

STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DAN ANALISIS SWOT UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS PADA HASANAH BAKERY LANGGA PAYUNG KABUPATEN LABUHAN BATU SELATAN

Siti Maysarah Siregar¹, Wirda Novarika AK², Mahrani Arfah³

Email: sitimaysarah690@gmail.com¹, wirda@ft.uisu.ac.id²,
mahrani.arfah@ft.uisu.ac.id³

Universitas Islam Sumatera Utara

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis Toko Hasanah Bakery, yang bergerak di bidang produksi roti dan kue di Langga Payung, Kabupaten Labuhan Batu Selatan, dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT. Permasalahan yang dihadapi toko ini adalah kelemahan internal yang menghambat kinerja, meskipun terdapat peluang eksternal yang signifikan. Selain masalah internal dan eksternal yang timbul ada salah satu lagi masalah yang muncul yaitu masa kadaluarsa roti yang tidak bisa terjual habis pada waktunya. Maka diperlukannya sebuah model strategi bisnis yang baik serta perlu adanya pembenahan dan juga kreatifitas dan inovasi dari manajemen Hasanah Bakery untuk mengalahkan para pesaingnya Metode penelitian mencakup pemetaan sembilan elemen BMC serta analisis SWOT untuk mengevaluasi posisi strategis perusahaan. Hasil analisis menunjukkan bahwa Toko Hasanah Bakery berada di Kuadran 2, yang berarti perusahaan memiliki kelemahan internal namun menghadapi peluang eksternal yang besar. Oleh karena itu, strategi yang disarankan adalah strategi Turn Around, yaitu memperbaiki kelemahan internal sambil memanfaatkan peluang eksternal yang ada untuk mendorong pertumbuhan bisnis. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa dengan perbaikan internal dan strategi yang tepat, Toko Hasanah Bakery dapat mencapai pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Business Model Canvas, SWOT, Strategi Turn Around.

***Abstract:** This study aims to analyze the business strategy of Toko Hasanah Bakery, which is engaged in the production of bread and cakes in Langga Payung, South Labuhan Batu Regency, using the Business Model Canvas (BMC) approach and SWOT analysis. The problems faced by this shop are internal weaknesses that hinder performance, even though there are significant external opportunities. In addition to the internal and external problems that arise, there is another problem that arises, namely the expiration date of bread that cannot be sold out on time. Therefore, a good business strategy model is needed and there needs to be improvement and also creativity and innovation from Hasanah Bakery management to beat its competitors. The research method includes mapping the nine BMC elements and a SWOT analysis to evaluate the company's strategic position. The results of the analysis show that Toko Hasanah Bakery is in Quadrant 2, which means that the company has internal weaknesses but faces great external opportunities. Therefore, the recommended strategy is the Turn Around strategy, which is to improve internal weaknesses while utilizing existing external opportunities to drive business growth. The conclusion of this study is that with internal improvements and the right strategy, Toko Hasanah Bakery can achieve sustainable growth.*

Keywords: Business Strategy, Business Model Canvas, SWOT, Turn Around Strategy.

PENDAHULUAN

Hasanah Bakery Merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dibidang makanan jenis roti dan kue kue yang memiliki pabrik pembuatan di langga payung

kecamatan sungai kanan kabupaten labuhan batu selatan. Hasanah Bakery Langga Payung mulai berdiri pada tahun 2018. Pada pemulaan toko roti dan kue Hasanah Bakery hanyalah sebuah usaha rumahaan menjual beberapa produk jajanan kue dan roti. Beberapa tahun kemudian, nama perusahaan makin berkembang dengan pesat. Semakin berkembangnya dunia bisnis dan banyaknya para pesaing yang mulai memasuki dunia bisnis toko kue dan roti saat ini terutama di kota Labuhan Batu Selatan, Hasanah Bakery berusaha terus mengembangkan produknya dan menciptakan inovasi- inovasi yang lainnya dengan tetap mempertahankan ciri khasnya sendiri. Selain itu diadakan pula perluasan perusahaan terutama untuk lokasi kerja dan serta dibukanya sebuah toko roti dan kue dengan desain yang modern dan nyaman.

