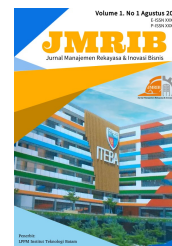




Tersedia secara online di <https://journal.iteba.ac.id/index.php/jmrib>

**JMRIB**

Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis



## ANALISA PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK USAHA KUE LAPIS LEGIT NYONYA MELATI MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS

Meylia Vivi Putri\*<sup>1</sup> Reza Kurniawan<sup>2</sup>

<sup>1</sup>, [meyliaviviputri@gmail.com](mailto:meyliaviviputri@gmail.com) <sup>2</sup>, [reza@gmail.com](mailto:reza@gmail.com)

<sup>1,2</sup>Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Ibnu Sina

### Informasi Artikel

Riwayat Artikel :

Received : 08 – Februari – 2023

Revised : 13 – Februari – 2023

Accepted : 13 – Februari – 2023

(terdiri dari 3-5 kata, sesuai abjad)

Kata kunci :

Business Model Canvas;

EFAS;

IFAS;

SWOT;

### Abstract

*The food and beverage industry is a potential industry. In Indonesia, the food and beverage industry is currently showing significant growth and improvement. With the increasing number of business units in this sector, the existing level of competition becomes more stringent. Intense competition requires businessmen to provide satisfactory service and quality for their customers. To face this competition, companies are always required to carry out business activities properly and pay attention to the business model they are running. The purpose of this research is to find out how to determine a strategy in developing a business at Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati through the SWOT analysis method and develop the business of Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati using the Business Model Canvas method. The analytical method used in this research is the SWOT Analysis and the Business Model Canvas method. Based on the results of the analysis on the application of the SWOT method and business model design (Business Model Canvas) which was carried out that the analysis of internal factors and external factors, the IFAS matrix and the company's EFAS matrix had a total score of 0.22 while the IFAS matrix had a total score of 1.36 . From the results of this analysis, the company's position is in quadrant I . The strategy that must be applied to this position is an aggressive strategy. An aggressive strategy is a strategy that utilizes all strengths to seize and take advantage of as many opportunities as possible.*

### Abstrak

Industri di bidang makanan dan minuman adalah salah satu bentuk industri yang potensial. Di Indonesia sendiri, industri makanan dan minuman saat ini sedang menunjukkan pertumbuhan

Untuk melakukan sitasi pada penelitian ini dengan format : Putri, M.V., dan Kurniawan, R.

---

(2023). Analisa Pengembangan Bisnis untuk Usaha Kue Lapis Legit Nyonya Melati Menggunakan Metode SWOT dan Business Model CANVAS. JMRIB : Jurnal Manajemen Rekayasa dan Inovasi Bisnis ITEBA, volume  $x$  ( $n$ ), Halaman awal – Halaman akhir.

dan peningkatan yang signifikan. Dengan bertambahnya jumlah unit usaha pada sektor ini menyebabkan tingkat persaingan yang ada menjadi lebih ketat. . Ketatnya persaingan menuntut para pembisnis memberikan pelayanan dan kualitas yang memuaskan bagi pelanggannya. Untuk menghadapi persaingan ini, perusahaan senantiasa dituntut untuk menjalankan aktivitas bisnis dengan baik serta memperhatikan model bisnis yang dijalankannya. Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana cara menentukan strategi dalam mengembangkan usaha pada Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati melalui metode SWOT analisis dan mengembangkan usaha Toko Kue Lapis Nyonya Melati dengan metode *Business Model Canvas*. Berdasarkan hasil analisis pada penelitian Penerapan Metode SWOT Dan Perancangan model bisnis (*Business Model Canvas*) yang dilakukan bahwa analisis faktor internal dan faktor eksternal, matriks IFAS dan matriks EFAS perusahaan memiliki skor total sebesar 0,22 sementara matriks IFAS memiliki skor total sebesar 1,36. Dari hasil analisa ini, maka posisi perusahaan berada dalam kuadran I. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah strategi yang agresif. Strategi agresif adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan (*strength*) untuk merebut dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) sebesar-besarnya.

