



ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGUNAKAN PENDEKATAN SWOT ANALYSIS DAN BMC

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

RAYHAN FIRDAUS

11850314470



UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
2023

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGUNAKAN PENDEKATAN SWOT ANALYSIS DAN BMC

TUGAS AKHIR

Oleh:

RAYHAN FIRDAUS

11850314470

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 24 Januari 2023

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198307162011011008

Pembimbing

Syaifullah, SE., M.Sc.

NIP. 198012152009121002



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGUNAKAN PENDEKATAN SWOT ANALYSIS DAN BMC

TUGAS AKHIR

Oleh:

RAYHAN FIRDAUS

11850314470

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 13 Januari 2023

Pekanbaru, 13 Januari 2023

Mengesahkan,

Ketua Program Studi

Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

NIP. 198307162011011008



Dr. Hartono, M.Pd.

NIP. 196403011992031003

DEWAN PENGUJI:

Ketua : Arif Marsal, Lc., MA.

Sekretaris : Syaifullah, SE., M.Sc.

Anggota 1 : Dr. M. Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom.

Anggota 2 : T. Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom.

LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 13 Januari 2023

Yang membuat pernyataan,

RAYHAN FIRDAUS

NIM. 11850314470

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rasa syukur yang tiada henti saya ucapkan kepada Allah SWT. Yang telah memberi limpahan nikmat dan kasihmu yang telah memberikan kekuatan dengan membekali hamba ini dengan ilmu sehingga atas karunia serta kemudahan yang telah diberi akhirnya penulis dapat merampungkan Tugas Akhir ini. Solawat beriringkan salam tidak lupa kita sampaikan kepada Nabi yang membawa cahaya bagi kita semua yaitu baginda Nabi besar Muhammad SAW.

Persembahan teristimewa saya berikan untuk kedua orang tua saya yang banyak berperan dalam perjalanan hidup saya selama ini. Terimakasih kepada ibu atas lantunan doa-doa yang terbaik sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini guna untuk memperoleh gelar sarjana. Terimakasih kepada ayah atas perjuangan mu mencari nafkah untuk memberikan pendidikan terbaik anaknya yang tidak akan bisa diganti dengan apapun itu.

Tidak lupa saya ucapkan terimakasih kepada seluruh dosen Program Studi Sistem Informasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmu kepada saya sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Terimakasih saya ucapkan kepada teman-teman yang telah bersedia membantu dan bersedia saya repotkan. Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan teman-teman dan dipermudahkan semua dalam menyelesaikan perkuliahan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh. Ucapan syukur yang tidak pernah bosan penulis lantunkan kepada Allah SWT atas ridho dan rahmat-nya sehingga penulisan Tugas Akhir dapat dikerjakan dan terselesaikan sebaik mungkin. Sholawat beriringan salam tidak lupa penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW dengan mengucapkan Allahumma Sholli'ala Sayyidina Muhammad wa'ala Alihi Muhammad. Tugas Akhir ini digunakan untuk salah satu syarat menyelesaikan pendidikan sarjana dan memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, UIN Sultan Syarif Kasim Riau. Banyak pihak yang terlibat dalam Tugas Akhir ini. Maka dari itu, penulis ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Hairunas, M.Ag sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Hartono, M.Pd sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasi.
4. Ibu Siti Monalisa, S.Kom., M.Kom sebagai sekretaris Program Studi Sistem Informasi
5. Bapak Mustakim, ST., M.Kom sebagai Penasehat Akademik yang telah memberikan bantuan serta nasehat dari awal hingga akhir studi penelitian.
6. Bapak Syaifullah, SE., M.Sc sebagai dosen Pembimbing Tugas Akhir ini. Terimakasih atas bimbingan, bantuan, serta saran yang diberikan serta Tugas Akhir ini dapat diselesaikan.
7. Bapak Dr. Muhammad Luthfi Hamzah, B.IT., M.Kom sebagai Penguji pertama yang sudah memberikan saran dan masukan yang bermanfaat untuk penelitian ini.
8. Bapak T. Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom sebagai Penguji kedua yang berkenan memberikan masukan serta saran yang sangat bermanfaat untuk penelitian ini
9. Terimakasih penulis ucapkan kepada seluruh tenaga pengajar Program Studi Sistem Informasi UIN Suska Riau yang telah memberikan ilmunya kepada penulis.
10. Terimakasih penulis ucapkan kepada kedua orang tua yang paling penulis sayangi yang telah memberi kasih sayang yang tulus, dukungan serta doa yang telah lantunkan disetiap sujudnya.
11. Bapak Aditia Wira Permana selaku kepala gudang CV. Kertasindo Aji Jaya.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

12. Terimakasih penulis ucapkan untuk anggota kontrakan 2.0 yang tak pernah bosan mendengar keluh kesah penulis dan telah memberikan *support* serta bantuan selama masa perkuliahan.
13. Terimakasih untuk Sistem Informasi 2018 terkhusus SIF C yang memberikan dorongan serta bantuan selama menjalankan perkuliahan dari awal sampai akhir.
14. Terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang ikut berpartisipasi yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu.

Penulis mengetahui bahwa Laporan Tugas Akhir yang telah dikerjakan belum dikatakan sempurna, komentar serta ulasan pembenahan diharapkan dalam penelitian ini. Semoga para pembaca Tugas Akhir ini mendapatkan sesuatu yang bermanfaat, terutama jika mereka bekerja di Bidang Sistem Informasi.

Pekanbaru, 19 Januari 2023

Penulis,

RAYHAN FIRDAUS
NIM 11850314470



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALISA STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MENGUNAKAN PENDEKATAN SWOT ANALYSIS DAN BMC

RAYHAN FIRDAUS

NIM: 11850314470

Tanggal Sidang: 13 Januari 2023
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

CV. Kertasindo Aji Jaya merupakan salah satu gudang *waste paper* yang ada di kota Bukittinggi. Permasalahan yang dihadapi saat ini adalah lokasi yang kurang strategis, kurangnya penggunaan teknologi dan banyaknya pesaing yang sejenis. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi bisnis dan model bisnis yang tepat bagi perusahaan dalam menghadapi persaingan. Analisa SWOT digunakan untuk mengetahui kondisi internal dan eksternal perusahaan, kemudian dikombinasikan dengan *Business Model Canvas* untuk memetakan model bisnis yang dapat dijadikan pedoman dalam pengembangan bisnis. Pada penelitian ini menunjukkan hasil faktor internal 0,702 dan nilai faktor eksternal 0,670 yang mana terletak di kuadran I yang merupakan strategi agresif. Strategi agresif sendiri adalah strategi yang menghubungkan antara Kekuatan (*Strength*) dan Peluang (*Opportunity*). Terdapat beberapa alternatif strategi yang tepat untuk CV. Kertasindo Aji Jaya yaitu dengan pemanfaatan teknologi seperti *website* perusahaan maupun media sosial lainnya seperti Facebook, Whatsapp, Tiktok, dan Instagram melaksanakan semua kegiatan sesuai SOP. Dari alternatif strategi tersebut, model bisnis CV. Kertasindo Aji Jaya dirumuskan melalui *Business Model Canvas* yang memetakan 9 blok peningkatan bisnis.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Analisa SWOT, Business Model Canvas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES USING SWOT ANALYSIS AND BMC APPROACHES

RAYHAN FIRDAUS
NIM: 11850314470

Date of Final Exam: January 13th 2023
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

CV. Kertasindo Aji Jaya is one of the waste paper warehouses in the city of Bukittinggi. The problems faced today are the less strategic location, the lack of use of technology and the many similar competitors. This study aims to determine the right business strategy and business model for companies in facing competition. SWOT analysis is used to determine the company's internal and external conditions, then combined with the Business Model Canvas to map a business model that can be used as a guide in business development. In this study, the results of the internal factor were 0.702 and the external factor value was 0.670 which is located in quadrant I which is an aggressive strategy. The aggressive strategy itself is a strategy that links Strength and Opportunity. There are several alternative strategies that are appropriate for CV. Kertasindo Aji Jaya, namely by using technology such as the company's website and other social media such as Facebook, Whatsapp, Tiktok, and Instagram carry out all activities according to SOP. Of the alternative strategies, the business model of CV. Kertasindo Aji Jaya is formulated through a Business Model Canvas which maps out 9 blocks of business improvement.

Keywords: Business Strategy, SWOT Analysis, Business Model Canvas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR SINGKATAN	xvi
1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan	4
1.5 Manfaat	5
1.6 Sistematika Penulisan	5
2 LANDASAN TEORI	6
2.1 Pengertian Strategi	6
2.2 Strategi Pengembangan Bisnis	8
2.3 Strategi Bersaing	9
2.4 Jenis-Jenis Strategi	9
2.5 Perumusan Strategi	10
2.6 Tingkat Strategi Pada Perusahaan	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7	Pengembangan Usaha	11
2.7.1	Pengertian Pengembangan	11
2.7.2	Tahapan Pengembangan Usaha.....	12
2.7.3	Jenis-Jenis Pengembangan usaha	14
2.8	Analisis <i>Strength, Weakness, Opportunity, Threats</i> (SWOT).....	14
2.8.1	Matriks EFAS dan Matriks IFAS	15
2.8.2	Matriks SWOT	17
2.8.3	<i>Matrix Grand Strategy</i>	18
2.9	<i>Business Model Canvas</i>	19
2.10	<i>Lean Canvas</i>	22
2.11	Profil CV. Kertasindo Aji Jaya	23
2.12	Penelitian Terdahulu	25
3	METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1	Tahap Perencanaan	29
3.1.1	Identifikasi Masalah	29
3.1.2	Perumusan Masalah	29
3.1.3	Menentukan Tujuan	29
3.2	Tahap Pengumpulan Data	29
3.2.1	Observasi	30
3.2.2	Wawancara	30
3.2.3	Studi Pustaka	30
3.3	Tahap Analisa	30
3.3.1	Analisa Proses Bisnis	30
3.3.2	Analisa SWOT	31
3.3.3	Matrik SWOT	32
3.3.4	<i>Matriks Grand Strategy</i>	32
3.3.5	Tahap <i>Business Model Canvas</i>	32
3.4	Tahap Pembuatan Laporan	33
4	ANALISIS DAN HASIL	34
4.1	Analisa Proses Bisnis	34
4.2	Analisa SWOT	35
4.2.1	Analisa Faktor Internal dan Eksternal	35
4.2.2	Pembobotan Faktor Internal dan Eksternal	36
4.2.3	Penghitungan Rating Faktor Internal dan Eksternal	38
4.2.4	Analisa Matrik IFAS dan EFAS	39
4.2.5	Matrik IFAS	39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

4.2.6	Matrik EFAS	40
4.2.7	Analisa Matrik SWOT	41
4.2.8	Matrik <i>Grand Strategy</i>	43
4.3	Model bisnis CV. KAJ menggunakan <i>Bussiness Model Canvas</i>	44

5 PENUTUP 48

5.1	Kesimpulan	48
5.2	Saran	48

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN A	HASIL WAWANCARA	A - 1
LAMPIRAN B	DOKUMENTASI PENELITIAN	B - 1
LAMPIRAN C	PENGHITUNGAN BOBOT	C - 1
LAMPIRAN D	PENGHITUNGAN RATING	D - 1

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR GAMBAR

2.1	Contoh Matrik SWOT.....	17
2.2	<i>Matrik grand Strategy</i>	18
2.3	Contoh <i>Business Model Canvas</i>	21
2.4	Struktur Organisasi CV. Kertasindo Aji Jaya	25
3.1	Metodologi Penelitian	28
4.1	<i>Flowchart</i> Pembelian Barang	34
4.2	<i>Flowchart</i> Press Barang	34
4.3	<i>Flowchart</i> Muat Barang	35
4.4	Matrik SWOT	43
4.5	<i>Matrik Grand Strategy</i> CV. KAJ	44
4.6	<i>Buiness Model Canvas</i>	47

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR TABEL

2.1	Matriks EFAS.....	16
2.2	Matriks IFAS.....	16
2.3	Penelitian Terdahulu	25
3.1	Contoh Tabel Matrik IFAS dan EFAS	31
4.1	Indikator Faktor Internal	36
4.2	Indikator Faktor Internal	36
4.3	Rekapitulasi Penilaian Bobot Kekuatan	37
4.4	Rekapitulasi Penilaian Bobot Kelemahan	37
4.5	Rekapitulasi Penilaian Bobot Peluang	37
4.6	Rekapitulasi Penilaian Bobot Ancaman	38
4.7	Penilaian Rating Faktor Internal Kekuatan (<i>Strength</i>)	38
4.8	Penilaian Rating Faktor Internal Kelemahan (<i>Weakness</i>)	38
4.9	Penilaian Rating Faktor Eksternal Peluang (<i>Opportunity</i>).....	39
4.10	Penilaian Rating Faktor Eksternal Ancaman (<i>Threat</i>)	39
4.11	Matriks IFAS.....	40
4.12	Matriks EFAS.....	40



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR SINGKATAN

BMC	: <i>Business Model Canvas</i>
SWOT	: <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i>
KAJ	: Kertasindo Aji Jaya
IFAS	: <i>Internal Factors Analysis Strategic</i>
EFAS	: <i>External Factors Analysis Strategic</i>
IFE	: <i>Internal Factor Evaluation</i>
EFE	: <i>External Factor Evaluation</i>
FGD	: <i>Focus Group Discussion</i>
SO	: <i>Strength-Opportunity</i>
WO	: <i>Weakness-Opportunity</i>
ST	: <i>Strength-Threat</i>
WT	: <i>Weakness-Threat</i>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya bisnis pada bidang jasa di Indonesia semakin meningkatkan kompleksitas, persaingan, perubahan, dan ketidakpastian bisnis pada perusahaan (Athia, Saraswati, dan Normaladewi, 2018). Dari banyaknya cara yang digunakan perusahaan salah satunya yaitu, menciptakan strategi–strategi yang baru. Namun strategi tersebut tidaklah cukup, perusahaan harus memiliki model bisnis yang kuat dan baik serta tepat pada perusahaannya. Model bisnis yang telah dibentuk harus dievaluasi dan direvisi untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan yang nantinya akan berguna sehingga dapat menemukan dan mengembangkan keunggulan kompetitif organisasi (Gondosaputro, 2017). Salah satu alat analisis yang lazim digunakan dalam menghasilkan strategi bisnis adalah analisis SWOT. Menurut (Rahmatang, Evahelda, dan Agustina, 2019). Strategi yang dikembangkan melalui analisa SWOT dapat membangun kekuatan, menghilangkan kelemahan, memanfaatkan peluang, dan melawan ancaman.