Hasanah Bakery juga mempunyai permasalahan eksternal dan internal yang sering muncul. Permasalahan eksternal yang sering muncul diantaranya adalah laju inflasi yang meningkat, akan mempengaruhi harga bahan pokok makanan yang merupakan bahan baku dalam pembuatan roti. Permasalahan lain yang muncul adalah pendatang baru yang ingin membuka usaha toko kue sejenis, tingginya tingkat tawar-menawar konsumen dan tingginya tingkat persaingan yang tersebar di kota Labuhan Batu Selatan. Dominasi merek lain di luar Hasanah Bakery menunjukkan gejala belum kuatnya pengaruh merek Hasanah Bakery terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen Hasanah Bakery di masyarakat Labuhan Batu Selatan. Selain masalah internal dan eksternal yang timbul ada salah satu lagi masalah yang muncul yaitu masa kadaluarsa roti yang tidak bisa terjual habis pada waktunya. Permasalahan yang muncul di Hasanah Bakery, maka diperlukannya sebuah model strategi bisnis yang baik serta perlu adanya pembenahan dan juga kreatifitas dan inovasi dari manajemen Hasanah Bakery untuk mengalahkan para pesaingnya.

Peneliti menggunakan business model canvas (BMC) sebagai suatu alat untuk membantu Hasanah Bakery untuk melihat bagaimana model bisnis yang sedang dijalani saat ini atau inovasi model bisnis yang akan dijalani. Business Model Canvas adalah sebuah model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana bagaimana suatu organisasi memberikan dan menangkap nilai dari aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan uang. Selain itu, analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal yang mempengaruhi kinerja perusahaan Melalui BMC dan Analisis SWOT, Hasanah Bakery akan melihat bisnis secara garis besar namun setiap elemen yang terkait dengan bisnis akan terlihat lengkap dan rinci. Evaluasi terhadap masing-masing elemen akan memudahkan analisis terhadap apa yang dirasa kurang tepat, dan pada akhirnya perusahaan dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis.

METODE

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data yang diperoleh dari hasil kuesioner untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) pada toko roti Hasanah Bakery. Data dikumpulkan melalui beberapa metode: pertama, Wawancara dengan pemilik dan pegawai toko untuk mendapatkan informasi terkait Bisnis Model Canvas (BMC) dan faktor-faktor SWOT, Kedua Kuesioner yang diberikan kepada pelanggan dan pegawai untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan toko. Kuesioner ini menggunakan skala Likert 1-4 untuk mengukur tingkat harapan dan

kepuasan terhadap aspek tertentu dari perusahaan. Populasi dalam penelitian ini adalah penduduk di Kelurahan Langga Payung, yang berjumlah 13.022 jiwa. Setelah dilakukan perhitungan menggunakan rumus Slovin, sampel yang diambil sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan teknik statistik. Hasil dari kuesioner diolah untuk mengetahui validitas dan reliabilitas menggunakan software SPSS versi 25. Data diuji validitasnya dengan metode Pearson Correlation, dan reliabilitas diuji dengan Cronbach's Alpha untuk memastikan bahwa kuesioner dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data. Penyelaesaian yang diguinaikan pertama yaitu BMC, BMC Merupakan sebuah strategi dalam manajemen berupa visual chart yang terdiri dari 9 elemen. Strategi ini disusun dengan tujuan untuk menjabarkan ide dan konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual. Sederhananya, pengertian bisnis model canvas adalah kerangka manajemen untuk memudahkan dalam melihat gambaran ide bisnis dan realisasinya secara cepat. Business Model Canvas (BMC) adalah alat yang populer digunakan untuk mengembangkan dan memetakan model bisnis. BMC memungkinkan perusahaan untuk merancang, menguji, dan meningkatkan model bisnis mereka dengan cepat. Dalam konteks analisis data, BMC bisa digunakan sebagai kerangka kerja untuk mengolah data yang dikumpulkan, terutama dari survei, wawancara, atau observasi terkait komponen-komponen utama dalam BMC. Berikut adalah langkah-langkah untuk mengolah data menggunakan metode BMC.