---

## 1. Pendahuluan

Strategi adalah sebuah tindakan, aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau perusahaan untuk mencapai sasaran atau tujuan yang telah di tetapkan [1]–[3]. Sebuah perusahaan sangat di tuntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam merancang strategi bisnisnya dan untuk mengantisipasi segala macam bentuk perubahan yang akan terjadi, serta dapat bersaing dan tetap bergerak searah dengan keinginan pasar[4], [5]. Suatu strategi bisnis sangat memberikan pengaruh bagi kesejahteraan jangka panjang dari sebuah organisasi atau perusahaan.[6], [7]. Industri di bidang makanan dan minuman adalah salah satu bentuk industri yang potensial[8]. DiIndonesia sendiri, industri makanan dan minuman saat ini sedang menunjukkan pertumbuhan dan peningkatan yang signifikan. Menurut Data Badan Pusat Statistik Provinsi Kepulauan Riau dari tahun 2018 hingga tahun 2021 terjadi peningkatan terhadap rata-rata konsumsi di sektor makanan[9]. Dari sini dapat disimpulkan bahwa potensi industri makanan di kota Batam tergolong tinggi dilihat dari tingginya kebutuhan masyarakat kota Batam akan makanan seiring dengan pertumbuhan ekonomi yang ada di tengah masyarakat. Dengan adanya data tersebut, semakin memicu munculnya usaha-usaha baru di industri makanan, baik usaha dalam skala kecil maupun skala besar. Dengan bertambahnya jumlah unit usaha pada sektor ini menyebabkan tingkat persaingan yang ada menjadi lebih ketat. Ketatnya persaingan

menuntut para pembisnis memberikan pelayanan dan kualitas yang memuaskan bagi pelanggannya.

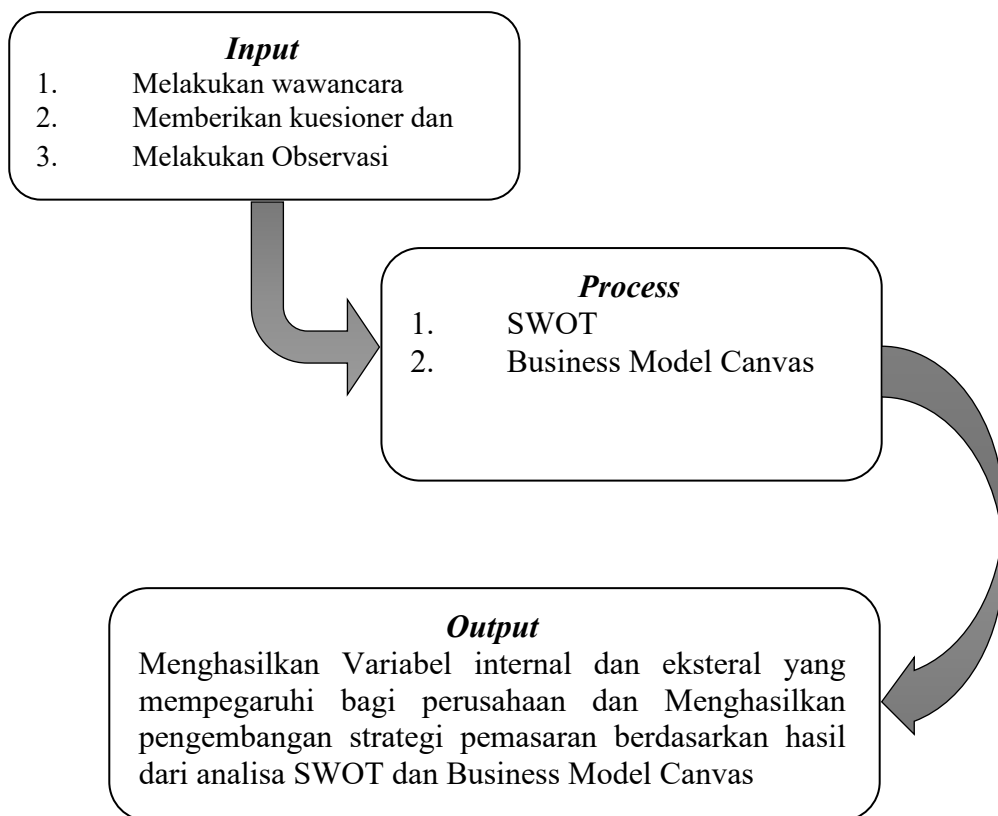
Kue Lapis Legit Nyonya Melati, Batam merupakan sebuah usaha di Kota Batam yang bergerak di bidang industri makanan berupa penjualan kue. Kue Lapis Legit Nyonya Melati memiliki rasa yang enak dan juga kualitas yang terjamin. Harga yang di tawarkan juga bervariasi tergantung dari bentuk dan pilihan kuenya. Kue Lapis Legit Nyonya Melati ini menjual berbagai macam rasa yang bisa disesuaikan dengan keinginan kita sendiri. Adapun jenis rasa yang ada di Kue Lapis Legit Nyonya Melati ini adalah coklat, Pandan, durian dll. Proses produksi Kue Lapis Legit Nyonya Melati meliputi 6 tahapan yaitu : penyediaan bahan baku, pembuatan adonan, pengujian rasa, pematangan, penyajian, dan pengemasan.

