

FIRMAN ARIEF SOEJANA NIM. 16.03.3.1.1.00036. Strategi Peningkatan Keberlanjutan Industri Wingko Klapa Muda Babat Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Bmc). Dibawah bimbingan **Khoirul Hidayat, ST., MT dan Dr. Moh. Fuad FM. S.TP., M.Si**

ABSTRAK

Wingko merupakan jajanan khas yang berasal dari Babat Kabupaten Lamongan yang di produksi oleh UMKM Klapa Muda. Persaingan yang terjadi membuat produksi tidak stabil, bahkan mengalami penurunan. UMKM Klapa Muda saat ini harus cepat berkembang, karena kompetitor yang menjual produk serupa sudah tidak sedikit lagi. Dalam penelitian ini menggunakan pengembangan *Business Model Canvas* yang di bantu menggunakan matriks *Internal factor Evaluation*, *Eksternal Factor Evaluation*, *Internal-Eksternal*, analisa matriks *SWOT*, dan analisa *QSPM* (*Quantitative Strategic Planning Matriks*). Untuk tahap pembobotan 5 prioritas strategi yang digunakan untuk penetrasi pasar dan pengembangan produk dengan mengaplikasikan konsep *Business Model Canvas* (BMC) untuk strategi UMKM Klapa Muda Babat yaitu 1) *Customer Relationship* Meningkatkan kegiatan promosi dengan nilai 2,401, 2) *Customer Segments* menjalin loyalitas pelanggan dengan nilai 2,386, 3) *Value Proposition* menjamin kualitas produksi dan meningkatkan produk dengan nilai 2,24, 4) *Channels* menjalin hubungan dengan pemerintah dengan nilai 2,015, 5) *Key Resources* Pengembangan teknologi mesin dan peralatan dengan nilai 1,308.

Kata Kunci : *Business Model Canvas, SWOT, Wingko Babat.*

FIRMAN ARIEF SOEJANA NIM. 16.03.3.1.1.00036. *Wingko Industry Sustainability Improvement Strategy Klapa Muda Babat with Business Model Canvas (Bmc) Approach. Under the guidance of Khoirul Hidayat, ST., MT dan Dr. Moh. Fuad FM. S.TP., M.Si*

ABSTRACT

Wingko is one of Indonesian Snack from Babat of Lamongan Regency which is produced by UMKM Klapa Muda. Compete makes the production unstable, even decreased. Right now UMKM Klapa Muda must develop rapidly, because there are already many competitors selling similar products. In this study using the Business Model Canvas Development that is assisted using the Internal factor Evaluation matrix, External Factor Evaluation, Internal-External, SWOT matrix analysis, and QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks) analysis. For the weighting stage, 5th priority strategies used for market penetration and product development by applying Business Model Canvas (BMC) concept to UMKM Klapa Muda Babat strategy, it is 1) Customer Relationship Increasing promote activities with a value of 2,401, 2) Customer Segments establish customer loyalty with a value of 2,386, 3) Value Proposition guarantees production quality and mproves products with a value of 2.24, 4) Channels has a relationship with the government with a value of 2,015, 5) Key Resources Development of machine and equipment technology with a value of 1,308.

Keywords : *Business Model Canvas, SWOT, Wingko Babat.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	v
RIWAYAT HIDUP	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	3
II. TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1 Wingko.....	4
2.2 Manajemen Strategi	4
2.3 Business Model Canvas (BMC).....	6
2.4 Penelitian Terdahulu	7
III. METODE PENELITIAN.....	10
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian	10
3.2 Tahapan Penelitian.....	10
3.3 Sumber Data.....	11
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	11
3.5 Tahapan Pelaksanaan	12
3.5.1 Tahapan Penelitian Awal	12
3.5.2 Tahapan Pengolahan dan Analisis Data	12
3.5.3 Tahapan Pembahasan.....	17
3.5.4 Tahapan kesimpulan	17
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN	18

4.1. Profil Perusahaan	18
4.2 Business Model Canvas UMKM Klapa Muda	18
4.3 Faktor Internal.....	20
4.4 Faktor Eksternal	22
4.5 Analisis Matrik IFE & EFE	23
4.6 Analisis Matrik Internal-Eksternal (IE)	27
4.7 Analisis Matriks SWOT.....	28
4.8 Analisis QSPM (Quantitative Strategic Planning Matriks)	31
4.9 Pengembangan Business Model Canvas (BMC)	34
V. PENUTUP.....	37
5.1 Kesimpulan	37
5.2 Saran	37
DAFTAR PUSTAKA	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Matrik <i>Strength, Weakness, Opportunities, Threats</i>	14
Tabel 4.1 Perhitungan <i>Internal Factor Evaluation</i> (IFE) dan <i>Eksternal Factor Evaluation</i> (EFE).....	24
Tabel 4.2 Analisis Matrik IE	27
Tabel 4.3 Hasil analisis matriks QSPM.....	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Blok Bangunan <i>Business Model Canvas</i>	6
Gambar 3. 1 Diagram Alir Tahapan Penelitian.....	10
Gambar 4. 1 Bangunan <i>Business Model Canvas</i> UMKM Klapa Muda.....	20
Gambar 4. 2 Hasil Analisis SWOT	29
Gambar 4. 3 Pengembangan <i>Business Model Canvas</i> UMKM Klapa Muda	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jumlah Umkm Wingko Kabupaten Lamongan	40
Lampiran 2. Penjualan UMKM Klapa Muda.....	41
Lampiran 3. Kuisisioner IFE kekuatan dan kelemahan UMKM Klapa Muda	43
Lampiran 4. Kuisisioner EFE peluang dan ancaman UMKM Klapa Muda	46
Lampiran 5. Kuisisioner Analisis Pembobotan Dan Rating IFE	48
Lampiran 6. Kuisisioner Analisis Pembobotan Dan Rating EFE	52
Lampiran 7. Analisis Matriks SWOT	53
Lampiran 8. Hasil Matriks QSPM	55
Lampiran 9. Dokumentasi.....	59