- a. Customer Segments (Segmen Pelanggan)
- b. Value Propositions (Proposisi Nilai)
- c. Channels (Saluran)
- d. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)
- e. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)
- f. Key Resources (Sumber Daya Utama)
- g. Key Activities (Aktivitas Kunci)
- h. Key Partnerships (Kemitraan Kunci)
- i. Cost Structure (Struktur Biaya)

Kedua, Metode SWOT ialah akronim dari kekuatan (Strengths), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunities), dan ancaman (Threats). Analisa SWOT dilakukan dengan cara menganalisis dan memilah segala kemungkinan yang mempengaruhi keempat faktor tersebut dan tujuan dari analisa SWOT ialah menyatakan untuk menentukan strategi yang tepat berdasar pasar, Leonardo (2021). Selain itu analisa SWOT yang dikutip Hendrawan (2021) ialah proses evaluasi pada seluruh kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam individu maupun bisnis Analisis SWOT dapat diterapkan dengan berbagai cara dalam meningkatkan analisis dalam usaha penetapan strategi yang umumnya menggunakan panduan sistematis atau kerangka untuk membahas alternatif dasar pertimbangan perusahaan. Menurut Fajar (2020) setiap organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis, maka dari itu analisis SWOT dapat membantu organisasi dalam memperkecil kelemahan atau kerugian yang ada..

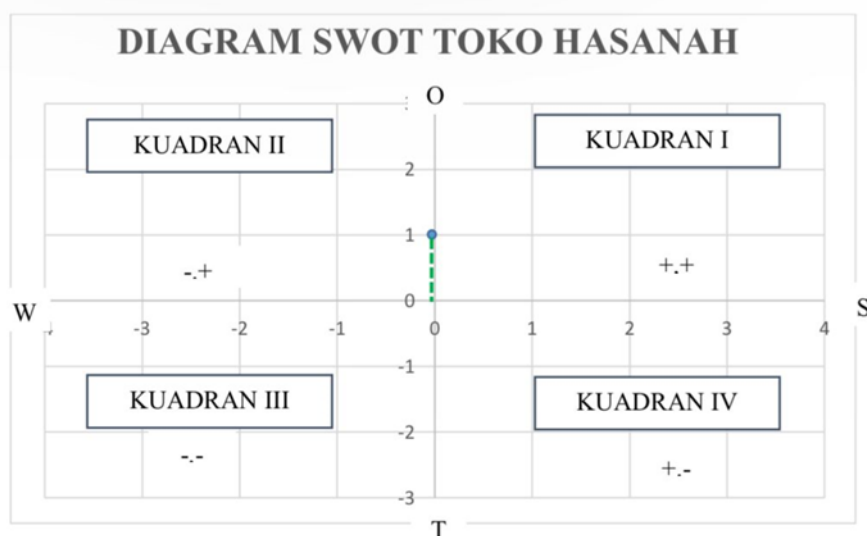
HASIL DAN PEMBAHASAN

Total perhitungan hasil perhitungan IFAS dan EFAS Pada Metode SWOT dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 1.Total Skor Matriks IFAS dan EFAS

Factor	Total Skor
<i>Strengths</i>	2,85
<i>Weakness</i>	2,87
<i>Opportunity</i>	2,56
<i>Threat</i>	0,42

Hasil Analisis SWOT yang didapat setelah melakukan analisis SWOT adalah kondisi atau situasi bisnis Toko Hasanah Bakery an Cake sekarang yang digambarkan dalam kuadaran SWOT dan usulan alternatif strategi bagi Toko Hasanah Bakery and Cake, hasil tersebut dapat dilihat seperti dibawah ini:



Gambar 1 Diagram Cartesius SWOT

Berdasarkan hasil dari titik temu kedua sumbu didapatkan diagram analisis SWOT perusahaan berada pada Kuadran 2. Artinya Berada di Kuadran II berarti Hasanah Bakery memiliki peluang besar untuk berkembang, tetapi harus memperbaiki kelemahan internal terlebih dahulu. Strategi yang tepat adalah fokus pada peningkatan efisiensi dan kualitas internal sembari memanfaatkan peluang pasar yang ada untuk memperkuat posisi bisnis anda dan ini adalah kesempatan yang baik untuk "membalikkan keadaan" (turn around) dan menjadikan usaha lebih stabil serta lebih kompetitif di pasar.