Saat ini usaha Kue Lapis Legit Nyonya Melati dirasa belum memanfaatkan segala peluang dan kesempatan yang disediakan oleh perkembangan zaman dalam mengembangkan usahanya sehingga perkembangan usaha Kue Lapis Legit Nyonya Melati kurang maksimal karena hanya mengandalkan transaksi dari pelancong atau wisatawan yang berlibur ke Batam, di tambah lagi efek pandemi menyebabkan penurunan omset dari toko Kue lapis Legit Nyonya Melati. Semua kekuatan, kelemahan, kesempatan dan ancaman yang dimiliki oleh usaha ini tidak dipelajari dan diperhitungkan dengan matang oleh pemilik usaha Kue Lapis Legit Nyonya melati yang menyebabkan usaha sulit berkembang.

Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana cara menentukan strategi dalam mengembangkan usaha pada Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati melalui metode SWOT analisis dan mengembangkan usaha Toko Kue Lapis Nyonya Melati dengan metode *Business Model Canvas*.

## 2. Metode Penelitian

Penelitian pada Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati ini dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung ke lapangan serta mendengar, meninjau dan mencatat segala sesuatu yang berhubungan langsung, serta menyebarkan kuisisioner kepada konsumen yang bertransaksi di Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati. Model rancangan penelitian dapat dilihat pada Gambar 1. Dalam melakukan analisis posisi usaha kue lapis nyonya melati dalam menghadapi persaingan usaha, menggunakan pendekatan berupa analisis SWOT yaitu: yaitu (1) *Strength* ( Kekuatan ), (2) *Weakness* ( Kelemahan ), (3) *Opportunities* ( Peluang ), (4) *Threat* ( Ancaman ). Kekuatan adalah sumber daya, keterampilan, atau keunggulan-keunggulan lain yang berhubungan dengan para pesaing perusahaan dan kebutuhan pasar yang dapat dilayani oleh perusahaan yang diharapkan dapat dilayani[10]. Kelemahan adalah faktor keterbatasan atau kekurangan sumber daya keterampilan yang serius yang dapat menghambat kinerja efektif perusahaan[11]. Peluang adalah situasi penting yang menguntungkan dalam lingkungan usaha[12]. Ancaman adalah situasi penting yang tidak menguntungkan dalam lingkungan perusahaan berupa gangguan [12].