SWOT bertujuan dalam menyesuaikan, pembentukan, dan penerapan strategi antara faktor internal dan eksternal. Analisa SWOT juga membantu dalam melakukan pemetaan suatu model bisnis seperti dalam pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) (Djufri dan Lukman, 2020). BMC memiliki keunggulan dalam menganalisis model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana di dalam perusahaan sekarang berdasarkan segmen konsumen, *value*, jalur penawaran nilai, hubungan pelanggan, alur pendapatan, aset vital, mitra, serta struktur data yang dimiliki (Herawati, Lindriati, dan Suryaningrat, 2019). BMC memiliki 9 blok area aktivitas bisnis yang ditampung kedalam selebar kanvas, diantaranya: *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structures* (Athia dkk., 2018). Daya saing yang tinggi diperlukan bagi setiap perusahaan agar tetap unggul dan dapat mempertahankan bisnisnya. Salah satunya adalah CV. Kertasindo Aji Jaya.

CV. Kertasindo Aji Jaya (CV. KAJ) bergerak dibidang *Waste Paper* yang merupakan gudang pemasok kertas bekas jenis karton, persediaan tersebut didapat dari pengusaha barang bekas dan kedai-kedai yang berlokasi disekitaran gudang. Semakin banyak jenis persediaan, akan meningkatkan eksistensinya sebagai pemasok pada mitra bisnis dengan sekali pengiriman barang bisa mencapai 13-14ton sekali muat barang. Pada awal mula berdiri, CV. KAJ memiliki gudang dengan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ukuran yang terbilang kecil. Namun seiring berkembangnya bisnis pada CV. KAJ, perusahaan telah memiliki 13 karyawan dan mendirikan gudang yang lebih besar dilengkapi dengan alat press, krem, timbangan dan ketersediaan transportasi fuso sebagai alat pengiriman barang pada pihak distributor, dalam sekali proses menggunakan alat press dapat menghasilkan 200 kg. Dengan semakin luasnya penyimpanan barang, dibutuhkan persediaan yang lebih juga. Oleh karena itu seluruh pemasok kertas bekas dan kedai-kedai memiliki peluang besar untuk memberikan persediaan pada CV. KAJ.

Sistem yang berjalan pada saat ini yang dilakukan oleh CV. KAJ masih terbilang sangat sederhana, dimana CV. KAJ melayani pelanggan yang datang ke Gudang dan pelanggan yang ingin mengirim barang via telepon. Untuk proses pemasokan langsung di gudang pertama pelanggan memasuki gudang dengan membawa barang yang ingin di jual, dan karyawan akan menyediakan alat timbang untuk menimbang barang yang ingin dijual oleh pelanggan. Setelah barang ditimbang kasir akan menghitung berapa banyak barang yang dibawa pelanggan, kemudian kasir akan memberikan tunai kepada pelanggan. Sedangkan pada pemesanan via telepon, pelanggan tinggal menelepon pihak gudang, lalu karyawan gudang akan segera ke lokasi pelanggan, kemudian karyawan akan langsung menimbang di lokasi dan memberikan tunai kepada pelanggan. Pada pemesanan via telepon biasanya untuk kedai-kedai harian yang telah menyimpan kartas karton.

Berdasarkan hasil wawancara pada Lampiran A yang telah dilakukan terhadap pimpinan gudang pada CV. KAJ, diketahui adanya permasalahan diantaranya yaitu lokasi yang kurang strategis sehingga mengakibatkan sulitnya transportasi pada pengiriman barang yang menggunakan transportasi jenis Fuso. Selanjutnya fasilitas yang kurang memadai seperti akses jalan yang sempit pada saat berselisih jalan dengan kendaraan lain mengakibatkan transportasi kesulitan pada saat menuju gudang untuk mengangkut barang dan pada saat pengiriman barang ke mitra bisnis. Kemudian kurangnya kemampuan karyawan dalam menjalankan proses bisnis mengakibatkan terjadinya keterlambatan dalam pengiriman barang.

Kompetitor yang dihadapi oleh CV. KAJ tidak hanya bersifat lokal, dengan meningkatnya kemajuan teknologi informasi maka dapat meningkatkan daya saing yang kuat. CV. KAJ sendiri juga belum memanfaatkan teknologi yang berkembang pada saat sekarang ini seperti belum adanya *website* perusahaan ataupun belum adanya profil perusahaan yang mengakibatkan pelanggan susah untuk mencari tau tentang perusahaan. CV. KAJ mengenalkan perusahaan dari mulut kemulut oleh para karyawan dengan memanfaatkan rekan, kerabat, serta lingkungan mereka pada saat menjalankan rutinitas sosial media mereka masing masing. Selain itu proses

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pengambilan barang pada toko-toko yang berada disekitaran gudang juga dilakukan secara *face to face* tanpa adanya teknologi informasi.

Maraknya perusahaan yang bergerak dibidang *waste paper* memaksa pelaku bisnis untuk mendesain ulang model bisnisnya agar sesuai dengan perkembangan dunia pada saat sekarang ini yang telah memanfaatkan teknologi. Salah satu pesaing CV. KAJ yang telah memanfaatkan teknologi yang berlokasi di lima puluh kota Payakumbuh, Sumatra Barat yang bergerak dibidang pabrik sarang telur yang langsung mengelolah barang mentah menjadi barang siap pakai. Memanfaatkan kemajuan teknologi CV. KAJ dapat memperluas jaringan bisnis di kalangan masyarakat. Peluang pasar yang masih besar dapat dimanfaatkan untuk memperluas jaringan bisnis hingga ke seluruh Indonesia. CV. KAJ dapat memanfaatkan kesempatan dengan menerapkan sistem informasi guna mendukung perusahaan dari segi teknologi untuk dapat mengimbangi pesaing dalam pengoperasian perusahaan. Dengan adanya kemajuan teknologi CV.KAJ dapat memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat sesuai dengan fungsinya agar lebih tepat dan efisien. Dalam menjalankan usahanya perusahaan perlu untuk memperhatikan keunggulan kompetitifnya, yaitu dalam hal kualitas barang dan ketepatan waktu dalam mendistributorkan barang agar dapat memiliki citra yang baik dimata produsen.

Penelitian tentang SWOT dan BMC telah dilakukan oleh (Ikhwana dan Paryadi, 2017), dengan judul Pengembangan Strategi Bisnis Perusahaan menggunakan *Business Model Canvas*. Tujuan penelitian untuk mengetahui strategi terbaik serta menentukan kriteria yang di prioritaskan untuk melakukan *remodeling* bisnis. Hasilnya, menemukan bahwa strategi saat ini berada pada sel I, yaitu strategi tumbuh dan membangun. Hasil tersebut ditentukan berdasarkan hasil skor rata-rata pada matriks IFE dan Matriks EFE masing-masing sebesar 3,059 dan 3,657.

Penelitian tentang Penerapan BMC juga telah dilakukan oleh (Athia dkk., 2018), dengan judul Penerapan BMC untuk Mendorong *Mindset* Kewirausahaan dikalangan Mahasiswa Universitas Islam Malang. Tujuan penelitian untuk memberikan pemahaman kepada mahasiswa akan pentingnya wirausaha dan mendorong tumbuhnya jiwa kewirausahaan pada mahasiswa dengan mengadakan pengenalan dan pendalaman BMC, sehingga mahasiswa lulusan Unisma Malang mampu menjalankan usaha dan nantinya mampu menjadi pencipta lapangan kerja. Hasilnya, menunjukan bahwa secara signifikan BMC mempengaruhi *mindset* berwirausaha mahasiswa secara metode, dalam berbisnis komponen yang diperlukan dalam bisnis serta strategi. Model visualisasi yang disajikan BMC memudahkan mahasiswa dalam memetakan bisnis, berinovasi dan berkreasi, berpikir *simple*, mengkolaborasi seluruh elemen yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis, dan meman-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

faatkan peluang.

Penelitian ini menggunakan analisis *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats* (SWOT) untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman dari CV. KAJ sehingga dapat menawarkan strategi yang tepat untuk memperluas pasar. Kemudian, dari antara strategi-strategi yang diperoleh dari analisis SWOT, selanjutnya dipilih strategi mana yang terbaik. Setelah anda mendapatkan strategi utama, dilakukan upaya untuk menggambarkan strategi menggunakan BMC, mengevaluasi satu per satu elemen-elemen kunci yang memudahkan untuk menganalisis, sehingga apa yang salah diidentifikasi dan yang paling akhir bisa mengambil langkah untuk mencapai tujuan. Dari uraian permasalahan di atas, maka penelitian yang dilakukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini diberi judul Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan *SWOT Analysis* dan BMC pada CV. Kertasindo Aji Jaya

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka didapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi CV. Kertasindo Aji Jaya?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah diperlukan untuk menghindari kesalahan pada penelitian ini dengan membatasi ruang lingkup penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian pada Tugas Akhir ini dilakukan di CV. Kertasindo Aji Jaya yang berada di Jl. Raya Pakan Sinayan, Kamang Magek Bukittinggi.
2. Analisis menggunakan Metode SWOT, Matriks IFE dan EFE, Matriks S-WOT dan *Matrix Grand Strategy* untuk menentukan strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi CV. Kertasindo Aji Jaya
3. Teknik penghitungan bobot dan rating pada Analisis SWOT menggunakan metode *Focus Group Discussion* (FGD).
4. Usulan gambaran strategi pengembangan bisnis yang baru akan digambarkan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

1.4 Tujuan

Berdasarkan perumusan masalah yang telah diuraikan di atas maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menentukan strategi bisnis dengan *matrix grand strategy* pada CV. Kertasindo Aji Jaya
2. Untuk menentukan model bisnis dengan menggunakan BMC pada CV. K-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ertasindo Aji Jaya

1.5 Manfaat

Berdasarkan penelitian yang dilaksanakan maka kegunaan penulisan penelitian ini, yaitu:

1. Mempermudah CV. Kertasindo Aji Jaya dalam mempersiapkan perencanaan bisnis yang lebih baik, dan menghadapi kondisi persaingan usaha yang kompetitif.
2. Memberikan informasi bagi CV. Kertasindo Aji Jaya dalam mengambil keputusan, khususnya dalam melihat kondisi lingkungan dalam menentukan strategi.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Pada bab ini menguraikan (1) latar belakang masalah, (2) rumusan masalah, (3) batasan masalah, (4) tujuan penelitian, (5) manfaat penelitian, dan (6) sistematika penulisan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Bab ini akan membahas tentang CV. Kertasindo Aji Jaya yang memuat keterangan yang berkaitan dengan (1) sejarah, (2) tujuan, (3) struktur organisasi, (4) visi dan misi, (5) teori-teori, dan (6) konsep-konsep yang berhubungan dengan masalah yang dirumuskan.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan secara teoritis tentang teori-teori yang mendukung dalam melakukan analisis yang akan ditemui selama penelitian.

BAB 4. ANALISA DAN HASIL

Bab ini menjelaskan tentang (1) hasil penelitian, dan (2) pembahasan terhadap strategi pengembangan CV. Kertasindo Aji Jaya menggunakan metode analisis SWOT dan *Business Model Canvas*.

BAB 5. PENUTUP

Pada bab ini berisikan hasil observasi yang sudah dilaksanakan serta saran-saran yang bisa diberikan atas observasi serta laporan Tugas Akhir.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 Pengertian Strategi

Strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan, dalam perkembangannya konsep mengenai strategi terus berkembang. Pengertian strategi tidak memiliki definisi yang baku dari literatur-literatur yang ada, oleh karena itu penulis mengambil beberapa definisi strategi dari beberapa literatur antara lain: Menurut Learned, Christensen, Andrews dan Guth: Strategi merupakan alat untuk menciptakan keunggulan bersaing. Sedangkan definisi strategi yang dikemukakan oleh Chandler menyebutkan bahwa strategi adalah tujuan jangka panjang dari suatu organisasi, serta pendayagunaan dan alokasi semua sumber daya yang paling baik untuk mencapai tujuan tertentu (Ikhwan dan Hendri, 2020).

