

IR-PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS AIRLANGGA

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA *JUSKIDDING* DI MASA
PANDEMI COVID-19 DENGAN PENDEKATAN BMC ATAU *BUSINESS MODEL*
*CANVAS***

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN DALAM
MEMPEROLEH GELAR SARJANA MANAJEMEN
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN**



DIAJUKAN OLEH:

SELVIN ASNITA

NIM: 041411231060

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS AIRLANGGA

SURABAYA

2022

SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA JUSKIDDING
DI MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN PENDEKATAN BMC
*ATAUBUSINESS MODEL CANVAS***

DIAJUKAN

OLEH:

SELVIN ASNITA

NIM :

041411231060

**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK
OLEH:**

DOSEN PEMBIMBING,



Dr. GANCAR C. PREMANANTO, SE., M.Si
NIP. 197407221999031001

TANGGAL 21-06-2022

KOORDINATOR PROGRAM STUDI,



Dr. DIEN MARDHIYAH, SE., M.Si
NIP. 197211181999032001

TANGGAL 22-06-2022

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA *JUSKIDDING* DI MASA
PANDEMI COVID-19 DENGAN PENDEKATAN BMC ATAU *BUSINESS MODEL
CANVAS***

DIAJUKAN OLEH:

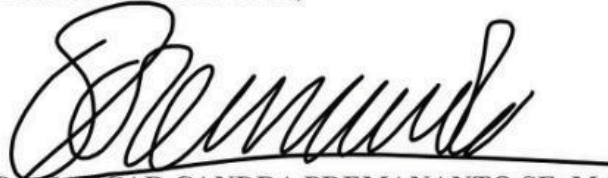
SELVIN ASNITA

NIM: 041411231060

Surabaya, 31 Januari 2022

SKRIPSI TELAH SELESAI DAN SIAP UNTUK DIUJI

DOSEN PEMBIMBING,



DR. GANCAR CANDRA PREMANANTO, SE., M.Si.

NIP. 197407221999031001

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Saya, (Selvin Asnita, 041411231060), menyatakan bahwa:

1. Skripsi saya ini adalah asli dan benar-benar hasil karya saya sendiri, dan bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil peniruan atau penjiplakan (*plagiarism*) dari karya orang lain. Skripsi ini belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik baik di Universitas Airlangga, maupun di perguruan tinggi lainnya.
2. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar kepustakaan.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakberaan dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis Skripsi ini, serta sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan norma dan peraturan yang berlaku di Universitas Airlangga.

Surabaya, 31 Januari 2022



Selvin Asnita

NIM: 041411231060

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Allah SWT Tuhan Yang Maha Esa karena berkat kuasa-Nya, rahmat-Nya, serta hidayah-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Skripsi yang berjudul “**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA *JUSKIDDING* DI MASA PANDEMI COVID-19 DENGAN PENDEKATAN BMC ATAU *BUSINESS MODEL CANVAS***”. Terima kasih sebesar- besarnya kepada dosen pembimbing yang telah membantu dan membimbing saya dalam mengerjakan skripsi ini. Terima kasih pula kepada rekan-rekan yang turut berkontribusi dan berdampak langsung bagi saya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Selama proses pengerjaan skripsi yang telah dilalui, penulis tentu mendapat banyak dukungan dan pertolongan dari banyak pihak. Penulis sangat berterima kasih atas segala bentuk dukungan dari semua orang yang telah terlibat, di antaranya:

1. Prof. Dr. Dian Agustia, SE., M.Si., Ak., CA., CMA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.
2. Dr. Gancar C. Premananto, SE., M.Si. selaku Ketua Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga. Sekaligus dosen pembimbing penulis. Terima kasih atas kesabaran dalam memberikan bimbingan, motivasi, saran, nasihat, serta waktu untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Dr. Dien Mardhiyah, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga.
4. Dr. Praptini Yulianti, Dra.Ec.,M.Si. Selaku dosen wali penulis.
5. Dr. Tri Siwi Agustina SE., M.Si. dan seluruh Dosen Manejemen terutama konsentrasi kewirausahaan yang tidak dapat penulis tulis satu persatu, yang telah memberikan waktu, ilmu, dukungan dan doa kepada penulis pada saat berkuliah di Universitas Airlangga dan menyusun skripsi ini.
6. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Airlangga yang telah memberikan waktu, ilmu pengetahuan dan pelajaran yang berharga dan bermanfaat bagi penulis pada saat penulis berkuliah di Universitas Airlangga.
7. Pak Didik dan Pak Arief selaku staff Departemen Manajemen yang selalu memberikan informasi kepada penulis sehingga bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, terutama para dosen yang pernah mengajar dan memberikan ilmunya bagi penulis.