Gambar 1. Rancangan Penelitian

### **3. Hasil dan Pembahasan**

#### **3.1 Analisis SWOT**

Dari hasil wawancara dan observasi secara langsung maka didapatkan SWOT dari Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati yaitu (1) Strength ( Kekuatan ): (a) Banyak varian rasa, (b) Harga relatif terjangkau dibanding produk sejenis lainnya, (c) Bahan baku mudah didapat, dan (d) Kemasan produk yang menarik. (2) Weakness ( Kelemahan ) yaitu (a) Promosi kurang aktif, (b) Belum banyak dikenal masyarakat, (c) Tidak adanya layanan pesan antar, dan (d) Umur simpan yang pendek. (3) Opportunities ( Peluang ) yakni (a) Lokasi dekat dengan Mall, (b) Sedikit saingan, (c) Dekat dengan singapura, (d) Teknologi informasi yang semakin canggih. Kriteria (4) Threat ( Ancaman ) yaitu (a) Akan ada pesaing baru, (b) Kenaikan harga bahan baku, (c) Berkurangnya pembeli karena pesaing, dan (d) Efek pandemi. Kategori untuk Business Model Canvas untuk penelitian ini yaitu : (a) Proposi Nilai, (b) Segmen pelanggan, (c) Saluran, (d) Hubungan Konsumen, (e) Arus pendapatan, (f) Sumber daya, (g) Mitra Utama, (e) Kegiatan utama, (f) Struktur biaya.

#### **3.2 Tabel IFAS dan EFAS**

Faktor kekuatan dan kelemahan dalam table IFAS diperoleh dari hasil wawancara penulis dengan pemilik, karyawan dan konsumen. Penentuan bobot dilakukan oleh informan. Penentuan peringkat dilakukan oleh penulis sesuai dengan keadaan. Untuk menentukan skor bobot dengan cara bobot tiap indikator dikalikan dengan peringkat tiap indikator, kemudian tiap indikator dari faktor internal dan eksternal dijumlah dan dihitung selisih antara kedua faktor tersebut. Tabel IFAS dapat dilihat pada Tabel 1. Tabel 1 menunjukkan nilai kekuatan lebih besar 1,36 dibanding nilai kelemahan yang dimiliki. Hal tersebut menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar daripada kelemahan yang dimiliki usaha kue lapis legit Nyonya Melati. Setelah melakukan analisis faktor internal, selanjutnya dilakukan analisis faktor eksternal (EFAS) dapat dilihat pada Tabel 2. Tabel 2 menunjukkan nilai peluang lebih besar 0,22 lebih besar dibanding nilai ancaman yang dimiliki. Hal tersebut menunjukkan bahwa peluang lebih besar daripada ancaman yang dimiliki usaha kue lapis legit Nyonya Melati. Setelah menganalisa faktor internal dan eksternal langkah selanjutnya adalah memasukkan nilai selisih dari faktor Kekuatan dan Kelemahan (1,36) serta Peluang dan Ancaman (0,22) pada kuadran matrik SWOT. Matriks SWOT dapat dilihat pada Gambar 2.

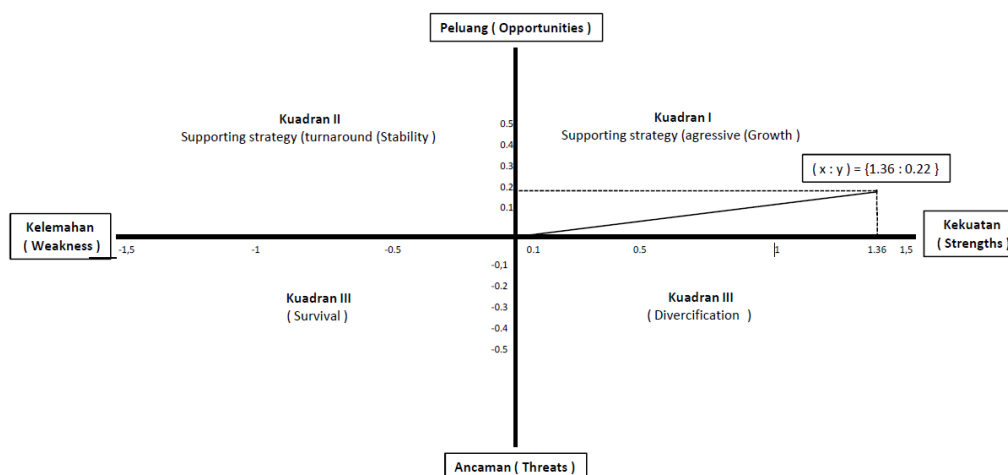
Tabel 1. Tabel IFAS (Internal Factor Analysis Summary)