Pembahasan

Berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang telah diperoleh dari analisis lingkungan eksternal dan internal, maka diformulasikan alternatif strategi dengan menggunakan SWOT. Alternatif strategi yang dapat diterapkan dapat dilihat pada tabel dibawah ini yaitu sebagai berikut:

A. Strategi SO

1. Dengan meningkatnya trend dunia per cake an, memperluas pasar dan kemajuan teknologi perlu konsisten terhadap promosi baik secara online dan offline.
2. Dengan harga terjangkau pelaku usaha perlu lebih meningkatkan kreatifitas varian rasa dan varian bentuk sehingga dapat menguasai pasar persaingan bisnis.

B. Srategi WO

1. Pertumbuhan minat orang dalam mengkonsumsi cake dan kue meningkat sehingga perlu untuk meningkatkan cita rasa di cake and bakery agar dapat menguasai pasar yang semakin luas.

2. Membuat kemasan atau tampilan produk yang berbeda dari yang sudah ada di pasaran sebagai daya tarik konsumen untuk membeli.
3. Melakukan inovasi produk dengan meningkatkan kualitas rasa dan pelayanan.

C. Straregi S-T

1. Meningkatkan promosi untuk menjangkau pasar yang meningkat.
2. Memilih varian rasa cake yang sesuai minat pasar dengan memperhatikan harga produk yang terjangkau

D. Strategi W-T

Membuat inovasi baru dengan kualitas produk yang baik untuk dapat bersaing dengan toko cake and bakery yang mempunyai konsep yang sama.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan pada penelitian ini di dapatkan beberapa kesimpulan, yaitu : Pertama, berdasarkan analisis Business Model Canvas bahwa potensi produk pada Toko Hasanah Bakery and Cake sebagai pengolah dan penjual kue dan roti dengan bahan bahan dasar yang premium dengan penjualan yang berfokus pada konsumen yang datang secara langsung maupun pemesanan secara online. Sudah memenuhi sembilan elemen Business Model Canvas, tetapi masih belum maksimal dalam menjalankannya dan masih perlu memperbaiki model bisnisnya. Kedua, Berdasarkan hasil dari titik temu kedua sumbu didapatkan diagram analisis SWOT perusahaan berada pada Kuadran 2. Artinya Berada di Kuadran II berarti Hasanah Bakery memiliki peluang besar untuk berkembang, tetapi harus memperbaiki kelemahan internal terlebih dahulu. Strategi yang tepat adalah fokus pada peningkatan efisiensi dan kualitas internal sembari memanfaatkan peluang pasar yang ada untuk memperkuat posisi bisnis anda dan i adalah kesempatan yang baik untuk "membalikkan keadaan" (turn around) dan menjadikan usaha lebih stabil serta lebih kompetitif di pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2020). Manajemen Mutu Terpadu. Makasar: CV. Nas Media Pustaka
- Ahmad. MANAJEMEN STRATEGIS. Nas Media Pustaka 2020
- Amirullah. Prinsip-Prinsip Manajemen Pemasaran disusun Sesuai Rencana Pembelajaran Mahasiswa, Sidoarjo: Indomedia Pustaka, 2021.
- Astuti, A. M. I., & Ratnawati, S. (2020). Analisis SWOT Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus di Kantor Pos Kota Magelang 56100). Jurnal Ilmu Manajemen.
- Chandler, D. (2018). Semiotics: the basics (Vol. 3). New York, New York, United States of America: Routledge
- Hitt. M.A., Ireland, D.R., & Hoskisson, R.E. (2017). Strategic Management: Competitiveness & Glob
- Isniati dan M. Rizki Fajriansyah. 2019. Manajemen Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 &2. Jakarta: PT. Indeks.
- Muktarom, A., Budheci, D. R., Habibah, N., Afriliani, S. D., Wahyudi, P. H., Ningsih, R., & Supandi, A. (2022). STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DAN ANALISIS SWOT PADA WARUNG MAKAN BEBEK NANO-NANO. Jurnal USAHA.
- Nur Widiawati, N.P. (2024). Teori dan Penerapan Bisnis Model Canvas Pada UMKM., Scopindo Media Pustaka: Surabaya.
- Pasaribu, R. D., Shalsabila, D., & Djatmiko, T. (2023). Revamping business strategy using Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, and TOWS matrix. Heritage and

Sustainable Development.
Rothaermel, F. T. (2017). Strategic Management, Third edition (third). McGrawHill Education.
Saleh, Muhammad Yusuf dan Mia Said. 2019. Konsep dan Strategi Pemasaran. Makasar:CV Sah
Media