Strategi adalah salah satu elemen paling penting dalam pengembangan bisnis agar bisnis mampu bertahan dan berkompetisi. Strategi merupakan suatu cara dimana perusahaan membuat inovasi yang berbeda dengan para pesaingnya, serta menggunakan karyawannya untuk bisa memuaskan segala kebutuhan pelanggan. Strategi memerlukan pemikiran berjangka, mulai jangka pendek hingga jangka panjang. Hal tersebut disebabkan karena bisnis bersifat dinamis, selalu berubah, ada untung dan rugi, ada ramai, dan sepi pembeli, dan ada masanya pebisnis mengalami keuntungan yang berlimpah serta kerugian (Sukarno dan Ahsan, 2021).

Perusahaan adalah suatu kesatuan, rencana yang menyeluruh, komprehensif, dan terpadu yang diarahkan untuk mencapai tujuan perusahaan (Tamika, Ghina, dan Hidayatullah, 2017). Strategi bisnis berkaitan erat dengan model bisnis, sebuah strategi tidak akan berjalan jika tidak dikaji, dan dirumuskan terlebih dahulu melalui model bisnis. Tanpa model bisnis yang baik maka strategi bisnis di perusahaan tidak dapat berjalan dengan optimal (Chesbrough, 2006).

Sesuatu yang dicapai untuk menghasilkan tujuan ialah strategi. Beberapa korporasi mungkin mempunyai tujuan yang sama, meskipun untuk mendapatkan tujuan yang diinginkan tak sama. Strategi adalah sebuah istilah yang sering diidentikkan dengan taktik yang secara bahasa dapat diartikan sebagai *concerning the movement of organisms in response to external stimulus* (suatu yang terkait dengan gerakan organisme dalam menjawab stimulus dari luar). Berdasarkan secara konseptual, strategi juga diartikan sebagai sesuatu landasan yang bisa diterapkan untuk mendapatkan hasil maupun tujuan yang diinginkan (Fira, Syaifullah, dkk., n.d.).

Perumusan strategi merupakan proses penyusunan langkah-langkah ke depan yang dimaksudkan untuk membangun visi, dan misi organisasi, menetapkan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tujuan strategis dan keuangan perusahaan, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan tersebut dalam rangka menyediakan *customer value* terbaik. Beberapa langkah yang perlu dilakukan perusahaan dalam merumuskan strategi, yaitu (Amalia, Hidayat, dan Budiarmo, 2012).

1. Mengidentifikasi lingkungan yang akan dimasuki oleh perusahaan dimasa depan, dan menentukan misi perusahaan untuk mencapai visi yang dicita-citakan dalam lingkungan tersebut.
2. Melakukan analisis lingkungan internal, dan eksternal untuk mengukur kekuatan, dan kelemahan serta peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh perusahaan dalam menjalankan misinya.
3. Merumuskan faktor-faktor ukuran keberhasilan (*key success factors*) dari strategi-strategi yang dirancang berdasarkan analisis sebelumnya.
4. Menentukan tujuan, dan target terukur, mengevaluasi berbagai alternatif strategi dengan mempertimbangkan sumber daya yang dimiliki, dan kondisi eksternal yang dihadapi.
5. Memilih strategi yang paling sesuai untuk mencapai tujuan jangka pendek, dan jangka panjang.

Manajemen strategis merupakan proses manajemen yang komprehensif, dan berkelanjutan yang ditujukan untuk memformulasikan, dan mengimplementasikan strategi yang efektif. Hal ini merupakan sebuah cara untuk menggapai peluang, dan tantangan bisnis. Strategi yang efektif adalah strategi yang mendorong terciptanya suatu keselarasan yang sempurna antara organisasi dengan lingkungannya, dan antara organisasi dengan pencapaiannya dari tujuan strategisnya.

Mengimplementasikan strategi yang efektif maka alternatif strategi dapat dicapai sebuah lembaga tersebut dalam mencapai tujuannya. Sebagian besar bisnis dalam mengembangkan strategi terdapat dua tingkat yang berbeda. Kedua tingkat tersebut memberikan kombinasi yang kaya dari berbagai pilihan strategi bagi organisasi (Surepi, Rahmat, dan Julita, 2021).

1. Strategi Tingkat Bisnis (*Business Level Strategy*). Strategi tingkat bisnis adalah serangkaian strategi alternatif yang dipilih organisasi pada saat organisasi tersebut berbisnis dalam suatu industri atau pasar tertentu. Alternatif semacam itu membantu organisasi untuk memfokuskan usaha persaingannya dalam setiap industri atau pasar tertentu.
2. Strategi Tingkat Korporasi (*Corporate Level Strategy*). Strategi tingkat korporasi adalah serangkaian alternatif strategi yang dipilih organisasi pada saat organisasi mengelola operasinya secara simultan di beberapa industri atau di beberapa pasar (mengembangkan suatu strategi yang sifatnya menyeluruh).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk mencapai tujuan organisasi atau bisnis diperlukan alat yang berperan sebagai akselerator dan dinamisator sehingga tujuan dapat tercapai secara efektif, dan efisien. Sejalan dengan hal tersebut, strategi diyakini sebagai alat untuk mencapai tujuan perusahaan. Strategi adalah rencana yang disatukan menyeluruh, dan terpadu yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama organisasi dapat dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi (Wijaya, 2019).

2.2 Strategi Pengembangan Bisnis

Pengembangan strategi adalah keinginan untuk bertindak yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dalam pengembangan bisnis demi merealisasikan. Selain itu, pengembangan taktikal juga berpengaruh untuk kehidupan komunitas dalam jangka panjang, setidaknya selama lima tahun. Oleh karena itu, jenis pengembangan strategi untuk masa depan ditemukan. Fungsi pengembangan strategi adalah untuk perumusan (Nurfitriyenni, 2021).

Menurut David (2011) manajemen strategi adalah seni dan pengetahuan untuk memformulasikan, mengimplementasikan, dan melakukan evaluasi keputusan lintas fungsi yang memungkinkan organisasi mencapai tujuan. Pendapat ini menekankan bahwa strategi pada dasarnya adalah sebuah cara sistematis yang telah dirancang oleh perusahaan agar mampu mencapai tujuannya (Susanto, 2017).

Tujuan bisnis, dan mempertimbangkan beberapa faktor internal maupun eksternal yang dihadapi korporasi atau organisasi. Perumusan strategi ialah suatu perencanaan korporasi dalam jumlah yang panjang untuk pengurusan berkesan peluang, dan ancaman alam sekitar, dari segi kekuatan dan kelemahan perbadanan (Fira dkk., n.d.). Berikut dua faktor analisis strategi pengembangan bisnis (Sukarno dan Ahsan, 2021).

1. Analisis Lingkungan Internal

Analisis lingkungan internal adalah cara melakukan identifikasi dan analisis berbagai hal yang terdapat di dalam lingkungan perusahaan seperti sumber daya, pengembangan manajemen perusahaan, dan kerja sama tim. Analisis lingkungan internal merupakan pendekatan fungsi-fungsi bisnis sebagai sebuah tindakan yang bertujuan untuk melakukan analisis faktor internal perusahaan yang terdiri dari kelebihan, dan kekurangan perusahaan. Analisis lingkungan internal biasanya dilakukan pada fungsi-fungsi seperti manajemen, pemasaran, keuangan, produksi, dan operasional.

2. Analisis Lingkungan Eksternal

Analisis lingkungan eksternal merupakan sebuah strategi untuk menganalisis berbagai peluang, dan ancaman dari luar yang akan dihadapi perusa-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

haan untuk bersaing dengan kompetitor bisnis, dan memenangkan persaingan bisnis. Terdapat lima kategori faktor eksternal yang terdiri dari faktor ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan, pemerintah, teknologi, dan industri yang kompetitif. Kelima faktor tersebut harus terus menerus dipantau oleh perusahaan agar perusahaan mampu, dan terus beradaptasi terhadap perubahan di luar lingkungan perusahaan.

2.3 Strategi Bersaing

Strategi bersaing adalah mengembangkan rencana mengenai bagaimana bisnis akan bersaing, apa yang seharusnya menjadi tujuannya, dan kebijakan apa yang diperlukan untuk mencapai tujuan tersebut. Definisi *Competitive Marketing Strategy* atau strategi bersaing adalah kombinasi antara akhir & tujuan yang diperjuangkan oleh perusahaan dengan alat (kebijaksanaan), dan perusahaan berusaha sampai kesana. Dapat disimpulkan strategi bersaing adalah strategi untuk mengembangkan perencanaan, implementasi, dan evaluasi setiap kegiatan yang dilakukan dengan tujuan akhir perusahaan dapat tercapai (Lantang, Soegoto, dan Mandagie, 2018).

Menurut Porter (2007) menjelaskan strategi bersaing (*Porter's Five Forces*) dengan mengenalkan 3 jenis strategi generik yaitu. (Elias, 2018).

1. Strategi Biaya Rendah (*Cost Leadership*).
Strategi biaya rendah menekankan pada upaya memproduksi produk standar dengan biaya per unit yang sangat rendah.
2. Strategi Pembedaan Produk (*Differentiation*).
Strategi pembedaan produk mendorong perusahaan untuk menemukan keunikan tersendiri dalam pasar yang jadi sasarannya. Strategi jenis ini biasa ditujukan kepada para konsumen potensial yang relatif tidak mengutamakan harga dalam pengambilan keputusannya (*price insensitive*).
3. Strategi Fokus
Strategi fokus digunakan untuk membangun keunggulan bersaing pada segmen pasar yang lebih sempit. Strategi jenis ini ditujukan untuk melayani kebutuhan konsumen yang jumlahnya relatif kecil, dan dalam pengambilan keputusannya pembelian relatif tidak dipengaruhi oleh harga. Strategi ini biasa digunakan oleh pemasok *niche market* (segmen khusus & khas dalam pasar tertentu).

2.4 Jenis-Jenis Strategi

Berdasarkan sifatnya, strategi memiliki beberapa jenis, yaitu. (Rangkuti, 2016)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Strategi manajemen, termasuk taktikal yang dilaksanakan, dan dimanajemen berdasarkan orientasi taktikal lebih luas. Contohnya, taktikal untuk mengembangkan suatu barang.
2. Strategi investasi, adalah agenda yang berpusat pada investasi. Contohnya, dimana suatu korporat ingin melaksanakan taktikal yang perkembangan yang pesat atau menerapkan penekanan pada pusat pasar.
3. Strategi bisnis, Biasanya dikenal fungsional pada taktikal bisnis yang ada serta berpusat pada multi fungsi agenda manajemen. Contohnya, taktikal pemasaran, dan sebagainya.

2.5 Perumusan Strategi

Pada perumusan strategi ini perlu diperhatikan untuk mengenal ancaman yang mengancam korporat, dan pasarnya.

1. Misi, adalah poros utama dibentuknya sebuah komunitas, misi harus dibuat dengan baik, hal ini mendasari tujuan sebuah korporat, komunitas.
2. Kebijakan, ialah sebuah tiang aturan dalam pengambilan keputusan maupun cara-cara sebuah korporat memutuskan sesuatu.
3. Strategi, ialah rumusan komprehensif mengenai bagaimana korporat meraih misi serta tujuannya.
4. Tujuan ialah tahap akhir proses merencanakan misi.

2.6 Tingkat Strategi Pada Perusahaan

Strategi perusahaan merupakan serangkaian proses perencanaan jangka pendek, dan jangka panjang sebuah perusahaan. Oleh karena itu, dalam merumuskan strategi perusahaan sangatlah diperlukan pemikiran matang. Dalam menyusun strategi digunakan proses analisis. Hal ini dilakukan untuk melakukan sinkronisasi terhadap visi, misi, sasaran, tujuan, dan budaya perusahaan. Selanjutnya, dalam menentukan alternatif strategis yang layak, perencanaan strategis harus dapat melakukan proses evaluasi, dan meninjau kembali visi, misi, dan tujuan perusahaan. Setelah itu barulah melakukan proses generalisasi, evaluasi, dan pemilihan alternatif strategi terbaik. Dari sini dapat diketahui bahwa dalam penentuan strategi dengan menganalisis situasi membutuhkan komitmen yang kuat dari para manajemen perusahaan. Manajemen perusahaan harus mampu menggabungkan antara peluang eksternal, dan kekuatan internal sehingga menghasilkan *corporation's distinctive competence*. Berbagai tingkat strategi perusahaan yang dapat dilakukan antara lain:

1. Strategi di Tingkat Korporat (*Corporat Strategy*) Stephenson (1980) mengatakan bahwa strategi korporat adalah strategi yang disusun dalam suatu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bisnis, dimana perusahaan akan melakukan persaingan dengan cara mengubah *distinctive competence* menjadi *competitive advantage*. Sedangkan menurut Porter, Millar, dkk (1985) dalam menyusun strategi korporat, yang perlu dilakukan adalah mengetahui dengan pasti keunggulan bersaing yang dimiliki oleh perusahaan, dan penempatannya pada unit-unit bisnis yang ada. Dari pendapat tersebut, dapat diambil kesimpulan bahwa strategi di tingkat perusahaan memberikan dasar untuk mengembangkan strategi di tingkat yang lebih rendah atau ditingkat unit bisnis, dan fungsional.