Faktor Strategi Internal	Nilai	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Kekuatan (Strenghts)</b>				
Banyak varian rasa	4	0,18	4	0,72
Harga terjangkau	4	0,14	2	0,28
Bahan baku mudah didapat	4	0,14	4	0,56
Kemasan produk yang menarik	4	0,14	3	0,42
<b>Sub Total</b>				<b>1,98</b>
<b>Kelemahan (Weaknes)</b>				
Promosi kurang aktif	2	0,12	2	0,24
Belum banyak dikenal masyarakat	2	0,10	2	0,20
Tidak adanya layanan pesan antar	2	0,10	1	0,10
Umur simpan yang pendek	1	0,08	1	0,08
<b>Sub Total</b>	<b>23</b>	<b>1</b>		<b>0,62</b>
<b>Total</b>				<b>1,98-0,62 = 1,36</b>

Tabel 2. Tabel EFAS (Eksternal Factor Analysis Summary)

Faktor Strategi Eksternal	Nilai	Bobot	Rating	Bobot x Rating
<b>Peluang (Opportunities)</b>				
Lokasi dekat dengan mall	4	0,14	4	0,56
Sedikit saingan	3	0,12	2	0,24
Dekat dengan singapura	4	0,14	4	0,56
Teknologi informasi yang semakin canggih	4	0,12	2	0,24
<b>Sub Total</b>				<b>1,6</b>
<b>Ancaman (Treats)</b>				
Akan ada pesaing baru	4	0,10	2	0,20
Kenaikan harga bahan baku	4	0,14	3	0,42
Berkurangnya pembeli karena pesaing	4	0,10	2	0,20
Efek pandemi	4	0,14	4	0,56
<b>Sub Total</b>	<b>31</b>	<b>1</b>		<b>1,38</b>
<b>Total</b>				<b>1,6-1,38 = 0,22</b>

Berapapun banyaknya faktor yang dimasukkan dalam matriks EFAS dan Matriks EFAS total nilai rata-rata tertimbang berkisar antara yang terendah 1,0 dan tertinggi 4,0, dengan rata-rata 2,5[10]. Dalam artian organisasi yang memiliki nilai kedua matriks tersebut jauh di bawah 2,5 dipandang sebagai ciri organisasi yang lemah secara internal dan eksternal. Dengan demikian dapat diartikan bahwa Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati dengan nilai jauh di bawah 2,5 menunjukkan ciri organisasi yang lemah secara internal yang artinya strategi perusahaan tidak dapat memanfaatkan faktor kekuatan yang ada dan juga tidak mampu meminimalkan kelemahan yang berada di bawah rata-rata. Matriks EFAS juga berada dibawah nilai rata-rata. Hal ini menunjukkan ketidak mampuan memanfaatkan peluang yang ada juga.



Gambar 2. Grafik Kartesius *Matriks Space*

Dari grafik kartesius yang didapat dari analisa yang dilakukan bahwa analisis faktor internal dan faktor eksternal, matriks IFAS dan matriks EFAS perusahaan memiliki skor total sebesar 0,22 sementara matriks IFAS memiliki skor total sebesar 1,36. Posisi dalam kuadran matriks grand strategy ditentukan dari skor total matriks IFAS sebagai sumbu x dan skor total total matriks EFAS sebagai sumbu y. Dari hasil analisa ini, maka posisi perusahaan berada dalam kuadran I.

Tabel 2. Matrik SWOT

SWOT	Kekuatan (strengths) S	Kelemahan (weaknesses) W
<b>Peluang (opportunities) O</b>	Strategi SO: 1. Menawarkan harga dibawah pesaing dan promosi menggunakan media sosial 2. Menyediakan tester setiap varian kepada wisatawan	Strategi WO: 1. Tingkatkan promosi dengan memanfaatkan driver taxi dan hotel-hotel 2. Menjaln kerja sama dengan aplikasi layanan pesan antar
<b>Ancaman (threats) T</b>	Strategi ST: 1. Membuat member card khusus langganan dengan promo menarik	Strategi WT: 1. Memanfaatkan layanan pesan antar aplikasi di saat terjadinya pandemi 2. Membuat lapis legit frozen untuk menekan kenaikan bahan baku

