

**USULAN PERANCANGAN *BUSINESS* MODEL CANVAS
PADA IKM BAROKAH DI KOTA BANDUNG**

TUGAS AKHIR

**Karya tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh

IKHSAN PERIANA

NRP : 123010152



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN**

2018

USULAN PERANCANGAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA IKM BAROKAH DI KOTA BANDUNG

IKHSAN PERIANA

NRP : 123010152

ABSTRAK

Perkembangan industri membawa pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan perekonomian Indonesia, industri juga memegang peranan yang menentukan dalam perkembangan perekonomian sehingga benar-benar perlu didukung dan diupayakan perkembangannya. IKM Barokah merupakan suatu usaha keluarga yang sudah dibangun dan dijalankan sejak tahun 90-an. Usaha ini memproduksi tempe dengan berbagai macam varian.

Permasalahan yang dihadapi IKM Barokah dalam menjalankan usahanya diantaranya yaitu lemahnya jaringan usaha dan penetrasi pasar, kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan, kurangnya aliran dalam menjangkau konsumen, sulit dalam mendapatkan pemasok bahan baku, dan tingkat penjualan yang tidak stabil.

Penelitian yang dilakukan menggunakan format penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sumber data yang digunakan ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Prosedur pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi langsung dan dokumentasi.

Setelah melakukan perancangan business model canvas eksisting selanjutnya menganalisis hasil rancangan tersebut dengan menggunakan analisis SWOT. Hasil dari analisis SWOT menunjukkan bahwa alternatif strategi berada pada kuadran I (Strategi S.O) atau strategi umum yang dapat dilakukan oleh perusahaan dengan cara menggunakan kekuatan perusahaan untuk mengambil setiap keunggulan pada kesempatan yang ada. Hasil dari desain ulang business model canvas IKM Barokah adalah menambah segmen konsumen, meningkatkan kapasitas produksi, menambah channels, dan meningkatkan hubungan pelanggan melalui delivery order.

Kata Kunci : Model Bisnis, Business Model Canvas, analisis SWOT

PROPOSAL DESIGN *BUSINESS MODEL CANVAS* AT IKM BAROKAH IN BANDUNG CITY

IKHSAN PERIANA

NRP : 123010152

ABSTRACT

The development of industry brings a huge influence on the development of the Indonesian economy, the industry also plays a decisive role in the development of the economy so it really needs to be supported and strived its development. IKM Barokah is a family business that has been built and run since the 90's. This business produces tempe with various variants.

The problems faced by IKM Barokah in running its business are weakness of business network and market penetration, lack of capital and limited access to finance, lack of flow in reaching consumers, difficulty in obtaining raw material suppliers, and unstable selling rate.

The research was conducted using descriptive research format using qualitative approach. Sources of data used there are two primary and secondary data. The data collection procedure used is interview, direct observation and documentation.

After doing business modeling of existing canvas model then analyze the result of the design by using SWOT analysis. The results of the SWOT analysis show that the alternative strategy is in quadrant I (Strategy S.O) or general strategy that can be done by the company by using the power of the company to take every advantage on the occasion. The result of the redesign of IKM Barokah's canvas business model is to increase the consumer segment, increase production capacity, add channels, and improve customer relationship through delivery order.

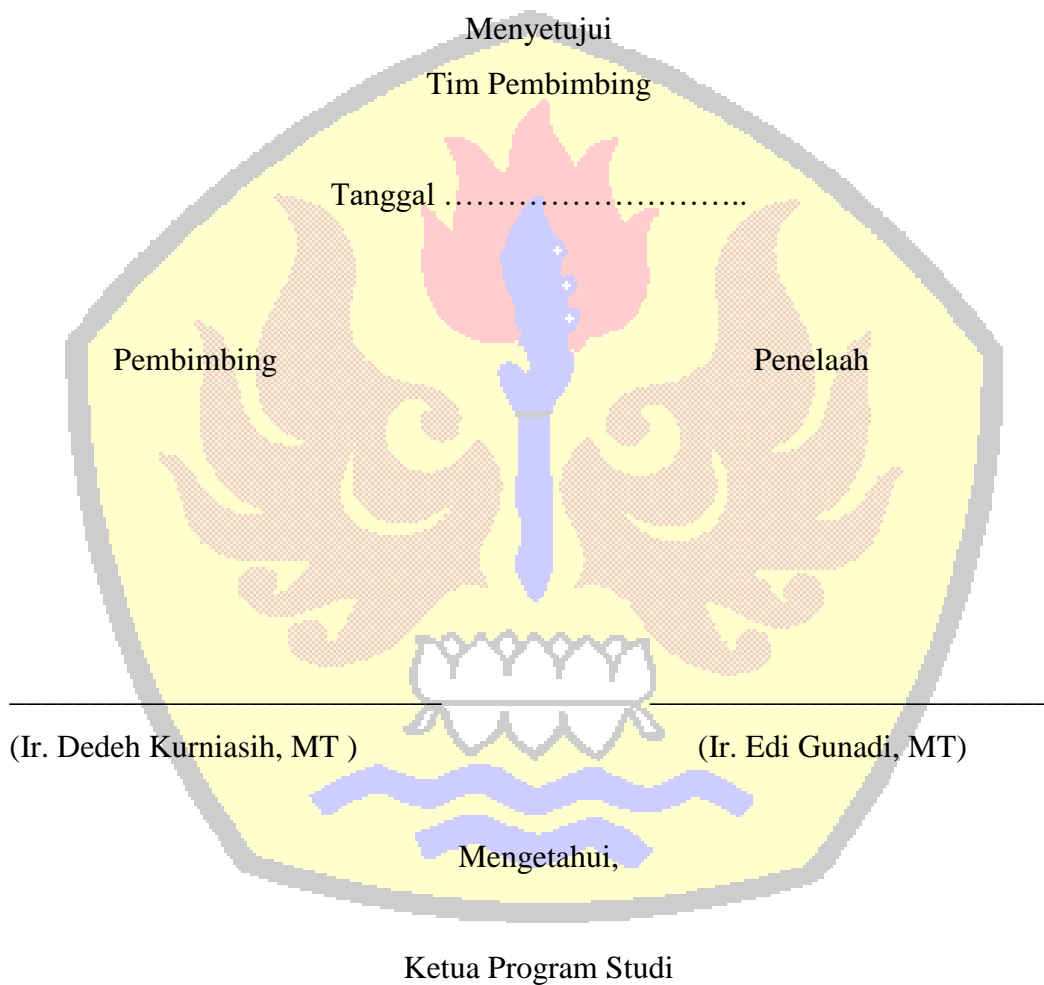
Keywords: Business Model, Business Model Canvas, SWOT analysis