2. Strategi di Tingkat Unit Bisnis (*Strategic Business Units*). Menurut Iskandar dan Rangkuti (2008), perusahaan yang mempunyai berbagai jenis produk, akan bersaing diberbagai tingkatan bisnis, dan pasar. Oleh karena itu, strategi perusahaan ditekankan pada *strategic business units*. Penggunaan *strategic business* unit terdiri dari satu atau lebih unit divisi, lini produk atau beberapa jenis produk. Perencanaan strategis harus didukung dengan suatu kompetensi inti, mengingat persaingan yang sudah semakin kerasnya. Dalam melihat kompetensi inti perusahaan, setidaknya dibutuhkan tiga kriteria:
 - (a) Nilai Pelanggan, yaitu memberikan manfaat yang lebih kepada pelanggan.
 - (b) Diferensiasi bersaing, yaitu kemampuan yang unik dari segi daya saing.
 - (c) Dapat diperluas, seiring dengan tuntutan pasar untuk dapat terus berkembang.
3. Strategi Fungsional (*Functional Strategic*) Rangkuti (2008) menjelaskan bahwa, strategi fungsional lebih bersifat operasional karena akan langsung diimplementasikan oleh fungsi-fungsi manajemen yang ada di bawah tanggung jawabnya. Misalnya, fungsi manajemen pemasaran, fungsi manajemen keuangan, dan fungsi manajemen sumber daya manusia. Sebelum melakukan pengembangan perencanaan strategis, maka manajemen perusahaan perlu melakukan analisa tentang hubungan antara fungsi-fungsi manajemen perusahaan dengan mempelajari struktur perusahaan (*corporate's structure*), budaya perusahaan (*corporate's culture*), dan sumber daya perusahaan (*corporate's resource*).

2.7 Pengembangan Usaha

2.7.1 Pengertian Pengembangan

Strategi pengembangan usaha merupakan peningkatan volume produksi, mempertahankan kualitas, dan mutu pelayanan kepada konsumen, dan distributor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta mengusahakan sertifikasi organik, mempertahankan, dan meningkatkan upaya *quality control* terhadap produk, memperluas jaringan distribusi, dan pemasaran, serta meningkatkan upaya promosi produk, dan mengusahakan kemasan, dan label produk untuk meningkatkan, dan mempertahankan loyalitas konsumen serta melakukan penetrasi pasar, mempertahankan kualitas produk dan meningkatkan mutu pelayanan kepada konsumen, mengubah kemasan, dan melengkapi labelisasi pada produk, melakukan pengembangan produk, melakukan efisiensi biaya, membina, dan mempertahankan hubungan baik dengan pemasok, meningkatkan kualitas sumberdaya manusia dalam kemampuan manajemen pelatihan (Rahmatang dkk., 2019).

Menurut Afridhal (2017) strategi pengembangan adalah rencana tindakan yang membutuhkan keputusan manajemen yang baik dalam pengembangan bisnis untuk mencapainya. Ini juga mempengaruhi kehidupan bisnis setidaknya enam bulan kemudian. Strategi pengembangan berguna untuk menilai aspek internal, dan sebaliknya. Pengembangan strategis adalah rencana jangka panjang untuk mengelola peluang dan ancaman ekosistem secara efektif. Pengembangan strategi melibatkan berbagai kegiatan, mulai dari memperluas visi, dan misi perusahaan hingga mengidentifikasi kelemahan perusahaan. Strategi pengembangan bisnis terdiri dari beberapa kelompok. 1) Strategi manajemen, 2) Strategi investasi, 3) Strategi bisnis.

2.7.2 Tahapan Pengembangan Usaha

Dalam melakukan kegiatan pengembangan usaha, seseorang wirausaha pada umumnya melakukan pengembangan kegiatan usaha tersebut melalui tahap-tahap pengembangan usaha yaitu (Surepi dkk., 2021).

1. Memiliki ide usaha awal usaha seorang wirausaha berasal dari suatu ide usaha. Ide usaha yang dimiliki seorang wirausaha dapat berasal dari berbagai sumber. Ide usaha dapat muncul setelah melihat keberhasilan bisnis orang lain dengan pengamatan. Selain itu ide usaha juga dapat timbul karena adanya *sense of business* yang kuat dari seorang wirausaha.
2. Penyaringan ide & konsep usaha pada tahap selanjutnya, wirausahawan akan menuangkan ide usaha ke dalam konsep usaha yang merupakan tahap lanjut ide usaha ke dalam bagian bisnis yang lebih spesifik. Penyaringan ide-ide usaha akan dilakukan melalui suatu aktifitas penilaian kelayakan ide usaha secara formal maupun yang dilakukan secara informal.
3. Pengembangan rencana usaha (*business plan*), wirausaha adalah orang yang melakukan penggunaan sumber daya ekonomi untuk memperoleh keuntungan. Maka komponen utama dari perencanaan usaha yang akan dikem-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

bangkan oleh seorang wirausaha adalah perhitungan proyeksi rugilaba dari bisnis yang dijalankan. Proyeksi laba rugi merupakan muara dari berbagai komponen perencanaan bisnis lainnya yaitu perencanaan bisnis yang bersifat operasional. Untuk menyusun rencana usaha (*business plan*), para wirausahawan memiliki perbedaan yang dalam membuat rincian rencana usaha.

4. Implementasi rencana usaha, dan pengendalian usaha rencana usaha yang telah dibuat baik secara rinci maupun global, tertulis maupun tidak tertulis selanjutnya akan diimplementasikan dalam pelaksanaan usaha. Rencang usaha akan menjadi panduan bagi dalam pelaksanaan usaha yang akan dilakukan seorang wirausaha. Pada kegiatan implementasi rencana usaha, seorang wirausaha akan mengarahkan berbagai sumber daya yang dibutuhkan seperti modal, material, dan tenaga kerja untuk menjalankan kegiatan usaha. Mengidentifikasi tahapan sangat penting dalam pengembangan usaha, dan kapan hal tersebut terjadi. Terkadang perlu membahas tahapan-tahapan yang sudah dilakukan, sehingga pengkaji memahami seberapa cepat usaha telah berkembang sampai pada titik persiapan rencana usaha. Untuk keperluan perencanaan, menyiapkan jadwal yang jauh lebih rinci sebagai kalender waktu, dan tindakan atau kalender implementasi adalah lebih baik. Jadwal ini biasanya tidak dimasukkan ke dalam rencana usaha yang disajikan. Rincian ini akan membantu wirausahawan menetapkan rencana kemajuan usaha yang realistis. Beberapa hal yang perlu dipertimbangkan adalah sebagai berikut (Ford, Bornstein, dan Pruitt, 2008).

1. Kemajuan akan terjadi lebih lambat dari yang diantisipasi, khususnya ketika diperlukan kerja sama dari individu atau organisasi eksternal. Meski usaha mungkin dianggap paling penting bagi wirausahawan, tetapi bagi penanam modal usaha, pemberi pinjaman, pemasok atau pengacara mungkin tidak begitu penting. Oleh karena itu mungkin akan terjadi keterlambatan.
2. Batas nyaman yang mencukupi harus selalu dimasukkan dalam perencanaan. Lakukan pendekatan kepada sumber dana dengan baik sebelumnya, dan biarkan terjadinya keterlambatan dalam penyerahan, dan pemasangan perlengkapan.
3. Dalam menyiapkan jadwal tahapan yang penting, tawarkan jadwal yang ambisius tetapi dapat dipenuhi atau dilampaui. Dengan cara ini, wirausahawan dapat membangun reputasi untuk mencapai sasaran, yang akan meningkatkan kredibilitas dimasa mendatang.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.7.3 Jenis-Jenis Pengembangan usaha

Menurut David (2001), strategi boleh dikelompokkan kepada empat kumpulan strategi, ialah:

1. Strategi Integrasi Vertikal
Strategi ini mengharuskan korporasi untuk melakukan kontrol yang lebih besar terhadap mitra distribusi, supplier, contohnya lewat penggabungan, pengakuisisian, atau memulai bisnis sendiri.
2. Strategi Intensif
Strategi ini memerlukan upaya yang terus-menerus demi membangun posisi kompetitif korporasi melalui produk yang ada.
3. Strategi Diversifikasi
Strategi ini digunakan untuk produk baru. Strategi ini menjadi semakin tidak terkenal, setidaknya mengingat sulitnya manajemen dalam mengendalikan aktivitas berbagai korporasi.
4. Strategi Bertahan
Strategi ini meminta korporasi untuk mengambil langkah-langkah untuk menyelamatkannya dari kerugian besar yang pada akhirnya diterjemahkan menjadi kebangkrutan.

2.8 Analisis *Strength, Weakness, Opportunity, Threats* (SWOT)

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012) menyatakan analisis ini digunakan untuk menganalisis kekuatan, dan kelemahan suatu organisasi, dan mengenali potensi peluang, dan ancaman. SWOT memberikan dasar yang baik untuk diskusi lebih lanjut, pengambilan keputusan, dan akhirnya membuat inovasi disekitar model bisnis (Pratama dan Azis, 2018).

Analisis SWOT digunakan untuk analisis faktor internal, dan eksternal dengan tujuan mengetahui posisi perusahaan berdasarkan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor yang disusun secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan yang didasarkan pada logika yang dapat menganalisis Kekuatan (*Strength*), dan Peluang (*Opportunity*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan Kelemahan (*Weakness*), dan Ancaman (*Threat*) (Narto, Hm, dkk., 2020).

Strategi *Strength Opportunity* menggunakan kekuatan internal perusahaan untuk meraih peluang-peluang yang ada diluar perusahaan, Jika perusahaan memiliki banyak kelemahan, perusahaan harus mengatasi kelemahan agar kuat. Sedangkan jika menghadapi banyak ancaman maka perusahaan harus berusaha menghindarinya, dan berusaha berkonsentrasi pada peluang-peluang yang ada. Strategi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Weakness Opportunity untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang-peluang eksternal. Strategi *Strength Threat* untuk menghindari atau mengurangi dampak dari ancaman eksternal perusahaan sedangkan *Weakness Threat* merupakan cara bertahan dengan mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman (Susilowati, 2021).

Analisis SWOT juga dapat diartikan sebagai bentuk analisis deskriptif situasi, dan kondisi. Hal ini, menganalisis situasi, dan kondisi yang berperan sebagai elemen input, dan mengelompokkannya sesuai dengan perannya masing-masing. Perlu diketahui bahwa analisis SWOT hanya untuk menjelaskan situasi, dan tidak dapat digunakan sebagai alat analisis untuk pemecahan masalah (Rangkuti, 2016). Alat yang dipakai untuk membangun faktor strategis dalam penyelidikan ini ialah matriks EFAS dan IFAS, matriks SWOT dan metrik strategi utama.

2.8.1 Matriks EFAS dan Matriks IFAS

Matriks IFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor internal yang terdapat pada perusahaan. Matriks IFAS menggambarkan kondisi internal perusahaan yang terdiri dari kekuatan, dan kelemahan yang dihitung berdasarkan rating, dan bobot.

Matriks EFAS digunakan untuk mengetahui seberapa besar peranan dari faktor-faktor eksternal yang terdapat pada perusahaan. Matriks EFAS menggambarkan kondisi eksternal perusahaan yang terdiri dari peluang, dan ancaman yang dihitung berdasarkan bobot, dan rating (Malonda, Moniharapon, dan Loindong, 2019).

Menurut Rangkuti (2016), untuk membuat matrik strategi eksternal terlebih dahulu perlu mengidentifikasi faktor strategi eksternal (EFAS) Tabel 2.1 dan faktor strategi internal (IFAS) Tabel 2.2 yang dibuat dalam masing-masing tabel yang digunakan dengan cara sebagai berikut:

1. Pada kolom pertama (faktor strategis) disusun 5 hingga 10 faktor-faktor peluang, dan ancaman serta kekuatan, dan kelemahan.
2. Pada kolom kedua (bobot) berikan bobot pada masing-masing faktor, mulai dari 1,0 (sangat penting) sampai dengan 0,0 (tidak penting), tergantung dampaknya terhadap faktor strategis.
3. Pada kolom ketiga (rating) berikan nilai rating pada setiap faktor tersebut dengan skala 4 (*outstanding*) sampai dengan 1 (*poor*) berdasarkan pengaruhnya terhadap kondisi perusahaan. Pemberian nilai pada faktor peluang bersifat positif (peluang besar, dan kekuatan beri nilai rating +4, tetapi jika peluang atau kekuatannya kecil beri rating +1). Sementara untuk pemberian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

nilai ancaman, dan kelemahan adalah kebalikan nilai peluang, dan kekuatan yaitu, jika ancaman atau kelemahannya sangat besar maka nilainya 1, dan jika ancaman atau kelemahannya sedikit maka nilainya 4, dengan kata lain variabel yang bernilai positif diawali dengan skor besar (sangat bagus), dan kebalikannya variabel negatif diawali dengan skor kecil (sangat buruk).

4. Pada kolom keempat (skor) nilai pada kolom 2 (bobot) dikalikan dengan nilai pada kolom 3 (rating). Nilainya berkisar antara 4,0 (*out standing*) sampai 1,0 (*poor*).
5. Kolom kelima jika diperlukan isikan komentar terkait penilaian.
6. Kemudian jumlahkan nilai bobot setiap faktor pada baris terakhir variabel, begitu juga dengan faktor ancaman. Nilai bobot peluang, dan ancaman tidak boleh lebih dari 1,00 atau 100.
7. Lakukan hal yang sama untuk setiap faktor internal, dan eksternal.