9. Orang tua, alm. Ayah saya & Ibu saya serta suami dan anak saya yang senantiasa memberikan dukungan, doa, dan materi sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Sahabat SENADA, Nurul dan Yeni, terima kasih untuk dukungan, semangat, bantuan dan kebersamaannya kepada penulis.
11. Keluarga besar Mien R Uno Foundation, Ibu Mien R Uno, Bapak Henk Uno, Bapak Sandiaga Uno, Bapak Indra Cahya Uno, Ibu Catharina Latjuba, Ibu Suryani Indahsari, Mbak Devi, Mbak Cindy, Mas Rizky, Mas Thio, Mbak Esther, Mas Baskoro, Teman-teman MRUF ENVOY IX, Taher, Pita, Suad, Jani yang senantiasa membimbing penulis dalam menjalankan bisnis.
12. Keluarga besar StartUp UNAIR, Pak Yusri, Ibu Nia dan teman-teman yang senantiasa membimbing penulis dalam menjalankan bisnis.
13. Semua teman-teman Manajemen Universitas Airlangga angkatan 2014, terima kasih dukungan, semangat dan kebersamaannya kepada penulis pada saat penulis berkuliah di Universitas Airlangga.
14. Teman-teman dan kakak adik tingkat konsentrasi Kewirausahaan, terima kasih untuk dukungan, semangat dan kebersamaannya kepada penulis pada saat penulis berkuliah di Universitas Airlangga.
15. Untuk pihak-pihak dalam *Juskidding* yang telah memberikan dukungan dan doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
16. Para informan yang telah bersedia memberikan waktu, informasi, dan bantuannya kepada penulis yang mendukung penulisan skripsi ini.
17. Untuk semua pihak yang tidak dapat dituliskan satu persatu yang telah memberikan dukungan, semangat dan doa kepada penulis.

Surabaya, 3 Maret 2022

Selvin Asnita

ABSTRAK

Pada tahun 2020 berbagai negara di belahan dunia sedang menghadapi pandemi akibat musibah dari wabah corona virus atau yang biasa disebut Covid 19. Menjadi tantangan tersendiri bagi usaha *Juskidding* membuka outletnya tepat di tengah wabah Covid-19. Melihat banyaknya masyarakat yang ingin memperoleh sumber vitamin dari berbagai macam kebutuhan mulai dari obat-obatan, minuman maupun makanan guna meningkatkan sistem imun dan kesehatan tubuh. *Juskidding* hadir memberikan alternatif lain dalam pemenuhan sumber vitamin yang dapat diperoleh secara alami dari buah-buahan. Berkembangnya berbagai usaha di bidang kuliner saat ini membutuhkan strategi bisnis agar perusahaan mampu unggul dalam mengembangkan bisnisnya. Untuk dapat mengembangkan bisnisnya, *Juskidding* saat ini sangat memerlukan peningkatan nilai yang diharapkan dapat menjadi keunggulan bisnis dengan membuat model bisnis yang baru untuk lebih baik dari pesaing melalui pendekatan BMC atau Business Model Canvas. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan model bisnis usaha *Juskidding* menggunakan BMC atau Business Model Canva, kemudian mengevaluasi model bisnis menggunakan analisis SWOT, dan merekomendasikan rancangan BMC yang baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik *purposive sampling*. Pengumpulan data primer dengan melakukan wawancara mendalam terhadap internal & eksternal *Juskidding*. Hasil yang diperoleh adalah usaha *Juskidding* memerlukan beberapa perbaikan pada model bisnis pengembangan terhadap tujuh elemen blok, yaitu *Key Activities*, *Key Resources*, *Customer Relationships*, *Channels*, *Customer Segment*, *Cost Structure*, *Revenue Streams*.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Analisis Model Bisnis, Pengembangan Bisnis, *Juskidding*

ABSTRACT

In 2020, countries around the world are facing calamity due to the corona virus outbreak or commonly called Covid 19 pandemic. It is a challenge for Juskidding's business when opening its outlets right in the middle of the Covid-19 outbreak. Seeing the number of people who want to fulfill their needs of vitamins from various source ranging from medicines, drinks and food to improve the immune system and body health, Juskidding is here to provide another alternative in fulfilling vitamin sources that can be obtained naturally from fruits. The development of various businesses in the culinary field today requires a business strategy so that the company is able to excel in developing its business. Therefore, Juskidding currently needs an increase in value which is expected to become a competitive advantage by creating a new business model through the BMC or Business Model Canvas approach. This study aims to map the Juskidding business model using BMC or Business Model Canvas, then evaluate the business model using SWOT analysis, and recommend a new BMC design. This research uses descriptive qualitative method with purposive sampling technique. Primary data collection by conducting in-depth interviews with internal & external Juskidding. The results shows that Juskidding's business requires some improvements and development in the seven blocks of elements in the business model, namely Key Activities, Key Resources, Customer Relationships, Channels, Customer Segments, Cost Structure, Revenue Streams.