**USULAN PERANCANGAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
PADA IKM BAROKAH DI KOTA BANDUNG**

Oleh

Ikhsan Periana

NRP : 123010152

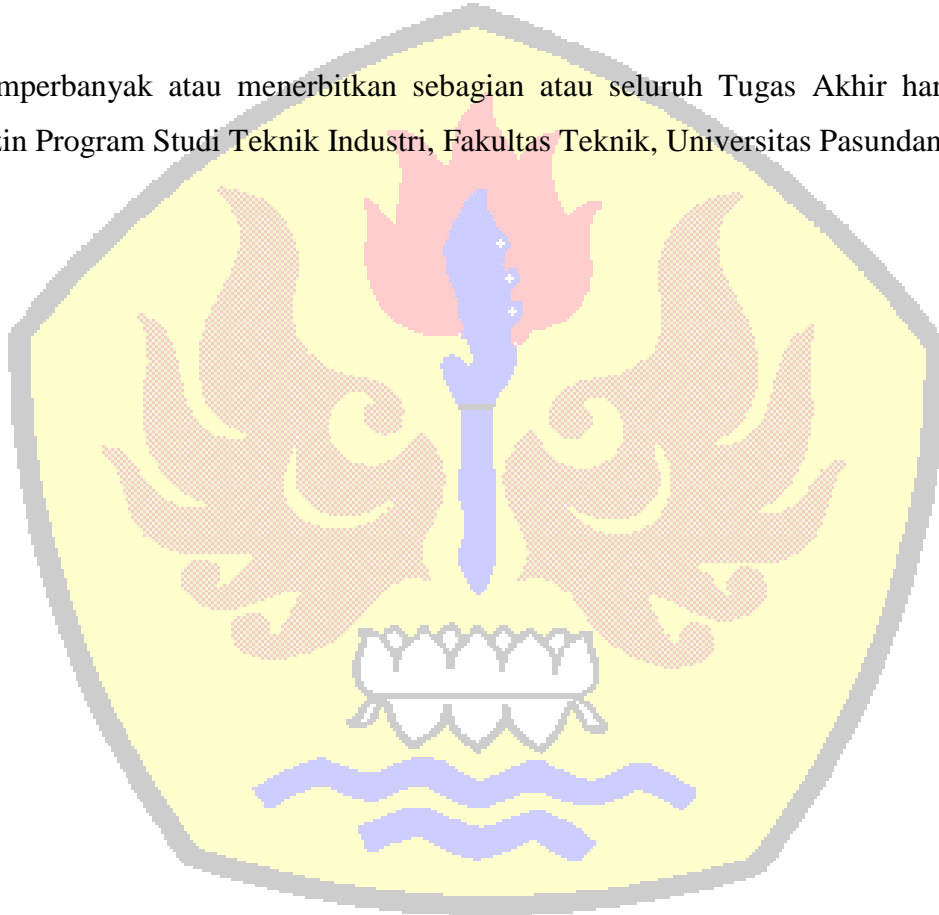


Ir. Toto Ramadhan, MT

PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir Sarjana yang tidak dipublikasikan terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Pasundan, dan terbuka untuk umum dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada pengarang dengan mengikuti aturan HaKI yang berlaku di Universitas Pasundan. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau peringkasan hanya dapat dilakukan seizin pengarang dan harus disertai dengan kebiasaan ilmiah untuk menyebutkan sumbernya.

Memperbanyak atau menerbitkan sebagian atau seluruh Tugas Akhir haruslah seizin Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pasundan.