Tabel 2.1. Matriks EFAS

Faktor Stategis Eksternal (EFAS)	Bobot (b)	Rating (r)	Skor (b*r)	Koment
Faktor Peluang (Opportunities)				
Variabel Peluang1	1,0 - 0,00	4-1	-	
Variabel Peluang2	1,0 - 0,00	4-1	-	
Variabel Peluang3	1,0 - 0,00	4-1	-	
Variabel Peluang4	1,0 - 0,00	4-1	-	
Jumlah	1,0	-	-	
Faktor Ancaman (Treat)				
Variabel Ancaman1	1,0 - 0,00	4-1	-	
Variabel Ancaman2	1,0 - 0,00	4-1	-	
Variabel Ancaman3	1,0 - 0,00	4-1	-	
Variabel Ancaman4	1,0 - 0,00	4-1	-	
Jumlah	1,0	-	-	

Tabel 2.2. Matriks IFAS

Faktor Stategis Eksternal (IFAS)	Bobot (b)	Rating (r)	Skor (b*r)	Koment
Kekuatan (Strength)				
Variabel Kekuatan1	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Variabel Kekuatan2	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Variabel Kekuatan3	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Variabel Kekuatan4	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Jumlah	1,0	-	-	
Kelemahan (Weakness)				
Variabel Kelemahan1	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Variabel Kelemahan2	1,0 - 0.00	4 – 1	-	

Tabel 2.2 Matriks IFAS (Tabel lanjutan...)

Faktor Stategis Eksternal (EFAS)	Bobot (b)	Rating (r)	Skor (b*r)	Koment
Variabel Kelemahan3	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Variabel Kelemahan4	1,0 - 0.00	4 – 1	-	
Jumlah	1,0	-	-	

2.8.2 Matriks SWOT

Matriks SWOT adalah alat yang dipakai untuk menyusun faktor-faktor s-trategi perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana pelu-ang, dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan disesuaikan dengan keku-atan, dan kelemahan yang dimiliki (Malonda dkk., 2019).

Matrik SWOT menjelaskan tentang bagaimana peluang, dan ancaman pa-da faktor internal, dan eksternal yang dihadapi dapat disesuaikan dengan kekuatan serta kelemahan pada faktor internal yang dimiliki (Rangkuti, 2016). Matrik ini menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategi seperti gambar Gambar 2.1.

EFAS \ IFAS	S (Strength) Tentukan faktor2 kekuatan internal	W (Weakness) Tentukan faktor2 kelemahan internal
	O (Opportunity) Tentukan faktor2 peluang eksternal	T (Threat) Tentukan faktor2 ancaman eksternal
	Strategi SO: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Strategi WO: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
	Strategi ST: Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Strategi WT: Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

Gambar 2.1. Contoh Matrik SWOT

Berdasarkan beberapa teori dari para ahli disimpulkan bahwa analisis S-WOT merupakan perangkat pencocokan yang penting yang membantu manajer mengembangkan empat tipe strategi: Strategi SO (*Strengths- Opportunities*), S-trategi WO (*Weaknesses-Opportunities*), Strategi ST (*Strengths-Threats*), dan S-trategi WT (*Weaknesses-Threats*), dan matriks ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang, dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan, dan kelemahan yang dimilikinya.

Menurut (Rangkuti, 2016) Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai fak-tor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Matriks SWOT adalah

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

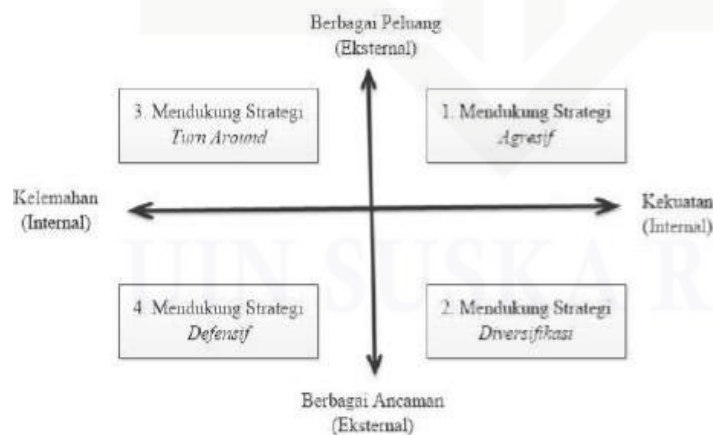
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebuah alat pencocokan yang penting yang membantu para manajer mengembangkan empat jenis strategi, yaitu (Wahyuningsih, Sagala, Rahmadani, Arifah, dan Sari, 2021).

1. Strategi SO (*Strength-Opportunity*), memanfaatkan kekuatan internal perusahaan untuk menarik keuntungan dari peluang eksternal. Semua manajer tentunya menginginkan organisasi mereka berada dalam posisi dimana kekuatan internal dapat digunakan untuk mengambil keuntungan dari berbagai tren, dan kejadian eksternal.
2. Strategi WO (*Weakness-Opportunity*), strategi ini bertujuan untuk memperkecil kelemahan-kelemahan internal perusahaan dengan memanfaatkan peluang perusahaan.
3. Strategi ST (*Strength-Threat*), menggunakan kekuatan sebuah perusahaan untuk menghindari atau mengurangi dampak ancaman eksternal. Hal ini bukan berarti bahwa suatu organisasi yang kuat harus selalu menghadapi ancaman secara langsung didalam lingkungan eksternal.
4. Strategi WT (*Weakness-Threat*), merupakan taktik *defensive* yang diarahkan untuk mengurangi kelemahan internal serta menghindari ancaman eksternal.

2.8.3 Matrix Grand Strategy

Matrix grand strategy, digambarkan dengan empat sukuan yaitu sukuan pada paksi-x (dalam), dan sukuan pada paksi-y (luar). Kuadran satu (kekuatan) berada pada paksi X positif, dan paksi Y positif. Jika anda berada dalam kedudukan ini strateginya adalah agresif. Kuadran dua (ancaman) berada pada paksi X positif dan paksi Y negatif. Jika anda berada dalam kedudukan ini strategi yang digunakan ialah pembedaan dapat dilihat pada Gambar 2.2



Gambar 2.2. Matrik grand Strategy

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Untuk mengetahui posisi objek pada kuadran diagram cartesius diatas, maka digunakan rumus Persamaan 2.1.

$$(x,y) = \frac{S-W}{2}; \frac{O-T}{2} \quad (2.1)$$

2.9 Business Model Canvas

Model bisnis canvas merupakan model yang diperkenalkan oleh Osterwalder dan Pigneur pada tahun (2009) yaitu sebuah model bisnis yang dibangun terdiri atas sembilan komponen. Menurut Osterwalder, Pigneur, dan Smith mengatakan bahwa model bisnis canvas merupakan model bisnis yang digunakan untuk menjelaskan, menggambarkan, menilai, dan merancang model bisnis (Suwarni dan Handayani, 2020). BMC yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur adalah metode yang paling banyak digunakan oleh perusahaan yang mencari model bisnis yang berskala kecil, menguntungkan, dan berulang. BMC disajikan dalam bentuk visual sehingga lebih mudah dimengerti oleh pembacanya yang dibagi menjadi sembilan model utama, kemudian dipisahkan lagi menjadi komponen kanan (sisi kreatif), dan kiri (sisi logis) seperti otak manusia (Zulkarnain, Saputra, dan Silvia, 2020).

Business canvas adalah sesuatu yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi yang menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Model bisnis dapat dijelaskan dengan sangat baik dengan 9 blok bangunan dasar yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang (Nurjaman, Aurachman, dan Tripiawan, 2021).

Penerapan bisnis model canvas membantu *entrepreneurs* untuk mengadopsi pendekatan dinamis untuk pengembangan model bisnis yang akan mencerminkan realitas lingkungan bisnis mereka yang kompetitif (Borseman, Tanev, Weiss, dan Rasmussen, 2016).

Business Model Canvas terdiri dari 9 blok, penawaran meliputi manfaat yang ditawarkan (*value proposition*). Konsumen meliputi bina pelanggan (*customer relationship*), saluran (*channels*), segmen konsumen (*customer segments*). Infrastruktur terdiri dari kemitraan (*key partners*), kegiatan utama (*key activities*), dan sumber daya (*key resources*). Sedangkan keuangan terdiri atas biaya-biaya (*cost structure*), dan aliran pendapatan (*revenue streams*). Sembilan komponen dalam canvas business model tersebut adalah sebagai berikut:

1. Customer Segments

Customer Segments menunjukkan sekelompok orang atau organisasi yang ingin dilayani perusahaan. Pelanggan adalah inti dari semua *Business Mod-*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

el. Perusahaan dapat mengelompokkan pelanggan kedalam segmen yang berbeda berdasarkan kebutuhan, *behaviour* atau atribut yang lain.

2. *Value Propositions*

Value Proposition mendeskripsikan sejumlah produk atau layanan yang memberikan nilai (*value*) untuk segmen pelanggan yang spesifik. *Value proposition* inilah yang dapat menjadi alasan mengapa *customer* berpindah dari satu perusahaan ke perusahaan yang lain. Pada blok ini mendeskripsikan keunggulan produk, yaitu hal-hal yang ditawarkan perusahaan bagi pelanggannya yang merupakan keunggulan produk sehingga berbeda dari produk lain. *Value proposition* memecahkan permasalahan pelanggan atau memenuhi kebutuhannya.

3. *Channels*

Channels mendeskripsikan saluran bagaimana perusahaan dapat menyampaikan *Value proposition* kepada segmen pelanggan mereka. Komunikasi, distribusi, dan penjualan merupakan penghubung antara perusahaan, dan pelanggan. *Channels* dapat dibedakan menjadi dua tipe, yaitu langsung (tenaga penjual & *sales*, *website*, toko pribadi), dan tidak langsung (*partner stores*, *wholesaler*).

4. *Customer Relationship*

Customer Relationship mendeskripsikan jenis relasi yang dibangun perusahaan dengan pelanggan. Perusahaan harus menentukan jenis relasi dengan pelanggan, apakah personal atau *automated*.

5. *Revenue Streams*

Revenue Streams merepresentasikan pendapatan yang diperoleh dari tiap *Customer Segment*. Nilai keuntungan diperoleh dari biaya dikurangi dari pendapatan. Agar pendapat meningkat perusahaan perlu mengetahui *value* apa yang membuat *customer segment* mau membayar.

6. *Key Resources*

Key Resources mendeskripsikan aset atau sumber daya yang sangat penting (aset kunci) yang diperlukan agar sebuah *Business Model* berjalan. Sumber daya ini memungkinkan perusahaan untuk membuat, dan menawarkan *value proposition*, menggapai pasar, menjaga hubungan dengan *customer segments*, dan mendapatkan *revenue*. *key resources* dapat berbentuk fisik, finansial, intelektual atau manusia. *key resources* dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau didapatkan dari *partner*.

7. *Key Activities*

Key Activities mendeskripsikan semua aktivitas yang harus dilakukan pe-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

rusahaan agar *Business Model*-nya berjalan. *key activities* dapat dikategorikan atas *production*, *problem solving*, dan *platform & network*.

8. *Key Partnerships*

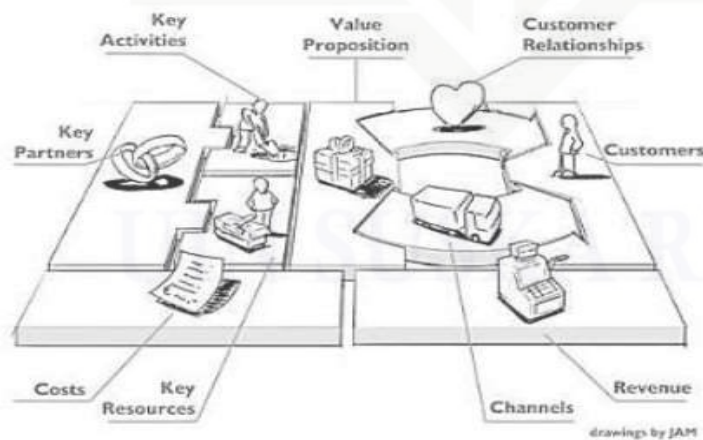
Key Partnership mendeskripsikan jaringan *supplier* atau *partner* yang membuat sebuah *Business Model* berjalan. Perusahaan membentuk relasi dengan *partner* untuk banyak alasan sehingga *partnership* menjadi hal yang sangat penting bagi banyak *Business Model*. Perusahaan membentuk aliansi untuk mengoptimalkan *Business Model*-nya, mengurangi resiko atau mendapatkan sumber daya tertentu.

9. *Cost Structure*

Cost Structure mendeskripsikan semua biaya yang timbul pada saat menjalankan sebuah *Business Model*. Biaya akan muncul ketika perusahaan membuat, dan menyampaikan *value*, memelihara *customer relationship*. Biaya-biaya tersebut akan dapat diidentifikasi setelah mendefinisikan *key resources*, *key activities*, dan *key partnership*.

Secara garis besar, perusahaan dapat memutuskan apakah akan mengutamakan penekanan biaya (*cost-driven*) atau mengutamakan keunggulan produk (*value-driven*). *Cost structure* terdiri atas beberapa karakteristik, seperti *fixed cost*, *variable cost*, *economies of scale* dan *economies of scope* (Suwarni dan Handayani, 2020).