Keywords: Business Model Canvas, Business Model Analysis, Business Development, Juskidding

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
Latar Belakang Masalah.....	1
Rumusan Masalah.....	6
Tujuan Penelitian.....	6
Manfaat Penelitian.....	6
Sistematika Penulisan.....	6
BAB II.....	8
TINJAUAN PUSTAKA.....	8
Landasan Teori.....	8
Model Bisnis.....	8
Manfaat Penerapan Model Bisnis.....	8
BMC atau <i>Business Model Canvas</i>	8
Tujuan BMC atau <i>Business Model Canvas</i>	9
Sembilan Blok Elemen BMC atau <i>Business Model Canvas</i>	10
<i>Key Resources</i>	10
<i>Value Propositions</i>	11
<i>Customer Segments</i>	12
<i>Customer Relationships</i>	13
<i>Revenue Streams</i>	14
<i>Channels</i>	15
<i>Key Activities</i>	16
<i>Key Partnerships</i>	17
<i>Cost Structure</i>	18

Keunggulan Bersaing.....	19
Analisis SWOT.....	19
Penelitian Terdahulu.....	21
Kerangka Berpikir.....	22
BAB III.....	23
METODE PENELITIAN.....	23
Metode Pendekatan Masalah.....	23
Jenis Data.....	23
Sumber Data.....	23
Desain Penelitian.....	24
Unit Analisis.....	24
Subjek dan Objek Penelitian.....	24
Lokasi Penelitian.....	25
Teknik Pengumpulan Data.....	26
Teknik Analisis & Keabsahan Data.....	33
BAB IV.....	34
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	34
Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
Juskidding di Masa Pandemi (Covid-19).....	34
Bisnis <i>Juskidding</i>	35
Visi & Misi Usaha <i>Juskidding</i>	36
Struktur Organisasi.....	36
Karakteristik Informan dan Hasil Wawancara.....	37
Identifikasi BMC (Business Model Canvas) <i>Juskidding</i>	38
Analisis BMC atau Business Model Canvas.....	39
<i>Customer Segments</i>	40
<i>Key Activities</i>	41
<i>Key Resources</i>	41
<i>Key Partnerships</i>	42
<i>Channels</i>	42
<i>Cost Structure</i>	43
<i>Revenue Streams</i>	43
<i>Value Propositions</i>	43

<i>Customer Relationships</i>	47
Penerapan Analisis SWOT pada Usaha <i>Juskidding</i>	47
Matrix SWOT.....	47
Analisis SWOT terhadap BMC <i>Juskidding</i>	48
BAB V.....	50
KESIMPULAN DAN SARAN.....	50
Kesimpulan.....	50
Saran.....	51
DAFTAR PUSTAKA.....	52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan <i>Juskidding</i>	5
Tabel 3.1 Pedoman Pertanyaan Wawancara	26
Tabel 4.1 Karakteristik Informan	37
Tabel 4.1.1 Jawaban Informan	39
Tabel 4.1.2 Contoh Sebagian Menu <i>Juskidding</i>	46
Tabel 4.1.3 Matrix SWOT <i>Juskidding</i>	48
Tabel 4.1.4 Analisis SWOT BMC <i>Juskidding</i>	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo <i>Juskidding</i>	3
Gambar 1.2 Outlet <i>Juskidding</i>	4
<i>Gambar 2.1 Sembilan Blok Business Model Canvas</i>	10
Gambar 2.3 Matriks SWOT	21
Gambar 2.4 Kerangka Penelitian	22
Gambar 3.1 Lokasi Penelitian	25
Gambar 4.1 Ulasan Kecewa Pelanggan Terhadap Pesaing <i>Juskidding</i>	35
Gambar 4.1.1 Menu <i>Juskidding</i>	35
Gambar 4.2 Struktur Organisasi <i>Juskidding</i>	36
Gambar 4.2.1 Salah Satu Menu dan Kandungan Produk <i>Juskidding</i>	45
Gambar 4.2.2 Informasi Nilai Gizi Menu <i>Juskidding</i>	45
Gambar 4.2.3 BMC (<i>Business Model Canvas</i>) yang dimiliki <i>Juskidding</i> saat ini	47
Gambar 4.3 Rekomendasi BMC (<i>Business Model Canvas</i>) <i>Juskidding</i>	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Informan	56
Lampiran 2 Hasil Transkrip Wawancara Informan	57