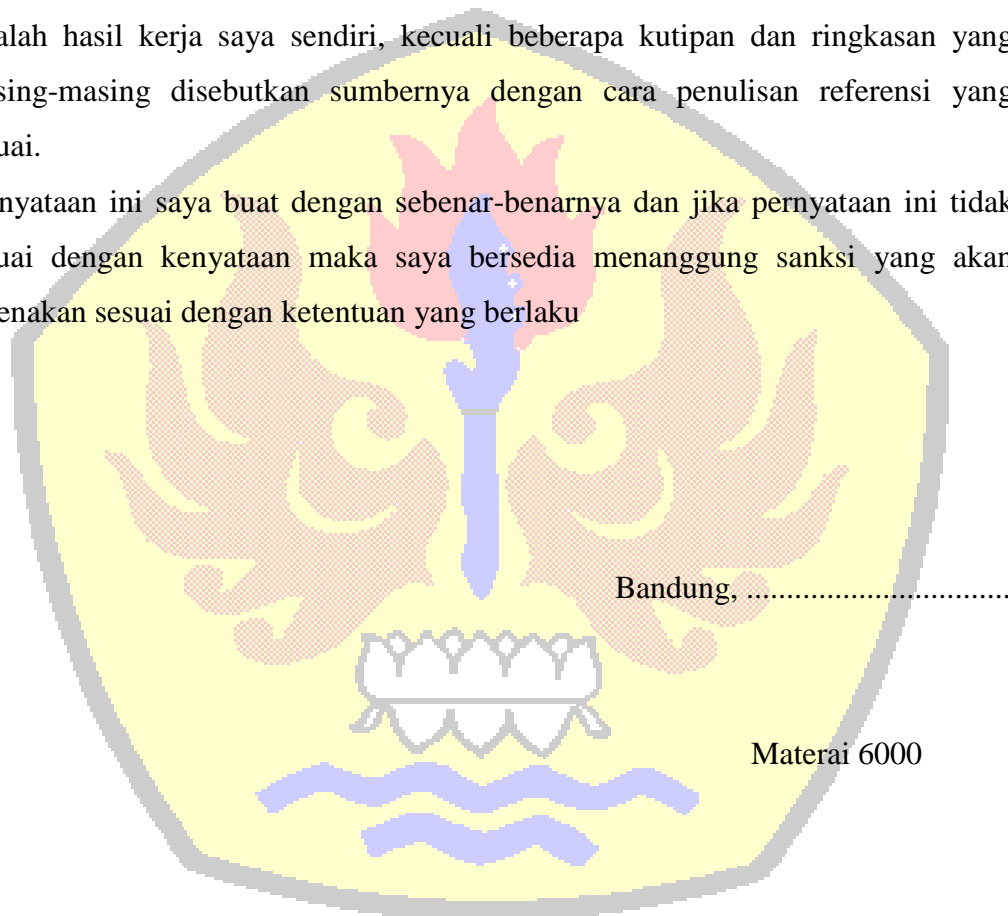
PERNYATAAN

Dengan ini Saya menyatakan bahwa Judul Tugas Akhir :

USULAN PERANCANGAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA IKM BAROKAH DI KOTA BANDUNG

Adalah hasil kerja saya sendiri, kecuali beberapa kutipan dan ringkasan yang masing-masing disebutkan sumbernya dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan sesuai dengan ketentuan yang berlaku



Ikhsan Periana
NRP : 123010152

KATA PENGANTAR

Assalammu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat, karunia serta hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir. Laporan tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi persyaratan siding sarjana di program studi Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung dengan judul **“Usulan Perancangan *Business Model Canvas* Pada IKM Barokah di Kota Bandung”**.

Dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini, tidak sedikit hambatan dan kesulitan yang dihadapi penulis, namun dengan izin Allah SWT dan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak akhirnya laporan ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