Menurut Zott (2011) mengungkapkan bahwa model bisnis telah digunakan terutama dalam mencoba untuk mengatasi atau menjelaskan tiga fenomena. 1) *E-business*, dan penggunaan teknologi informasi dalam organisasi, 2) isu strategis, seperti penciptaan nilai, keunggulan kompetitif, dan kinerja perusahaan, dan 3) inovasi dan manajemen teknologi (Viali, Rifin, dan Saptono, 2018).



Gambar 2.3. Contoh *Business Model Canvas*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai *Business Model Generation* untuk mampu memberikan respon yang cepat terhadap keinginan pelanggan dengan memberikan nilai-nilai terbaik yang ada dalam perusahaan (Basya, Pratama, dan Pratikto, 2020). Model bisnis kanvas pada Gambar 2.3 digunakan untuk memberikan visualisasi model bisnis yang akan dibuat atau dikembangkan.

2.10 *Lean Canvas*

Lean Canvas merupakan sebuah metode yang diadaptasi dari BMC yang diciptakan oleh Ash Maurya dalam membuat semangat *lean* (perampingan) *startup lean* merupakan *startup* yang cepat, ringkas dan efektif. Meskipun awalnya memiliki dasar yang sama dengan BMC konvensional, akan tetapi terdapat beberapa perbedaan yang harus diketahui dalam menggunakan *lean canvas* dalam meraih target bisnis mereka (Mahendra, 2022).

Lean model canvas adalah penyesuaian dari BMC. *Lean Canvas* merupakan model yang lebih spesifik digunakan untuk *startup*. *Lean Canvas* terdiri atas 9 panel yaitu problem, *customer segments*, *unique value proposition*, *solution*, *channels*, *key metrics*, *unfair advantage*, *cost structure* dan *revenue streams* (Salma, Darmawan, dan Al-Anshary, 2017).

Lean canvas merupakan sebuah metode yang membantu para tokoh *startup* dalam memecahkan ide mereka supaya lebih mudah dibaca dan dipahami, dan *lean canvas* sangat memvisualisasikan sebuah ide bisnis kedalam satu tampilan sederhana karena metode ini lebih fokus pada masalah, solusi, parameter kunci, dan nilai kompetitif sebuah produk diciptakan. *Lean canvas* merupakan hasil adopsi dari bisnis model kanvas. BMC merupakan model yang dapat digunakan secara bersama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, hingga melakukan perubahan terhadap model bisnis melalui sembilan *segment* yang tersedia. *Lean canvas* juga dapat digunakan sebagai pendamping dalam proses perencanaan bisnis karena melalui *Lean canvas* dapat dilakukan dokumentasi model bisnis, pengukuran kemajuan bisnis, dan komunikasi terhadap stakeholder yang berkepentingan secara internal ataupun eksternal (Sama dan Chandra, 2021).

Athia, Saraswati, dan Normaladewi (2018) *lean canvas* ialah jenis bisnis yang telah diubah dibandingkan dengan model bisnis sebelumnya, ialah bisnis model canvas. Kritik untuk model bisnis ini, bagaimanapun, adalah bahwa model bisnis kanvas biasanya diterapkan pada perusahaan besar, sehingga tidak tepat bagi perusahaan baru untuk menggunakan model bisnis ini. *Lean canvas* ini merupakan pengembangan selanjutnya yang berasal dari metode BMC, total tersedia 9 hal yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

wajib di selesaikan berdasarkan penemuan dari praktek (Athia dkk., 2018).

1. Menetapkan segmentasi *customer* yang menjadi target. Ini yang bersangkutan dapat menjelaskan siapa yang menjadi target pasar bisnis nya. Targetnya dapat berdasarkan demografi, psikologis, gaya ataupun tingkah lakunya.
2. Mencari masalah yang jelas lalu mencari serta menentukan solusi untuk mengatasinya, yang bersangkutan harus mengenali 3 masalah yang menjadi poin penting untuk menyelesaikannya.
3. Apa solusi yang harus diberikan kepada pelanggan. Disini berisi sedikitnya 3 fitur dari barang yang diciptakan berdasarkan kepada masalah yang sedang dilalui oleh pengguna lalu akan diselesaikan.
4. Untuk menentukan nilai unik dari proposal bisnis. Arti dari kata *unique value proposition* adalah mengapa bisnis itu unik dibandingkan dengan korporasi lainnya. Apa yang membuat bisnis rintisan ini unik bagi orang lain. Inti nya ialah sifat dari produk *startup*.
5. Menentukan metode yang akan digunakan agar mendapatkan calon *customer*. Metode apa yang digunakan untuk mempromosikan solusi yang ditawarkan *startup* anda kepada calon *customer*.
6. Aliran pendapatan berisi mengenai cara kerja *startup* untuk menghasilkan uang hingga pada akhirnya, berapa banyak pendapatan yang diperoleh dari semua aliran pendapatan yang ada.
7. Tentang struktur biaya atau biaya yang harus di keluarkan untuk mengetahui anggaran yang ditetapkan, maka pendapatan tidak langsung juga dapat diketahui.
8. Ialah identifikasi metrik utama, seperti KPI (Indikator Kinerja Utama) atau batas dari pertumbuhan bisnis yang menjadi ukuran. Metrik dasar ini akan sangat berguna untuk mengetahui kemajuan kinerja bisnis per satuan waktu yang bisa harian, per minggu, per bulan atau mungkin per tahun.
9. Keuntungan yang tidak adil. Keunggulan yang tidak wajar merupakan sesuatu yang menyulitkan pesaing untuk mengikuti bisnis korporat. Semakin banyak keuntungan tidak adil yang mereka miliki, semakin tinggi penghalang untuk masuk (kesulitan manipulasi) ke dalam bisnis korporasi.

2.11 Profil CV. Kertasindo Aji Jaya

CV. Kertasindo Aji Jaya bergerak dibidang *waste paper* yang berdiri sejak 14 Juni 2021, beralamat di Jl. Raya Pakan Sinayan, Kamang Magek Bukittinggi. CV. Kertasindo Aji Jaya Merupakan gudang pemasok kertas bekas, segala jenis karton, dan sarang telur, tampilan yang ada pada CV. KAJ dapat dilihat pada Lampiran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

B Dari awal CV. Kertasindo Aji Jaya berdiri sampai saat sekarang ini perusahaan menjalin kerjasama bisnis dengan PT Indah Kiat *Pulp & paper* yang berlokasi di Jl. Raya Minas-Perawang KM 26 Kabupaten Siak Provinsi Riau.

1. Visi
”Menjadi perusahaan *waste paper* terdepan yang memprioritaskan kepuasan pelanggan”.
2. Misi
 - (a) Mengintegrasikan jasa pengiriman, pergudangan, pendistribusian serta kepabeanaan dalam satu sistem teknologi yang *innovative*, mudah & fleksibel.
 - (b) Mendorong pertumbuhan dan perkembangan usaha guna mencapai kesejahteraan karyawan.
 - (c) Meningkatkan tanggung jawab sosial sebagai bentuk kepedulian terhadap lingkungan sekitarnya.
 - (d) Pertimbangan yang matang, penuh kehati-hatian dan akurat adalah prinsip dasar layanan kami.
 - (e) Mengintegrasikan jasa pengiriman, pergudangan, serta kepabeanaan dalam satu sistem teknologi yang *innovative*, mudah & fleksibel.

3. Struktur Organisasi

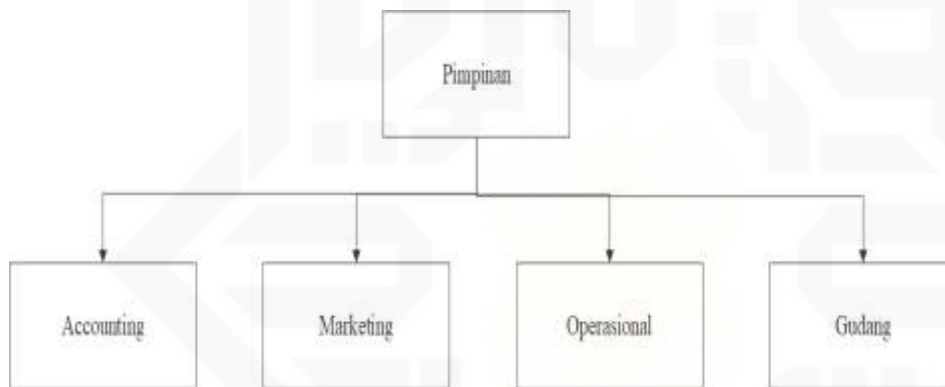
Berikut adalah tugas masing-masing pada bagian struktur organisasi pada CV. Kertasindo Aji Jaya yaitu:

- (a) Pimpinan
Pimpinan pada CV. Kertasindo Aji Jaya bertugas sebagai pengawas, dan penasehat
- (b) *Accounting*
Accounting pada CV. KAJ berjumlah 1 orang yang bertugas sebagai melakukan pencatatan, dan dokumentasi, serta bertugas menyusun laporan keuangan secara akurat.
- (c) *Marketing*
Pada bidang marketing berjumlah 1 orang yang bertugas untuk menjelaskan kepada pelanggan mengenai layanan yang ada pada CV. KAJ. Pada umumnya pelanggan akan mengajukan pertanyaan melalui telepon ataupun chat *WhatsApp*.
- (d) Gudang
Pada bagian gudang terdapat 3 layanan, yang pertama bagian bongkar barang yaitu berjumlah 3 orang untuk proses bongkar barang yang baru sampai ke gudang kemudian barang ditimbang dan dipisah pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

masing-masing posisi untuk membedakan barang karton ataupun jenis campur, seperti, kotak makanan ringan, kotak rokok, sarang telur. Layanan kedua yaitu menggunakan alat press yang berjumlah 6 orang yang bertugas untuk menyatukan barang karton sebelum dikirim pada mitra-nya, pada sekali proses menghasilkan 200kg per ikat nya setelah barang di press kemudian barang disusun pada suatu tempat sebelum dikirim pada mitra bisnis. Layanan ketiga menggunakan alat krem untuk penyusunan barang yang telah dipress sekaligus untuk muat barang ke atas fuso dengan muatan 13-14 ton sekali muat barang. Pada transportasi fuso sendiri CV. Kertasindo Aji Jaya menjalin kerjasama dengan salah satu perusahaan transportasi fuso. Struktur organisasi CV. Kertasindo Aji Jaya dapat dilihat pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4. Struktur Organisasi CV. Kertasindo Aji Jaya

2.12 Penelitian Terdahulu

Berikut penelitian terdahulu yang diperlukan untuk memperkuat teori-teori penelitian yang dilakukan, dapat dilihat pada Tabel 2.3

Tabel 2.3. Penelitian Terdahulu

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Marfuah dan Nopianti, n.d.)	<i>Business Development Strategy With Business Model Canvas Approach At Pakdhe Mie Chicken Shop-Cimanngis, Depok.</i>	Hasil penelitian menemukan bahwa elemen terkuat ditoko ini adalah <i>value propositions</i> , dan <i>key partnerships</i> , sedangkan untuk elemen terlemah adalah <i>customer segments</i> , dan <i>channels</i> .

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu (Tabel lanjutan...)

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
2	(Helms, Moore, dan Ahmadi, 2008)	<i>Information Technology (IT) and the Healthcare Industry: A SWOT Analysis</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan TI dapat mengubah industri perawatan kesehatan dengan peningkatan keselamatan, dan kepercayaan pasien. Memperbaiki kondisi peraturan layanan kesehatan yang dapat membantu pemangku kepentingan dalam perencanaan implementasi.
3	(Amanullah, Aziz, Hadi, dan Ibrahim, 2015)	<i>Comparison of business Model Canvas (BMC) Among the Three Consulting Companies</i>	Hasil penelitian ini menunjukkan perusahaan konsultan tersebut akan menggunakan teknik <i>ideation</i> untuk meningkatkan BMC
4	(Sinaga dan Tripiawan, 2021)	Pengembangan Bisnis Pada Usaha Kavling Produktif Perkebunan Kelapa Dengan Menggunakan Metode <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	Hasil penelitian ini menunjukkan beberapa usulan empat dari sembilan blok yang ada untuk dilakukan peningkatan. Empat blok itu adalah <i>key activities, key resources, value preposition, dan channels</i> . Hasil perhitungan matriks, hasil tertinggi yang diraih adalah SO.
5	(Haq dan Singgih, 2019)	Strategi Bisnis Perusahaan Kimia Menggunakan SWOT, dan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i>	Hasil penelitian ini diketahui bahwa pada kuadran I diagram SWOT, IFE, dan EFE skor adalah 3,54 dan 2,40, masing-masing. Skor ini diplot di zona IV, yang berarti tumbuh dan bangun, dalam matriks IFE-EFE. Hasil menunjukkan untuk peningkatan BMC direkomendasikan untuk <i>key resources, key partnership, keyactivities, dan channels</i> .
6	(Mustaniroh, Prabandias, dan Citraresmi, 2020)	Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i>	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sembilan elemen BMC menunjukkan model bisnis yang dijalankan perusahaan. Berdasarkan analisis SWOT strengths (0,259), weaknesses keterampilan SDM (0,325), Opportunities potensial (0,363), dan terbesar threat (0,615).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