Posisi pada kuadran I merupakan posisi terbaik, karena perusahaan berada di daerah yang kuat dan berpeluang. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah strategi yang agresif. Strategi agresif adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan (*strength*) untuk merebut dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) sebesar-besarnya. Posisi ini membuktikan sebuah organisasi yang kuat dan berpeluang. Rekomendasi taktik yang diberikan ialah Progresif, artinya organisasi dalam kondisi prima dan mantap. Sehingga benar-benar dimungkinkan untuk terus menjalankan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal. Adapun strategi yang diusulkan yaitu:

1. Mempertahankan dan meningkatkan mutu produk untuk menarik pelanggan baru. Toko Kue lapis legit Nyonya Melati dalam meningkatkan strategi produksi diantaranya adalah penambahan varian ukuran produk dan mempertahankan bahan baku yang berkualitas. Dari segi varian ukuran produk, awalnya Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati hanya menyediakan kue lapis dengan beberapa tipe harga yang disesuaikan dengan ukuran kue dan jenis nya. Adapun ukuran kue yang disediakan oleh Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati masih dengan ukuran yang besar dan dengan harga yang relatif tinggi karena sebanding ukurannya. Melihat keadaan tersebut, maka alangkah baiknya dilakukan perbaikan atas produknya yaitu dengan menyediakan beberapa pilihan kue dengan ukuran yang kecil dan harga yang terjangkau sehingga konsumen dapat mencoba varian kue yang mereka inginkan dengan harga yang terjangkau.
2. Meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru.
  - A. Dengan melakukan pendekatan personal konsumen seperti memberi merchandise kepada pelanggan dan memberikan diskon. Dengan dilakukannya strategi tersebut, ini sangat berpengaruh pada meningkatnya kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati.
  - B. Penambahan layanan jasa. Dengan adanya layanan jasa antar jemput pesanan konsumen dapat diberi kemudahan dalam menerima pemesanan cake. Layanan konsumen ini bisa memberikan nilai lebih dari Toko Kue Nyonya Melati karena bisa memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan dan membuat pelanggan menjadi senang berbelanja di toko tersebut.



- C. Penambahan jumlah tenaga kerja juga perlu dilakukan oleh Toko Kue Nyonya Melati termasuk di bagian teknologi informasi, hal ini dikarenakan berkembang pesatnya teknologi yang membuat masyarakat lebih sering menggunakan teknologi Smartphone. Ini merupakan suatu peluang bagi Toko Kue Nyonya Melati untuk mengubah strategi promosi dengan menggunakan teknologi informasi / Sosial Media untuk mencapai tujuan. Dengan menambah karyawan di bagian teknologi informasi bisa meningkatkan pelayanan di bagian teknologi.
  - D. Dengan melakukan pendekatan personal konsumen seperti memberi merchandise kepada pelanggan dan memberikan diskon. Dengan dilakukannya strategi tersebut, ini sangat berpengaruh pada meningkatnya kepuasan konsumen terhadap produk yang ditawarkan oleh Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati.
  - E. Penambahan layanan jasa. Dengan adanya layanan jasa antar jemput pesanan konsumen dapat diberi kemudahan dalam menerima pemesanan cake. Layanan konsumen ini bisa memberikan nilai lebih dari Toko Kue Nyonya Melati karena bisa memberikan kepuasan tersendiri kepada pelanggan dan membuat pelanggan menjadi senang berbelanja di toko tersebut.
  - F. Penambahan jumlah tenaga kerja juga perlu dilakukan oleh Toko Kue Nyonya Melati termasuk di bagian teknologi informasi, hal ini dikarenakan berkembang pesatnya teknologi yang membuat masyarakat lebih sering menggunakan teknologi Smartphone. Ini merupakan suatu peluang bagi Toko Kue Nyonya Melati untuk mengubah strategi promosi dengan menggunakan teknologi informasi / Sosial Media untuk mencapai tujuan. Dengan menambah karyawan di bagian teknologi informasi bisa meningkatkan pelayanan di bagian teknologi.
3. Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan promosi menggunakan aplikasi atau sosial media seperti instagram, facebook, dan website. memanfaatkan platform sosial media tersebut dapat memperkenalkan Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati kepada penduduk Kota Batam dan luar Batam seperti para wisatawan dari Singapura yang melancong ke Kota Batam.