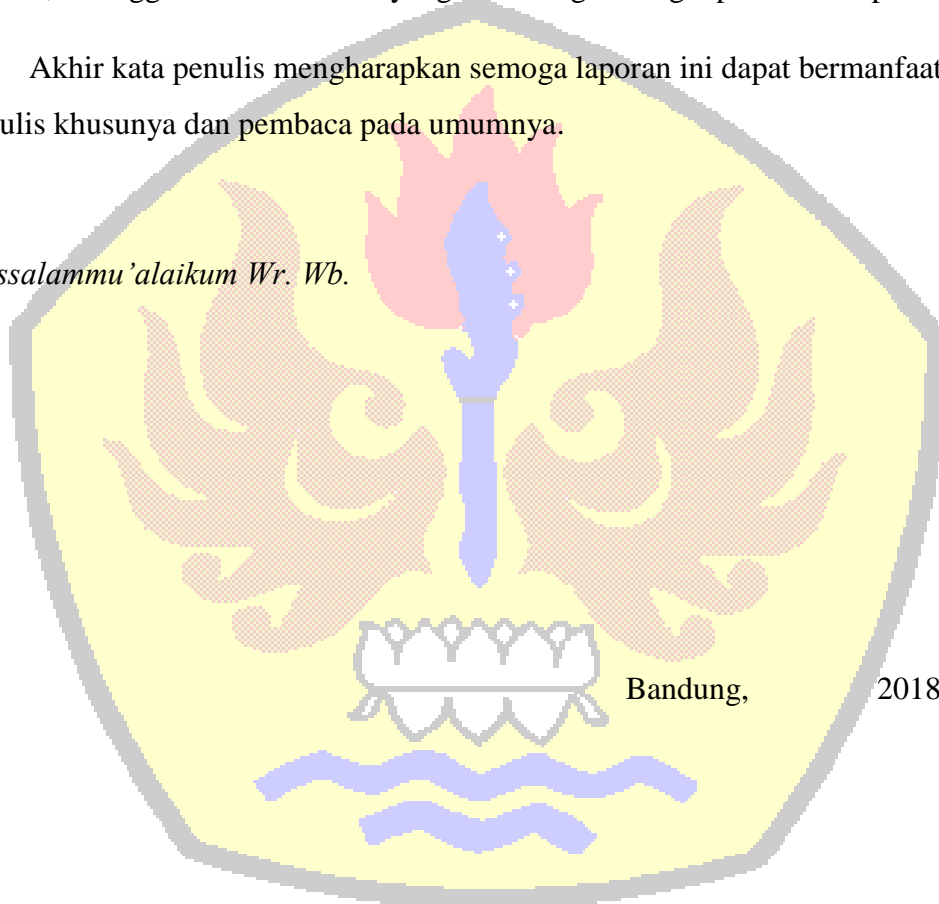
1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah, dan inayah-Nya kepada penulis sehingga penyusunan laporan ini dapat terselesaikan.
2. Nabi Muhammad saw yang menjadi panutan dan suri tauladan bagi penulis dalam penyusunan laporan ini.
3. Ayah, Ibu dan keluarga yang selalu memberikan *support* kepada penulis.
4. Ibu Ir. Dedeh Kurniasih, MT selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dalam memberikan bimbingan, pengarahan, motivasi dan saran, serta selalu bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk membantu penulis dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
5. Bapak Ir. Edi Gunadi, MT selaku dosen penelaah yang telah banyak membantu dalam menjalankan tugas akhir ini.
6. Bapak DR. Yogi Yogaswara, Ir., MT selaku koordinator tugas akhir program studi Teknik Industri Universitas Pasundan Bandung.
7. Pemilik IKM barokah , terima kasih atas bantuannya selama melakukan penelitian tugas akhir ini.

8. Sahabat – sahabat sehati dan seperjuangan yang sudah membantu dan memotivasi.
9. Teman - teman Teknik Industri angkatan 2012 Universitas Pasundan yang membantu dalam mengerjakan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa penyusunan laporan ini masih banyak kekurangan. Hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan yang dimiliki penulis, sehingga saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca pada umumnya.

Wassalammu 'alaikum Wr. Wb.



Ikhsan Periana
(NIM.12.010152)

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG.....	xiv

Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Perumusan Masalah	I-4
I.3 Tujuan Pemecahan Masalah	I-4
I.4 Manfaat Pemecahan Masalah	I-5
I.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi.....	I-5
I.6 Lokasi Penelitian	I-5
I.7 Sistematika Penulisan	I-6

Bab II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

II.1 Model Bisnis	II-1
II.2 <i>Business Model Canvas</i>	II-5
II.2.1 <i>Customer Segments</i>	II-6
II.2.2 <i>Value Proposition</i>	II-8
II.2.3 <i>Channels</i>	II-12
II.2.4 <i>Customer Relationships</i>	II-14
II.2.5 <i>Revenue Streams</i>	II-15

II.2.6 <i>Key Resources</i>	II-16
II.2.7 <i>Key Activities</i>	II-17
II.2.8 <i>Key Partnerships</i>	II-18
II.2.9 <i>Cost Structure</i>	II-19
II.3 Analisis SWOT	II-20

Bab III Usulan Pemecahan Masalah

III.1 Usulan Pemecahan Masalah	III-1
III.2 Langkah-Langkah Pemecahan Masalah	III-3
III.2.1 Observasi Lapangan.....	III-3
III.2.2 Perumusan Masalah	III-3
III.2.3 Tujuan Pemecahan Masalah	III-3
III.2.4 Pembatasan Masalah dan Asumsi	III-4
III.2.5 Studi Litelatur	III-4
III.2.6 Pengumpulan Data	III-4
III.2.7 Pengumpulan Data untuk Model Bisnis IKM Barokah	III-5
III.2.8 Pengolahan data Business model Canvas IKM Barokah	III-8
III.3 Analisis dan Pembahasan.....	III-11
III.4 Kesimpulan dan Saran	III-11

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

IV.1 Pengumpulan Data.....	IV-1
IV.1.1 Produk yang Dihasilkan.....	IV-1
IV.1.2 Proses Produksi.....	IV-3
IV.1.3 <i>Customer Segment</i> (Segmentasi Konsumen).....	IV-5
IV.1.4 <i>Value Propositions</i> (Proposisi Nilai).....	IV-7
IV.1.5 <i>Channels</i> (Saluran)	IV-10
IV.1.6 <i>Customer Relationships</i> (Hubungan Konsumen)	IV-11
IV.1.7 <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan)	IV-12
IV.1.8 <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)	IV-13
IV.1.9 <i>Key Resources</i> (Sumber Daya)	IV-14

IV.1.10 <i>Key Partnerships</i> (Kemitraan Utama)	IV-18
IV.1.11 <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	IV-19
IV.2 Pengolahan Data	IV-21
IV.2.1 Merancang Kerangka Kerja <i>Business Model Canvas</i>	IV-21
IV.2. 2 Analisis SWOT Business model Canvas IKM Barokah	IV-24

