

Mila Rosanti. NIM. 150321100038. Strategi Bisnis Industri Kerajinan Tempurung Kelapa Marlean di Kabupaten Blitar. Dibawah Bimbingan Dr. Mardiyah Hayati, SP., MP.

ABSTRAK

IKM Marlean merupakan IKM yang memproduksi tas berbahan baku tempurung kelapa. IKM ini sudah mampu menembus pasar Nasional dan Internasional akan tetapi masih mengalami beberapa kendala yaitu tenaga kerja yang minim, Kurangnya jumlah sumberdaya manusia, kurangnya promosi, pemasaran yang sering terkendala, produksi tidak mampu berskala besar, teknologi masih sederhana dan produksi yang belum mampu memenuhi permintaan pasar sehingga perlu adanya strategi bisnis bagi IKM Marlean. Tujuan dari Penelitian ini adalah Mengetahui Bisnis Model Kanvas pada IKM Marlean dan mengetahui strategi pengembangan IKM Marlean di Desa Wonodadi Kecamatan Wonodadi Kabupaten Blitar. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Businnes Model Canvas (BMC), matriks IFE dan EFE, diagram swot dan matriks SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa model bisnis yang diterapkan oleh IKM Marlean adalah dengan memadukan 9 blok elemen yang dipakai oleh IKM Marlean terdiri dari value propositions, customer segment, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, cost structure. Sedangkan berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa IKM Marlean berada pada kuadran 1, karena faktor kekuatan dan peluang lebih dominan. Strategi yang diterapkan adalah strategi pertumbuhan agresif (SO) dengan cara memperluas pemasaran di lingkungan Nasional maupun Internasional dengan memanfaatkan media sosial secara lebih efektif, menambah desain sesuai dengan perkembangan gaya hidup masyarakat dengan memanfaatkan bahan baku yang melimpah dan memanfaatkan dukungan pemerintah setempat dalam bentuk bantuan modal/ mesin guna mengembangkan dan meningkatkan produktifitas IKM.

Kata kunci : Tempurung Kelapa, IKM, BMC, analisis SWOT

ABSTRACT

Marlean IKM is an IKM that produces bags made from coconut shell. These IKM have been able to penetrate the National and International markets but still experience several obstacles, namely minimal labor, lack of human resources, lack of promotion, often constrained marketing, large-scale incapable production, simple technology and production that has not been able to meet demand market. So there is a need for a business strategy for the Marlean IKM. The purpose of this study was to find out about the Canvas Model Business in Marlean IKM and find out the strategy for developing the IKM Marlean in Wonodadi Village, Wonodadi Sub-District, Blitar District. The method used in this study is Business Model Canvas (BMC), IFE and EFE matrices, swot diagrams and SWOT matrices. The results of the analysis show that the business model applied by the Marlean SMI is to combine 9 blocks of elements used by the IKM Marlean consisting of value propositions, customer segments, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, cost structures. While based on the SWOT analysis shows that the IKM Marlean is in quadrant 1, because the factors of strength and opportunity are more dominant. The strategy applied is the strategy of aggressive growth (SO) by expanding marketing in the National and International environment by utilizing social media more effectively, adding design according to the development of community lifestyles by utilizing abundant raw materials and utilizing local government support in the form of capital assistance / machine to develop and improve the productivity of IKM.

Keywords: Coconut Shell, IKM, BMC, SWOT analysis