          | 27   |
| 4.1.2 Penerapan BMC Pada Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi      | 30   |
| 4.1.3 Analisis SWOT .....                                     | 40   |
| 4.2 Pembahasan .....                                          | 51   |
| 4.2.1 Faktor Pendukung Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi Dalam  |      |
| Menerapkan BMC .....                                          | 53   |
| 4.2.2 Faktor Penghambat Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi Dalam |      |
| Menerapkan BMC .....                                          | 55   |

|                             |                                    |    |
|-----------------------------|------------------------------------|----|
| 4.2.3                       | Strategi Pengembangan .....        | 56 |
| BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN |                                    |    |
| 5.1                         | Kesimpulan .....                   | 60 |
| 5.2                         | Saran.....                         | 61 |
| 5.2.1                       | Mengatasi Kelemahan .....          | 61 |
| 5.2.2                       | Mengatasi Ancaman .....            | 61 |
| 5.2.3                       | Strategi Pengembangan Bisnis ..... | 62 |
| DAFTAR PUSTAKA .....        |                                    | 65 |
| LAMPIRAN.....               |                                    | 66 |

## DAFTAR TABEL

|             |                                                                      |    |
|-------------|----------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 2.1.  | Tabel Matriks SWOT .....                                             | 19 |
| Tabel 2.2.  | Penelitian Terdahulu .....                                           | 21 |
| Tabel 3.1.  | Jadwal Pelaksanaan Penelitian.....                                   | 24 |
| Tabel 4.1.  | <i>Customer Segments</i> Bumbu Kacang Tanah Teh Yeni di Bekasi ..... | 31 |
| Tabel 4.2.  | <i>Value Proposition</i> Bumbu Kacang Teh Yeni .....                 | 32 |
| Tabel 4.3.  | <i>Channels</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....                | 33 |
| Tabel 4.4.  | <i>Customer Relationships</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi..      | 33 |
| Tabel 4.5.  | <i>Revenue Streams</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi.....          | 34 |
| Tabel 4.6.  | <i>Key Resources</i> Bumbu Kacang TehYeni di Bekasi .....            | 35 |
| Tabel 4.7.  | <i>Key Activities</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....          | 36 |
| Tabel 4.8.  | <i>Key Partnership</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....         | 37 |
| Tabel 4.9.  | <i>Cost Structure</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....          | 37 |
| Tabel 4.10. | Analisis SWOT Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....                  | 40 |
| Tabel 4.11. | Tabel IFAS.....                                                      | 44 |
| Tabel 4.11. | Tabel EFAS .....                                                     | 46 |
| Tabel 4.13. | Matriks IFAS.....                                                    | 47 |
| Tabel 4.14. | Matriks EFAS.....                                                    | 48 |
| Tabel 4.15. | Matriks SWOT.....                                                    | 50 |

## DAFTAR GAMBAR

|              |                                                                 |    |
|--------------|-----------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1.1.  | Statistik Konsumsi Pangan 2020 .....                            | 1  |
| Gambar 2.1.  | <i>Nine Building Blocks</i> .....                               | 8  |
| Gambar 2.2.  | Diagram Analisis SWOT .....                                     | 17 |
| Gambar 2.3.  | Kerangka Pemikiran .....                                        | 23 |
| Gambar 4.1.  | Denah Lokasi Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....              | 28 |
| Gambar 4.2.  | Struktur Organisasi Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .....       | 29 |
| Gambar 4.3.  | <i>Business Model Canvas</i> Bumbu Kacang Teh Yeni di Bekasi .. | 39 |
| Gambar. 4.4. | Diagram Analisis SWOT .....                                     | 49 |

## DAFTAR LAMPIRAN

|                                                                     |    |
|---------------------------------------------------------------------|----|
| Lampiran 1. Surat Keterangan Penelitian.....                        | 66 |
| Lampiran 2. Kuisioner .....                                         | 67 |
| Lampiran 3. Daftar Pertanyaan.....                                  | 74 |
| Lampiran 4. Hasil Wawancara <i>Business Model Canvas</i> (BMC)..... | 78 |
| Lampiran 5. Hasil Wawancara Analisis SWOT.....                      | 82 |
| Lampiran 6. Rating IFAS dan EFAS .....                              | 87 |
| Lampiran 7. Dokumentasi .....                                       | 88 |
| Lampiran 8. Kartu Bimbingan.....                                    | 89 |
| Lampiran 9. Hasil Turnitin .....                                    | 90 |
| Lampiran 10. Daftar Riwayat Hidup .....                             | 91 |