### **3.3 Strategi Business Model Canvas pada Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati**

1) *Customer Segments* (Segmentasi konsumen)

*Customer segment* yang bisa dirangkul oleh toko kue lapis legit Nyonya Melati untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan dari segmen dan demografi lama diantaranya adalah pengguna sosial media sosial, pecinta kuliner dan mereka yang membutuhkan Cake untuk kebutuhan acara/event yang merupakan target pemilik usaha ataupun bisa juga dari segmen lama dapat diperluas lagi dengan menambah *Customer Segment* yang baru dengan menambah segmen pecinta kuliner melalui media social.

2) *Value Proposition* ( Proposisi nilai konsumen )

Value Proposition yang ditawarkan oleh Toko Kue lapis legit Nyonya Melati adalah

A. Dengan membuat *Newness* kue kering yang bisa dijadikan oleh-oleh bagi para pelancong ke kota Batam.

B. Untuk *performance* yaitu dengan memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan dan mempertahankan cita rasa serta kualitas produk.

C. *Customization* yaitu membuat kue lapis legit berbentuk 3D dan didekorasi sesuai keinginan customer. keinginan pelanggan dan desain yang ditawarkan harus yang unik dan berbeda.

D. *Cost Reduction* yaitu dengan memberikan tester kue/produk pada pelanggan, gratis ongkir, harga promosi untuk setiap pembelian khusus, dan ada garansi jika produk tidak sesuai dengan keinginan customer.

3) *Channels* yang digunakan untuk menawarkan dan memasarkan produk yaitu dengan memperluas media social seperti instagram, whatsapp, facebook, dan Aplikasi lainnya.

4) Pada *Customer relationship* untuk meningkatkan komunikasi dengan konsumen dengan perbaikan model bisnis ini menggunakan teknologi informasi yang sudah berkembang sekarang, seperti penambahan informasi pada, Social media (*Facebook*, *whatsapp* dan *Instagram* tentunya bisa mempertahankan hubungan komunikasi dengan pelanggan dengan cepat dan tentunya menjaga kepercayaan pelanggan untuk tetap membeli toko kue Nyonya Melati. Selain itu pemberian voucher dan membership harus dilakukan untuk memelihara konsumen dengan memberikan potongan harga khusus untuk member pada toko tersebut.

5) *Revenue streams* yang ada di Toko Nyonya Melati adalah pendapatan transaksi (*transaction revenues*) dan pendapatan berulang atau rutin (*recurring revenues*).

- 6) *Key Resource*. Pada *business model canvas* yang baru sumber daya fisik yang dibutuhkan juga bertambah banyak seperti tambahan mesin untuk proses produksi dan peralatan bakery lainnya akan semakin bertambah. Toko kue Nyonya Melati juga membutuhkan beberapa bahan baku yang baru dan berbeda dari sebelumnya, seperti rasa kue dan warna yang baru.
- 7) Untuk elemen *key activities* dengan ditambahkan kegiatan lain seperti tentunya yang menjadi aktivitas kunci adalah bagian produksi (*baker*) dan bagian topping atau menghias kue yang menggambarkan kreasi dan karakter yang menarik.
- 8) *Key Partners*. Adapun pihak yang bekerjasama dengan toko kue Nyonya melati yaitu *supplier* dan *partner*.
- 9) *Cost Structure* . Struktur biaya yang dimiliki toko kue Nyonya Melati berfokus pada *cost-driven*, adalah memfokuskan pada upaya perusahaan untuk dapat meminimalisir biaya.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian Penerapan Metode SWOT Dan Perancangan model bisnis canvas sebagai strategi bisnis pada Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati dapat disimpulkan bahwa:

Dari hasil penelitian dan analisa yang dilakukan bahwa analisis faktor internal dan faktor eksternal, matriks IFAS dan matriks EFAS perusahaan memiliki skor total sebesar 0,22 sementara matriks IFAS memiliki skor total sebesar 1,36. Dari hasil analisa ini, maka posisi perusahaan berada dalam kuadran I. Strategi yang harus diterapkan pada posisi ini adalah strategi yang agresif. Strategi agresif adalah strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan (*strength*) untuk merebut dan memanfaatkan peluang (*opportunity*) sebesar-besarnya.