Bab V Analisis dan Pembahasan

V.1 Analisis Kapasitas Produksi <i>Business Model Canvas</i> IKM Barokah ...	V-1
V.2 Analisis Perancangan <i>Business Model Canvas</i> IKM Barokah	V-4

Bab VI Kesimpulan dan Saran

VI.1 Kesimpulan	VI-1
VI.2 Saran	VI-1

DAFTAR PUSTAKA



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Wawancara

Lampiran Dokumentasi



DAFTAR GAMBAR DAN ILUSTRASI

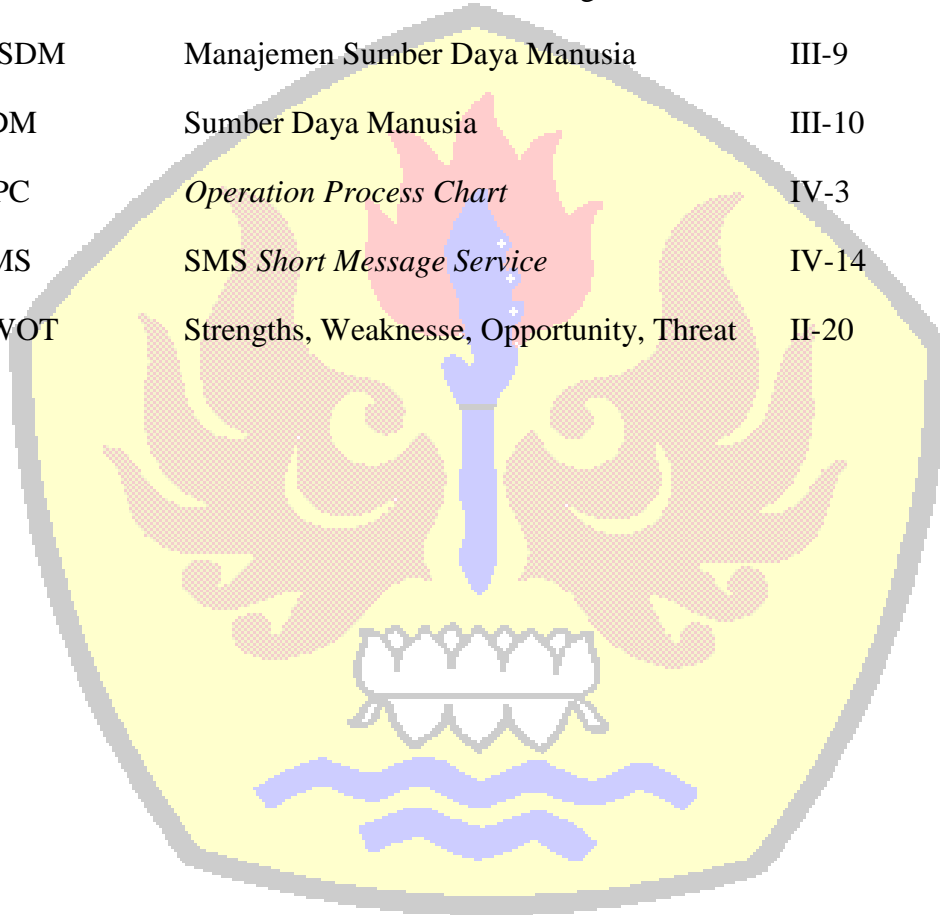
Gambar I.3 Grafik Penjualan IKM Barokah pada bulan Juli - September	I-3
Gambar II.1 Lapisan Bisnis	II-3
Gambar II.2 Rantai Nilai Generik	II-9
Gambar III.1 <i>Flowchart</i> Pemecahan Masalah	III-2
Gambar III.2 Sembilan blok <i>Business Model Canvas</i>	III-8
Gambar IV.1 Jenis dan ukuran Tempe IKM Barokah	IV-2
Gambar IV.2 OPC tempe IKM Barokah	IV-3
Gambar IV.3 <i>Customer segment</i> IKM Barokah	IV-5
Gambar IV.4 Contoh terkait harga pasar tempe di Kota Bandung	IV-9
Gambar IV.5 Layout perusahaan IKM Barokah	IV-14
Gambar IV.6 Mesin produksi tempe	IV-15
Gambar IV.7 Tong besar tempat merendam	IV-15
Gambar IV.8 Alat pengukus	IV-16
Gambar IV.9 Alat timbangan	IV-16
Gambar IV.10 Alat cetak tempe kemasan	IV-17
Gambar IV.11 Alat penyimpan tempe	IV-17
Gambar IV.12 Rantai pasok IKM Barokah	IV-18
Gambar IV.13 <i>Business Model Canvas</i> IKM Barokah	IV-23
Gambar IV.14 Diagram Matriks SWOT	IV-26

