

SIVAUN BAGUS ARDIANSYAH. NPM 200331100084. Strategi Pengembangan dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) pada UMKM Harummanis Bang Toyib di Desa Kesambi Lamongan. Dibawah bimbingan Khoirul Hidayat, S.T., M.T dan Dr. Moh. Fuad Fauzul M., S.TP., M.Si.

ABSTRAK

UMKM Harummanis Bang Toyib merupakan salah satu UMKM yang berada di Kabupaten Lamongan yang terletak di Desa Kesambi dan berdiri pada tahun 2012 dengan pemilik bernama oleh Bapak Abdul Mutholib. Masyarakat Desa Kesambi mulai memproduksi jajanan harummanis sejak tahun 1990-an. Harummanis terbuat dari 100% gula alami yang merupakan jajanan tradisional yang banyak disukai oleh berbagai kalangan dari anak-anak hingga orang dewasa. Produk Harummanis Bang Toyib memiliki beberapa keunggulan seperti tidak memakai bahan pengawet, penyedap rasa, memiliki daya pertahanan kadaluwarsa yang lebih lama, memakai pewarna makanan, gula alami yang berkualitas. Namun dengan banyaknya produsen harummanis di Desa Kesambi dan UMKM sejenis di wilayah luar Desa Kesambi menimbulkan persaingan usaha untuk mengambil peluang pasar. Ditambah saat ini, terdapat beberapa permasalahan dari faktor internal ataupun faktor eksternal yang dihadapi oleh UMKM Harummanis Bang Toyib. Metode yang digunakan yaitu pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang dibantu menggunakan Matriks Evaluasi Faktor Internal, Evaluasi Faktor Eksternal, Analisis Matriks Internal-Eksternal, Analisis SWOT, dan QSPM. Hasil penelitian ini didapatkan 6 blok pengembangan yaitu *Cutomer segments*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Key Activities*, dan *Key Partnerships* pada *Business Model Canvas* (BMC) untuk strategi alternatif prioritas utama untuk pengembangan UMKM harummanis Bang Toyib yaitu Kerjasama dengan koperasi untuk pemasok bahan baku dengan nilai 4,449 dikombinasikan dengan meningkatkan kualitas produk, penetrasi pasar, dan pengembangan pasar.

Kata Kunci : *Busines Model Canvas* (BMC), Harummanis, Kesambi, Strategi Pengembangan, SWOT

SIVAUN BAGUS ARDIANSYAH. NPM 200331100084. *Development Strategy using the Business Model Canvas (BMC) and SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) Approach at Harummanis Bang Toyib MSMEs in Kesambi Lamongan Village. Under the guidance of Khoirul Hidayat, S.T., M.T and Dr.Moh. Fuad Fauzul M., S.TP., M.Si.*

ABSTRACT

Harummanis Bang Toyib MSME is one of the MSMEs in Lamongan Regency, located in Kesambi Village and was founded in 2012 with the owner named Mr. Abdul Mutholib. The people of Kesambi Village started producing fragrant sweet snacks since the 1990s. Harummanis is made from 100% natural sugar which is a traditional snack that is liked by various groups from children to adults. Harummanis Bang Toyib products have several advantages, such as not using preservatives, flavoring, having a longer shelf life, using food coloring and quality natural sugar. However, with the large number of fragrant sweet producers in Kesambi Village and similar MSMEs in areas outside Kesambi Village, this creates business competition to take advantage of market opportunities. In addition, currently, there are several problems from internal and external factors faced by Harummanis Bang Toyib MSMEs. The method used is the Business Model Canvas (BMC) approach which is assisted by using the Internal Factor Evaluation Matrix, External Factor Evaluation, Internal-External Matrix Analysis, SWOT Analysis, and QSPM. The results of this research obtained 6 development blocks, namely Customer segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Key Activities, and Key Partnerships on the Business Model Canvas (BMC) for the main priority alternative strategy for the development of Bang Toyib's aromamanis MSMEs, namely Collaboration with cooperatives for material suppliers standard with a value of 4,449 combined with improving product quality, market penetration and market development.

Keywords: *Business Model Canvas (BMC), Harummanis, Kesambi, Development Strategy, SWOT*