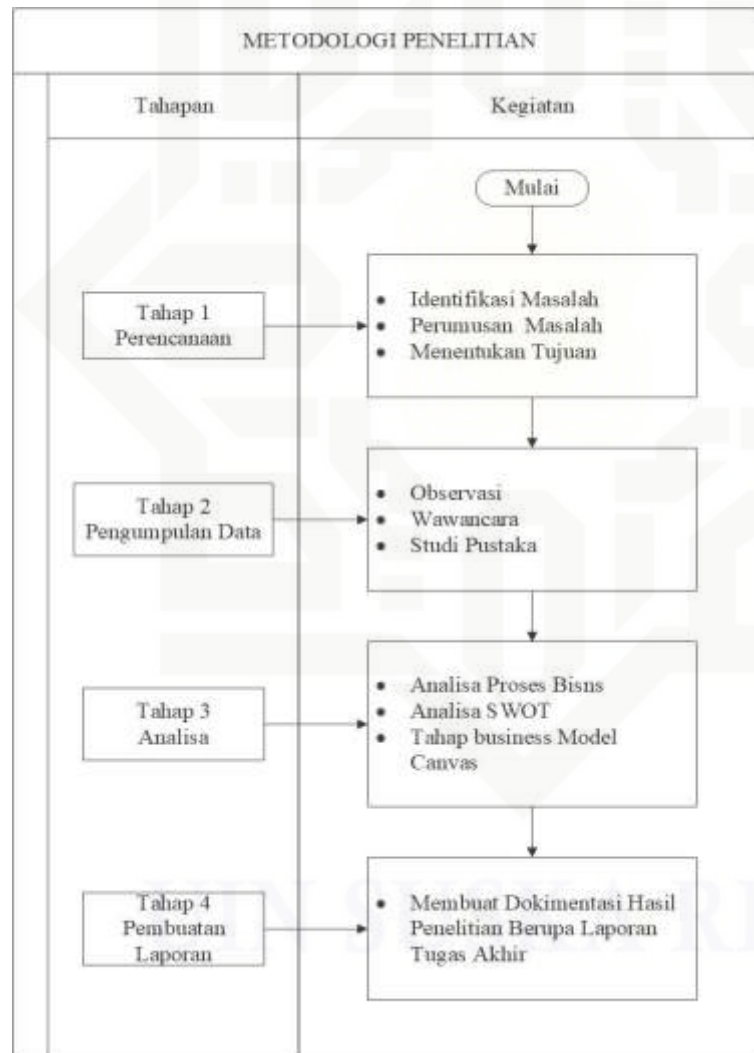
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu (Tabel lanjutan...)

No	Nama Penelitian	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
7	(Alam dan Kurniasih, 2020)	Strategi Pengembangan Bisnis Pendekatan Model Business Canvas Pada CV. HAKHENBIK	Hasil penelitian menunjukkan elemen yang paling kuat dalam <i>Business Model Canvas</i> adalah <i>Key Partnership</i> , yaitu <i>value propositions</i> . Elemen yang masih kurang adalah <i>Customer Relationships</i> dan selanjutnya adalah <i>Key Resources</i> . Berdasar analisis SWOT, yang perlu ditingkatkan elemen <i>customer relationships</i> dan yang perlu diperbaiki adalah <i>Key Resources</i>

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan langkah yang peneliti lakukan, dimulai dengan tahap pengumpulan data, dan menempatkan sketsa sederhana dari apa yang sedang dilemparkan, dan dilakukan dalam bentuk laporan. Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Hal ini dilakukan dengan menghitung berbagai variabel yang ditemukan dalam penelitian berdasarkan evaluasi pembobotan, dan penilaian serta menggambarkan setiap langkah untuk membuat perancangan kanvas model bisnis. Langkah demi langkah dalam diagram alur seperti yang ditunjukkan. Gambar 3.1.



Gambar 3.1. Metodologi Penelitian

3.1 Tahap Perencanaan

Tahap perencanaan adalah tahap awal yang harus dimulai terlebih dahulu ketika akan melakukan penelitian Tugas Akhir, tahap ini memiliki tiga tahap yang harus dilewati diantaranya sebagai berikut:

3.1.1 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berperan penting untuk melihat permasalahan yang ada pada CV. KAJ, dan menyelesaikannya. Identifikasi masalah dilakukan untuk melihat apakah masalah yang diterima dapat diatasi, dan bahas melalui penelitian yang dilakukan sehingga masalah tersebut dapat diselesaikan dengan tepat. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan langsung kelapangan, terdapat beberapa permasalahan yang ada pada CV. KAJ yaitu lokasi yang kurang strategis, fasilitas jalan yang kurang memadai, keterlambatan dalam pengiriman barang akibat proses bisnis yang tidak berjalan dengan baik, kompetitor yang dihadapi perusahaan yang tidak hanya lokal, dan terlebih kurangnya pemanfaatan, dan penerapan teknologi informasi pada CV. KAJ yang dapat menyebabkan kalahnya daya saing perusahaan.

3.1.2 Perumusan Masalah

Pada tahapan ini yang dilakukan adalah menentukan topik penelitian Tugas Akhir dari identifikasi permasalahan yang telah didapatkan pada saat melakukan penelitian dengan observasi dan wawancara langsung pada perusahaan yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi CV. KAJ dengan menggunakan metode SWOT dan perancangan BMC sebagai strategi bisnis perusahaan.

3.1.3 Menentukan Tujuan

Selanjutnya dilakukan penentuan tujuan dari penelitian ini agar Tugas Akhir lebih terarah dan mendukung dalam mencapai sasaran penelitian. Kemudian untuk menentukan proses bisnis yang tepat, dan dapat membantu perusahaan dalam bersaing.

3.2 Tahap Pengumpulan Data

Penelitian ini dilakukan di CV. KAJ, dimana penulis memberikan kontribusi untuk mengembangkan bisnis tersebut dengan menggunakan model canvas. Penelitian ini penulisawali dengan melakukan observasi dengan tujuan untuk mengetahui proses bisnis yang terjadi di CV. KAJ, cara promosi, dan sosialisasi.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.2.1 Observasi

Pada tahapan ini dilakukan untuk mengetahui situasi struktur organisasi CV. Kertasindo Aji Jaya dan alur proses bisnis yang sedang dijalankan di CV. Kertasindo Aji Jaya.

3.2.2 Wawancara

Pada bagian ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang lebih akurat mengenai CV. Kertasindo Aji Jaya, dan menyesuaikan hasil observasi atau kegiatan yang telah dilakukan sebelumnya. Berdasarkan wawancara yang dilakukan didapatkan informasi profil CV. Kertasindo Aji Jaya mulai dari berdirinya sampai dengan masa berkembangnya hingga saat ini.

3.2.3 Studi Pustaka

Bagian ini peneliti melakukan studi pustaka untuk mengumpulkan informasi dari penelitian sebelumnya yang berasal dari buku, jurnal, media *online* skripsi terdahulu yang berguna untuk mendapatkan pemahaman dalam menyelesaikan masalah yang hendak dikaji, dan mendapatkan rujukan yang tepat untuk membina strategi pengembangan bisnis yang tepat bagi CV. Kertasindo Aji Jaya.

3.3 Tahap Analisa

Pada tahapan ini penulis menggunakan analisa proses bisnis sebagai gambaran proses-proses bisnis, dan aktivitas yang terjadi pada CV. Kertasindo Aji Jaya.

3.3.1 Analisa Proses Bisnis

Analisa proses bisnis merupakan suatu kumpulan dari proses yang berisi aktivitas-aktivitas dari suatu organisasi. Suatu proses bisnis yang baik yaitu memiliki tujuan-tujuan yang efektifitas, dan efisiensi. Analisa proses bisnis pada CV. Kertasindo Aji Jaya yaitu berisi aktivitas-aktivitas alur bisnis perusahaan yang dilakukan setiap harinya yaitu dimulai dari proses transaksi jual beli, melayani *customer*, melakukan pengiriman barang, dan melakukan promosi. Berikut alur proses bisnis yang terdapat pada CV. Kertasindo Aji Jaya:

1. Pelayanan Transaksi Jual-Beli

Proses penjualan pada perusahaan ialah, *customer* datang kelokasi kemudian barang dibongkar untuk ditimbang dan memisahkan jenis karton dan *duplex* setelah ditimbang maka dapat ditentukan harga dan langsung melakukan pembayaran secara *cash*.

2. Pelayanan *Costumer*

Proses pelayanan *customer* pada perusahaan ialah, memberikan pelayanan baik kepada setiap pelanggan dengan memberikan kualitas produk yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik sesuai dengan SOP perusahaan pada mitra bisnis CV. Kertasindo Aji Jaya, pada setiap pembelian barang pelanggan langsung datang ke lokasi. Jenis barang yang sering dibeli yaitu berupa segala senis karton bekas, dan juga ada jenis *duplex*, *duplex* sendiri seperti kotak rokok, sarang telur, kotak makanan.

3. Pengiriman Barang

Proses pengiriman barang pada perusahaan ialah, sebelum barang dikirim terlebih dahulu barang akan dipress menggunakan alat press dengan berat 200kg per ikatnya kemudian barang dimuat menggunakan alat krem untuk menyusunnya didalam fuso, selanjutnya sopir akan dikasi surat jalan untuk mengantar barang pada mitra bisnis perusahaan.

4. Melakukan Promosi

Pada awal berdirinya CV. Kertasindo Jaya melakukan promosi barang hanya dengan melakukan penyebaran tentang perusahaan kepada pelanggan yang datang melalui pengambilan barang ke toko-toko yang ada pada sekitaran gudang untuk diberitahukan kepada orang lain. Kurangnya karyawan dibagian teknologi informasi dan secara tidak langsung promosi hanya dilakukan oleh para karyawan dengan memanfaatkan rekan, kerabat serta lingkungan sekitar.

3.3.2 Analisa SWOT

Analisa SWOT digunakan sebagai strategi dalam memaksimalkan kekuatan dan peluang serta meminimalkan kelemahan serta ancaman pada CV. Kertasindo Jaya.

1. Matrik IFAS dan EFAS

Menghitung matrik IFAS dan EFAS, nilai skor diperoleh dari hasil kali antara nilai bobot, dan nilai rating tiap-tiap variabel. Jumlah nilai skor setiap variabel merupakan nilai masing-masing faktor *strength*, *weakness*, *opportunity*, dan *threat* Tabel 3.1

Tabel 3.1. Contoh Tabel Matrik IFAS dan EFAS

Indikator	Bobot (b)	Rating (r)	Skor (b*r)
A	0,11	4	0,44
B	0,30	3	0,90
C	0,20	3	0,60
D	0,22	3	0,66
E	0,13	2	0,26
Total	0,96	-	2,86

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3.3.3 Matrik SWOT

Selanjutnya membuat matriks SWOT yang digunakan untuk menggambar peluang, dan ancaman yang mewakili kekuatan, dan kelemahan masing-masing menggunakan taktik S-O, W-O, S-T, dan WT yang menghasilkan 4 kemungkinan, empat di antaranya adalah:

- (a) Strategi SO, taktik yang digunakan sesuai dengan ketentuan komunitas, dengan menggunakan semua kekuatan komunitas yang digunakan, peluang akan diraih seluas-luasnya.
- (b) Strategi WO, taktik ini digunakan untuk mengatasi kelemahan peluang karena didasarkan pada peluang.
- (c) Strategi ST, taktik ini sering digunakan oleh perusahaan untuk menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman.
- (d) Strategi WT, taktik ini digunakan untuk mengurangi kelemahan dan menghindari ancaman

3.3.4 Matriks Grand Strategy

Matriks ini digambarkan dengan diagram kartesius. menggunakan rumus dari Persamaan. Untuk mengetahui posisi pada kuadran diagram kartesius, digunakan persamaan 3.1 berikut.

$$(x, y) = \frac{S-W}{2}; \frac{O-T}{2} \quad (3.1)$$

Nilai pada rumus S adalah nilai yang diperoleh dari total Kekuatan (*Strengths*) dikurangi nilai pada rumus W yang diperoleh dari jumlah total jumlah nilai Kelemahan (*Weakness*) dibagi dua, hasilnya adalah titik koordinat pada sumbu x. Selain itu, nilai dalam rumus O adalah nilai yang diperoleh dari jumlah total skor Peluang (*Opportunities*), dikurangi nilai dalam rumus T yang diperoleh dari skor jumlah Ancaman (*Threats*) dibagi dua hasilnya adalah koordinat titik pada sumbu y.

3.3.5 Tahap Business Model Canvas

Berdasarkan hasil analisis SWOT akan diperoleh posisi CV. Kertasindo Aji Jaya yang berkisar dari kuadran 1 sampai dengan 4. Langkah selanjutnya adalah mengembangkan kerangka model bisnis. Saat menyusun evolusi model bisnis, menggunakan hasil *matriks grand strategy* untuk menyempurnakan analisis sehingga perusahaan dapat melihat kemana arahnya. Strategi alternatif yang dipilih dengan bobot rating tertinggi harus diprioritaskan oleh perusahaan.

Analisis BMC digunakan untuk memberikan wawasan tentang apa yang da-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pat dilakukan di masa depan terkait inovasi produk, segmentasi pelanggan, perluasan jaringan, dan peluang yang dipetakan sederhana dalam bentuk kanvas. BMC memiliki sembilan elemen yang dapat memetakan seluruh aktivitas bisnis.