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Data Penjualan Tempe IKM Barokah pada bulan Juli - September.....	I-3
Tabel III.1 Variabel Operasional dalam <i>Business Model Canvas</i>	III-6
Tabel IV.1 <i>Revenue Streams</i> di IKM Barokah.....	IV-12
Tabel IV.2 Biaya <i>Fixed Cost</i> IKM Barokah	IV-19
Tabel IV.3 Biaya <i>Variable Cost</i> IKM Barokah	IV-20
Tabel IV.4 <i>Cost Structure</i> IKM Barokah.....	IV-20
Tabel IV.5 Strategi Internal.....	IV-24
Tabel IV.6 Strategi Eksternal	IV-24
Tabel IV. 7 Alternatif Strategi IKM Barokah	IV-25
Tabel V.1 Kapasitas Produksi tempe IKM Barokah.....	V-1
Tabel V.2 Estimasi kebutuhan kapasitas masa depan.....	V-2
Tabel V.3 Evaluasi kapasitas saat ini (<i>existing</i>).....	V-2
Tabel V.4 Biaya pengeluaran peningkatan kapasitas produksi.....	V-3

DAFTAR SINGKATAN DAN LAMBANG

SINGKATAN	Nama	Pemakaian pertama kali pada halaman
IKM	Industri Kecil dan Menengah	I-1
UMKM	Usaha Mikro Kecil dan Menengah	I-1
MSDM	Manajemen Sumber Daya Manusia	III-9
SDM	Sumber Daya Manusia	III-10
OPC	<i>Operation Process Chart</i>	IV-3
SMS	<i>SMS Short Message Service</i>	IV-14
SWOT	Strengths, Weaknesse, Opportunity, Threat	II-20



Bab I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan industri membawa pengaruh yang sangat besar terhadap perkembangan perekonomian Indonesia, industri juga memegang peranan yang menentukan dalam perkembangan perekonomian sehingga benar-benar perlu didukung dan diupayakan perkembangannya. Hal tersebut kembali dipertegas dalam Undang - Undang Perindustrian (UU NO.5 Th. 1984) yang menyatakan bahwa untuk mencapai sasaran pembangunan di bidang ekonomi dalam pembangunan nasional, industri memegang peranan penting dan perlu lebih dikembangkan secara seimbang dan terpadu dengan meningkatkan peran masyarakat secara aktif serta mendayagunakan secara optimal seluruh sumber daya alam, manusia, dan dana yang tersedia. Maka dari itu timbul kesadaran akan pentingnya peningkatan dan kemandirian dan daya saing sebuah usaha yang sedang dijalankan agar dapat berkembang, baik industri besar, menengah, atau kecil.

IKM (Industri Kecil dan Menengah) merupakan bagian dari sistem perekonomian yang dapat menyerap tenaga kerja hampir mencapai setengah dari total penduduk Indonesia. IKM merupakan usaha yang melakukan proses pengolahan barang mentah menjadi barang jadi atau barang setengah jadi menjadi barang jadi, berbeda dengan UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang berarti semua usaha produktif baik itu merupakan usaha industri yang melakukan usaha pengolahan bahan baku atau usaha yang melakukan penjualan jasa ataupun produk. IKM juga dianggap sebagai bagian dari ekonomi rakyat yang mampu membangun perekonomian negara, maka dari itu IKM adalah agen-agen perubahan yang mampu memajukan masyarakat dan dapat membawa inovasi dengan perubahan secara terus-menerus, serta dapat meningkatkan kreativitas (Dhewanto, 2015:165).

IKM di Indonesia memegang peranan sentral dan strategis dalam pembangunan ekonomi kerakyatan dan penyerapan tenaga kerja yang cukup besar. Tetapi pada kenyataannya permasalahan-permasalahan yang dihadapi IKM masih begitu banyak, diantaranya yaitu permasalahan teknologi, permodalan, manajemen, pemasaran, kesulitan dalam mengakses kredit perbankan komersial dan masalah lingkungan. Dari permasalahan yang begitu kompleks tersebut, berakibat pada kinerja IKM yang masih banyak kekurangan bila dibandingkan dengan kinerja industri besar. Oleh karena itu, untuk dapat membuat suatu IKM agar bisa berkembang dan dapat dikelola dengan baik, maka dibutuhkan strategi bisnis yang mudah dijalankan serta dapat membantu dalam pengembangan IKM.

IKM Barokah merupakan suatu usaha keluarga yang sudah dibangun dan dijalankan sejak tahun 90-an. Usaha ini memproduksi tempe dengan berbagai macam jenis, terdapat beberapa jenis tempe yang diproduksi oleh IKM Barokah diantaranya yaitu 2 jenis tempe yang dikemas menggunakan daun dengan ukuran cetak daun besar 9 ons dan cetak daun kecil 6 ons, dan 5 jenis tempe yang dikemas menggunakan plastik diantaranya yaitu kantung plastik 1 kg, kantung plastik 9 ons, kantung plastik 8 ons, kantung plastik 6 ons dan cetak plastik kecil 6 ons. Jumlah produksi paling banyak yang dilakukan IKM Barokah yaitu 120 bungkus tempe perhari, apabila tempe yang diproduksi tidak terjual semua dalam satu hari maka tempe akan dijual kembali atau dikonsumsi apabila tempe masih layak untuk dikonsumsi, karena tempe hanya dapat bertahan selama 2 hari. Permasalahan yang dihadapi IKM Barokah dalam menjalankan usahanya yaitu lemahnya jaringan usaha dan penetrasi pasar, kurangnya permodalan dan terbatasnya akses pembiayaan, kurangnya saluran dalam menjangkau konsumen, sulit dalam mendapatkan pemasok bahan baku, dan tingkat penjualan yang tidak stabil. Berikut adalah data penjualan IKM Barokah pada bulan Juli sampai September tahun 2017 :