Adapun strategi yang harus diterapkan oleh Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati adalah Strategi SO :

- 1) Menawarkan harga dibawah pesaing namun tetap dengan kualitas produk yang baik dan bahan yang berkualitas.
- 2) Menyediakan tester setiap varian kepada wisatawan dan pengunjung toko untuk memudahkan para pelanggan untuk menentukan pembelian varian rasa yang mereka sukai.
- 3) Memanfaatkan kemajuan teknologi dengan promosi menggunakan aplikasi atau sosial media seperti instagram, facebook, dan website. Hasil pemetaan kondisi

bisnis Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati saat ini ditemukan bahwa telah mencakup seluruh elemen yang ada pada business model canvas (BMC). Dari hasil analisa SWOT yang telah dilakukan memberikan rekomendasi model bisnis dengan business model canvas yang tepat bagi Toko Kue Lapis Legit Nyonya Melati

#### Daftar Pustaka

- [1] T. Yuliaty, C. S. Shafira, and M. R. Akbar, "Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global," *Mbia*, vol. 19, no. 3, pp. 293–308, 2020.
- [2] D. Rusdiana, Y. Ali, S. Thamrin, and R. Widodo, "Strategi Pembangunan Industri Pertahanan Pada Negara Kepulauan Guna Mendukung Pertahanan Negara," *Acad. Praja J. Ilmu Polit. Pemerintahan, dan Adm. Publik*, vol. 4, no. 2, pp. 427–440, 2021.
- [3] T. K. ROBINSON, B. KIYAI, and R. MAMBO, "Strategi Pemerintah Dalam Meningkatkan Pengembangan Pariwisata Di Kabupaten Bolaaang Mongondow Utara," *J. Adm. Publik*, vol. 5, no. 84, 2019.
- [4] E. Elvitriadi, "STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PT. MITRA KERINCI," *J. Mirai Manag.*, vol. 5, no. 3, pp. 171–201, 2020.
- [5] Z. A. R. ELVITRIADI, "STRATEGI PENGEMBANGAN AGRIBISNIS PT. MITRA KERINCI (AGRIBUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY OF PT. MITRA KERINCI)." Universitas Andalas, 2020.
- [6] N. Mubarok, "Strategi pemasaran islami dalam meningkatkan penjualan pada Butik Calista," *I-ECONOMICS A Res. J. Islam. Econ.*, vol. 3, no. 1, pp. 73–92, 2017.
- [7] A. Kurnia, A. Shaura, S. T. Raharjo, and R. Resnawaty, "Sustainable Development Dan Csr," *Pros. Penelit. dan Pengabd. Kpd. Masy.*, vol. 6, no. 3, pp. 231–237, 2020.
- [8] L. Yulawati, "Analisis Struktur, Perilaku, Dan Kinerja Industri Makanan Dan Minuman Di Indonesia," *J. Ecodemica J. Ekon. Manaj. dan Bisnis*, vol. 1, no. 2, pp. 266–273, 2017.
- [9] BPS Kab Blitar, "Kabupaten Blitar Dalam Angka 2015," *Badan Pusat Statistika*. p. 153, 2015.
- [10] M. Mashuri and D. Nurjannah, "Analisis SWOT Sebagai Strategi Meningkatkan Daya Saing," *JPS (Jurnal Perbank. Syariah)*, vol. 1, no. 1, pp. 97–112, 2020, doi: 10.46367/jps.v1i1.205.
- [11] D. R. Susanto and A. Kiswantoro, "Strategi Pengembangan Hutan Pinus Grenden Berbasis Ekowisata di Magelang," *J. Ilm. Pariwisata*, vol. 24, no. 3, pp. 177–183, 2019.
- [12] K. Miharja, "Analisa SWOT Dalam Menentukan Strategi Bisnis Susu Murni Q-Milk," *J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, pp. 30–38, 2018, doi: 10.31311/jeco.v2i1.2252.