Tabel I.1 Data Penjualan Tempe IKM Barokah pada bulan Juli sampai September tahun 2017

Tanggal	Penjualan (Bungkus)	Selisih (Bungkus)
01-07 Juli 2017	753	87
08-15 Juli 2017	861	99
16-23 Juli 2017	837	123
24-31 Juli 2017	892	68
01-07 Agustus 2017	743	97
08-15 Agustus 2017	861	99
16-23 Agustus 2017	852	108
24-31 Agustus 2017	872	88
01-07 September 2017	775	65
08-15 September 2017	749	91
15-22 September 2017	878	82
23-30 September 2017	856	104

Berdasarkan hasil penjualan pada bulan Juli sampai September bisa dilihat bahwa dalam 3 bulan terakhir penjualan tempe di IKM Barokah setiap minggunya mengalami ketidakstabilan dalam penjualan. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 1.1 berikut yang menunjukkan grafik penjualan tempe di IKM Barokah perminggu pada bulan Juli 2017 sampai September 2017 :



Gambar I.3 Grafik Penjualan tempe IKM Barokah pada bulan Juli sampai September tahun 2017

Penerapan dan implementasi model bisnis yang tepat dalam suatu perusahaan dapat memberikan beberapa manfaat yang memiliki peran dalam meningkatkan laba serta daya saing perusahaan, dengan melakukan evaluasi dan perubahan terhadap model bisnis yang tepat, perusahaan dapat meningkatkan keuntungan melalui poin-poin bisnis dan ide-ide baru yang dapat menjadi suatu keuntungan bagi perusahaan agar perusahaan dapat menghadapi masalah-masalah yang sering dialami ketika menjalankan suatu usaha dan untuk dapat bersaing dengan perusahaan yang lainnya. *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. *Business Model Canvas* juga membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* perusahaan, serta bagaimana membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* dalam menciptakan *value proposition* dan mendapatkan *revenue streams*, memahami bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen. Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “**Usulan Perancangan *Business Model Canvas* Pada IKM Barokah di Kota Bandung**”.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

Bagaimana membuat perancangan model bisnis IKM Tempe Barokah menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Pemecahan Masalah

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui perancangan *Business Model Canvas* dalam menciptakan alternatif model bisnis pada IKM Barokah.

I.4 Manfaat Pemecahan Masalah

Hasil pemecahan masalah ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Dapat digunakan sebagai dasar pengambilan keputusan dalam menentukan strategi bisnis yang tepat untuk mengembangkan usaha dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Membantu IKM Barokah dalam mengevaluasi model bisnis yang saat ini telah dijalankan.

I.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Untuk menjaga agar penelitian ini agar lebih fokus dan terarah, maka perlu adanya pembatasan masalah. Oleh sebab itu pembahasan akan dibatasi sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di IKM Barokah
2. Penelitian dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis model bisnis IKM Barokah menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.
3. Penelitian dilakukan hanya untuk usulan perbaikan model bisnis tidak sampai tahap implementasi.
4. Penelitian dilakukan tidak sampai tahap finansial dan studi kelayakan.

Asumsi Penelitian dalam laporan ini sebagai berikut :

1. Data yang dikumpulkan dari perusahaan dianggap benar.
2. Data penjualan produk tempe pada bulan Juli sampai September tahun 2017.
3. Konsumen adalah dari semua kalangan.

I.6 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di IKM Barokah yang bertempat di Jalan Padasuka Gang Babakan Cihapit 5, RT. 03 RW. 06 No. 61, Kelurahan Pasirlayung, Kecamatan Cibeunying Kidul, Bandung, Jawa Barat.

I.7 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan laporan ini meliputi :

BAB I Pendahuluan

IKM Barokah merupakan perusahaan yang memproduksi tempe, dalam menjalankan usahanya IKM Barokah tidak lepas dari permasalahan yang dihadapi dan dapat dilihat dari hasil penjualan yang tidak stabil pada bulan Juli sampai September.

Atas hal tersebut peneliti bertujuan untuk membuat model bisnis menggunakan pendekatan *Bussines Model Canvas* untuk memberikan usulan model bisnis pada IKM Barokah agar dapat dijadikan bahan dalam pengambilan keputusan untuk menjalankan usahanya dan diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi oleh IKM Barokah.

BAB II Tinjauan Pustaka dan Landasan Teori

Didasarkan atas penelitian yang dilakukan di IKM Barokah, maka didalam landasan teori ini berisikan teori yang digunakan sebagai acuan guna menyelesaikan permasalahan yang ada di IKM Barokah. Adapun teori yang berhungan yaitu tentang Model Bisnis dan *Bussines Model Canvas*.

BAB III Usulan Pemecahan Masalah

Pada bab ini berisikan usulan dalam pemecahan masalah yang dihadapi IKM Barokah serta langkah-langkah dalam merancang Model Bisnis menggunakan pendekatan *Bussines Model Canvas* yang kemudian digunakan pada objek penelitian.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab pengumpulan dan pengolahan data berisi mengenai profil perusahaan, sejarah perusahaan, pengumpulan dan pengolahan data untuk merancang model bisnis menggunakan pendekatan *Bussines Model Canvas* serta mengisi 9 blok *Bussines Model Canvas* yaitu *Customer Segment*, *Value*

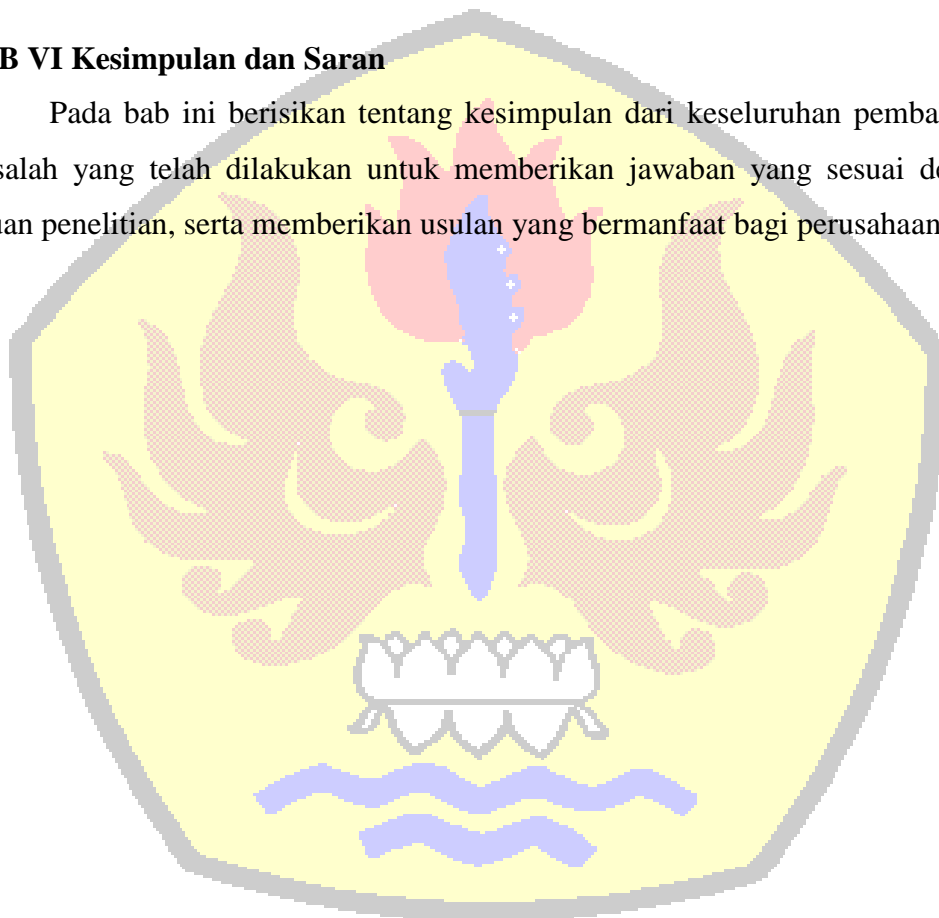
Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resource, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure.

BAB V Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas analisis dari hasil pengolahan data dan model bisnis yang sudah dibuat, serta pembahasan dari pemecahan masalah yang telah dilakukan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari keseluruhan pembahasan masalah yang telah dilakukan untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan tujuan penelitian, serta memberikan usulan yang bermanfaat bagi perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Bhagus K. (2016) : *Penggunaan Business Model Canvas sebagai alternative strategi bisnis*. UKM Peternakan Ayam Kalkun Mitra Alami, Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- David A. (2016) : *Analisis Model Bisnis pada bisnis sepatu GUTEN.INC menggunakan Model Bisnis Kanvas*. Telkom University, Bandung.
- Dwi P. (2016) : *Penerapan Business Model Canvas untuk menciptakan alternative strategi bisnis di dalam pengembangan kegiatan usaha mikro kecil dan menengah*. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Eldho Restu M. (2016) : *Penerapan Model Bisnis dan Strategi Alternatif Berdasarkan Business Model Canvas*, UKM RadjaPromosi. Universitas Lampung, Bandar Lampung.
- Giesen et al, (2010) : Elemen Model Bisnis.
- Kodrat, (2009) : Manajemen Eksekusi Bisnis.
- Kotler, (2015) : Manajemen Pemasaran.
- Makinen, dan Seppanen, (2007) : Inti dari konsep model bisnis.
- Osterwalder, dan figner, (2012) : Business Model Generation.
- Rangkuti, (1997) : analisis SWOT.
- Yunus. (2017) <http://kangyunus.web.id/2017/01/business-model-generation-pola-model-bisnis-platform-bersisi-banyak-free-dan-model-bisnis-terbuka/>, (diturunkan/diunduh) pada 19 oktober 2017.
- Zott, dan Amit, (2003) : Konsep Model Bisnis.
- Zulham Husein S. (2016) : *Analisis Bisnis Model dengan Pendekatan Business Model Canvas terhadap usaha mikro agribisnis*. Keramat Bey Berry Ciwidey. Telkom University, Bandung.