3.4 Tahap Pembuatan Laporan

Pada tahapan ini hasil analisa BMC digunakan untuk memberikan gambaran apa yang dapat dilakukan dimasa yang akan datang tentang inovasi-inovasi produk, segmen pelanggan, perluasan jaringan, dan peluang-peluang lainnya yang dipetakan secara sederhana dalam bentuk kanvas. BMC memiliki sembilan elemen yang dapat memetakan seluruh aktivitas perusahaan.

BMC pada CV. Kertasindo Aji Jaya digunakan untuk melihat secara keseluruhan perkembangan bisnis yang berjalan saat ini, dan dijadikan sebagai dasar pengembangan BMC usulan. BMC ini dikembangkan dengan mempertimbangkan usulan rencana strategis yang didapat dari analisa SWOT, dan menentukan nilai prioritas strategi pada CV. Kertasindo Aji Jaya model kanvas ini nantinya akan memberikan sebuah gambaran berbagai elemen yang menggerakkan roda bisnis perusahaan dalam mencapai tujuannya. Bagaimana memperluas segmen pelanggan, bagaimana cara menambahkan nilai terhadap produk, bagaimana CV. Kertasindo Aji Jaya menyampaikan nilai tersebut kepada pelanggan, dan bagaimana CV. Kertasindo Aji Jaya memelihara hubungan dengan pelanggan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada pengembangan bisnis menggunakan pendekatan Metode SWOT dan perancangan *business model canvas* sebagai strategi bisnis pada CV. Kertasindo Aji Jaya dapat disimpulkan bahwa.

1. Strategi terbaik yang diterapkan pada CV. Kertasindo Aji Jaya adalah *Strength Opportunity* (S-O) yaitu meningkatkan pelayanan kepada para pelanggan. Analisa yang dilakukan pada faktor internal, dan eksternal, matrik IFAS memiliki skor total 0,702 sementara matrik EFAS memiliki skor sebesar 0,670. Posisi dalam kuadran *matrix 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. Posisi ini merupakan posisi terbaik, karena perusahaan berada didaerah yang kuat, dan berpeluang. Strategi yang diterapkan oleh CV. Kertasindo Aji Jaya yaitu pertumbuhan yang agresif. Strategi agresif sendiri merupakan yang menggunakan seluruh kekuatan untuk merebut, dan memanfaatkan peluang secara maksimal.
2. Hasil akhir dari pemodelan BMC seperti terlihat pada Gambar 4.6 yang merupakan hasil gambar usulan pemodelan BMC yang baru pada CV. Kertasindo Aji Jaya. Terdapat beberapa perubahan dengan menambahkan beberapa usulan kedalam elemen-elemen BMC antara lain pada elemen *channels*, *face to face*, media sosial, dan juga spanduk. Pada elemen *key activities* yaitu melaksanakan training serta melakukan pemeliharaan terhadap peralatan, dan pelaksanaan sesuai dengan SOP yang telah berlaku. Pada elemen *value propotision* yaitu adanya jasa jemput barang, tawaran harga lebih tinggi, buka 24 jam, dan juga ada nya retail. Sedangkan pada elemen *revenue streams* dapat menambahkan penjualan pada produk serta layanan jemput barang.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka penulis memberikan beberapa saran pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Membuat situs *website* perusahaan maupun menggunakan media sosial seperti Facebook, Whatsapp, Tiktok dan Instagram untuk melakukan pengenalan mengenai perusahaan agar lebih dikenal dikalangan masyarakat lokal

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

maupun diluar daerah.

2. Lebih meningkatkan pelayanan agar *customer* ataupun rekan bisnis puas, nyaman, dan senang menjalin hubungan dengan perusahaan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, M. S., dan Kurniasih, A. (2020). Determinant of capital structure of property & real estate companies in indonesia stock exchange. *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting*, 1(4), 659–668.
- Amalia, A., Hidayat, W., dan Budiatmo, A. (2012). Analisis strategi pengembangan usaha pada ukm batik semarangan di kota semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 282–294.
- Amanullah, A., Aziz, N., Hadi, F., dan Ibrahim, J. (2015). Comparison of business model canvas (bmc) among the three consulting companies. *International Journal of Computer Science and Information Technology Research*, 3(2), 462–471.
- Athia, I., Saraswati, E., dan Normaladewi, A. (2018). Penerapan business model canvas (bmc) untuk mendorong mindset kewirausahaan di kalangan mahasiswa universitas islam malang. *JU-ke (Jurnal Ketahanan Pangan)*, 2(1), 66–75.
- Basya, M. M., Pratama, R. S. I., dan Pratikto, M. I. S. (2020). Strategi pengembangan fintech syariah dengan pendekatan business model canvas di indonesia. *Oeconomicus Journal of Economics*, 4(2), 180–196.
- Borseman, M., Tanev, S., Weiss, M., dan Rasmussen, E. S. (2016). Lost in the canvases: Managing uncertainty in lean global startups. Dalam *Ispim innovation symposium* (hal. 1).
- Chesbrough, H. (2006). *Open business models: How to thrive in the new innovation landscape*. Harvard Business Press.
- Djufri, W., dan Lukman, S. (2020). Strategi pengembangan workshop pt semen padang (pendekatan analisis swot dan model bisnis kanvas). *Menara Ilmu*, 14(2).
- Elias, M. C. (2018). Analisis strategi bersaing pada perusahaan biro perjalanan di malang. *Agora*, 6(2).
- Fira, Z., Syaifullah, S., dkk. (n.d.). Analisa strategi pengembangan bisnis menggunakan strategi pengembangan menggunakan pendekatan swot analysis dan business model canvas. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 68–77.
- Ford, B. R., Bornstein, J. M., dan Pruitt, P. T. (2008). *The ernst & young business plan*. Ufuk Publishing House.
- Gondosaputro, H. M. (2017). Analisis business model canvas pada cv. triputra perkasa. *Agora*, 5(1).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Haq, A. I., dan Singgih, M. L. (2019). Business strategy of chemical company using swot and business model canvas approach. *IPTEK Journal of Proceedings Series*(5), 34–42.
- Helms, M. M., Moore, R., dan Ahmadi, M. (2008). Information technology (it) and the healthcare industry: A swot analysis. *International Journal of Healthcare Information Systems and Informatics (IJHISI)*, 3(1), 75–92.
- Herawati, N., Lindriati, T., dan Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan bisnis model kanvas dalam penentuan rencana manajemen usaha kedelai edamame goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42–51.
- Ikhwan, A., dan Hendri, R. (2020). Analisis perencanaan strategs sistem informasi dan teknologi informasi menggunakan framework ward dan peppard studi kasus: Fakultas komputer umitra indonesia. *Jurnal Teknologi dan Informatika (JEDA)*, 1(1).
- Ikhwana, A., dan Paryadi, R. (2017). Pengembangan strategi bisnis perusahaan menggunakan business model canvass. *Jurnal Kalibrasi*, 15(2), 62–71.
- Lantang, T., Soegoto, A. S., dan Mandagie, Y. (2018). Analisis penentuan strategi bersaing pada usaha pengolahan ikan pt. deho canning company bitung. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Mahendra, I. P. D. S. (2022). Perbandingan model business model canvas dengan lean canvas pada startup piecework. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(3), 2412–2427.
- Malonda, P. M., Moniharapon, S., dan Loindong, S. S. (2019). Analisis swot dalam menentukan strategi pemasaran pada rumah makan bakso baper jogja. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Marfuah, U., dan Nopianti, R. (n.d.). Ambaria.(2019). business development strategy with business model canvas approach at pakdhe mie chicken shop-cimanggis, depok. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 8(2), 44–49.
- Mustaniroh, S., Prabaningtias, N., dan Citraresmi, A. (2020). Analysis of business development strategies with business model canvas approach. Dalam *Iop conference series: Earth and environmental science* (Vol. 515, hal. 012075).
- Narto, N., Hm, G. B., dkk. (2020). Penguatan strategi pemasaran pudak di tengah pandemi covid-19 untuk meningkatkan keunggulan bersaing usaha mikro kecil menengah kota gresik. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 6(1), 48–54.
- Nurfitriyenni, N. (2021). Strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan sepatu pada home industry yap yek di kota bukittinggi. *JUSIE (Jurnal Sosial dan*

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Ilmu Ekonomi), 6(01), 47–55.

- Nurjaman, F. R. A., Aurachman, R., dan Tripiawan, W. (2021). Implementasi business model canvas sebagai alternatif strategi bisnis dalam pengembangan industri kreatif. *eProceedings of Engineering*, 8(1).
- Pratama, R. P., dan Azis, E. (2018). Analisis model bisnis dengan pendekatan business model canvas (studi kasus mxid). *eProceedings of Management*, 5(3).
- Rahmatang, R., Evahelda, E., dan Agustina, F. (2019). Strategi pengembangan usaha madu dengan pendekatan business model canvas (studi kasus: Umkm toko pelawan desa namang kabupaten bangka tengah). *Journal of Integrated Agribusiness*, 1(2), 115–129.
- Rangkuti, F. (2016). Teknik membedah kasus bisnis analisis swot.
- Salma, A., Darmawan, I., dan Al-Anshary, F. M. (2017). Perancangan aplikasi callme berbasis android menggunakan metode prototyping (modul customer access dan admin). *eProceedings of Engineering*, 4(2).
- Sama, H., dan Chandra, A. (2021). Perancangan dan pengembangan online shop support system berbasis lean canvas. Dalam *Combines-conference on management, business, innovation, education and social sciences* (Vol. 1, hal. 843–850).
- Sinaga, R., dan Tripiawan, W. (2021). Pengembangan bisnis pada usaha kavling produktif perkebunan kelapa dengan menggunakan metode business model canvas (bmc). *eProceedings of Engineering*, 8(4).
- Sukarno, B. R., dan Ahsan, M. (2021). Implementasi strategi pengembangan bisnis dengan business model canvas. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61.
- Surepi, L., Rahmat, A., dan Julita, R. (2021). Peranan administrasi bisnis dalam strategi pengembangan usaha. *Jurnal Aghniya*, 4(1), 1–10.
- Susanto, R. I. (2017). Analisis strategi pengembangan bisnis pada pt. patrinsaka. *Agora*, 5(1).
- Susilowati, I. H. (2021). Pengembangan bisnis fashion muslim dengan pendekatan business model canvas (bmc). *Jurnal Perspektif*, 19(2), 113–121.
- Suwarni, E., dan Handayani, M. A. (2020). Strategi pengembangan bisnis usaha mikro kecil menengah keripik pisang dengan pendekatan business model canvas. *MBIA*, 19(3), 320–330.
- Tamika, A., Ghina, A., dan Hidayatullah, D. (2017). Analisis strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan business model canvas dalam upaya mencapai keunggulan bersaing (studi kasus pada green laundry di wilayah sekelimus, kota bandung). *eProceedings of Management*, 4(1).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Viali, A. F., Rifin, A., dan Saptono, I. T. (2018). Strategi pengembangan bisnis cargo pt. garuda indonesia, tbk dengan pendekatan business model canvas. *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Manajemen (JABM)*, 4(3), 474–474.

Wahyuningsih, E. S., Sagala, D. M., Rahmadani, Y., Arifah, A., dan Sari, D. P. P. (2021). Analisis strategi pengembangan bisnis pada masa pandemi (studi pt indofood sukses makmur). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(2), 3057–3065.

Wijaya, F. (2019). Formulasi perancangan strategi pengembangan usaha menggunakan analisis swot dan business model canvas. *JURNAL ILMU MANAJEMEN DAN BISNIS*, 10(2), 205–212.

Zulkarnain, Z., Saputra, M. G., dan Silvia, D. (2020). Strategi pengembangan bisnis melalui pendekatan business model canvas pada pt pitu kreatif berkah. *Journal Industrial Servicess*, 6(1), 55–61.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN A

HASIL WAWANCARA

DAFTAR WAWANCARA

Tujuan Penelitian ini adalah menyusun faktor-faktor strategis rencana pengembangan CV Kertasindo Aji Jaya (KAJ). Daftar pertanyaan wawancara dilakukan dengan pimpinan gudang, bapak aditia wira permana.

1. Variabel Peluang

- a) Bagaimana sejarah berdirinya CV Kertasindo Aji Jaya ini?

Jawab: awal berdiri sejak 14 juni 2021 yang merupakan pemasok barang bekas jenis karton yang awal mula berdiri CV Kertasindo Aji Jaya mengumpulkan barang dengan mendatangi kedai-kedai yang berada disekitaran gudang.

- b) Apakah ada kondisi-kondisi tertentu yang dapat memberikan perusahaan peluang pemasokan yang lebih besar?

Jawab: kondisi tertentu yang dapat memberikan peluang besar pada perusahaan adalah pada saat harga impor naik, maka pemasokan akan meningkat

- c) Apakah ada permasalahan yang timbul dari tataletak perusahaan?

Jawab: untuk permasalahan ada pada akses pengiriman barang yang memerlukan akses jalan yang lebih luas sehingga mengakibatkan adanya keterlambatan pada pengiriman barang

- d) Apakah ada waktu tertentu bagi pelanggan untuk datang?

Jawab: kalau itu ada. Biasanya pelanggan akan lebih banyak datang pada saat harga beli naik, harga beli naik terjadi pada saat harga impor naik, maka pelanggan akan meningkat untuk memasok barang ke gudang.

2. Variabel Ancaman

- a) Bagaimana ketertarikan penjualan masyarakat pada saat sekarang ini?

Jawab: masyarakat lebih tertarik pada saat harga jual naik, maka pada saat harga jual menurun masyarakat lebih memilih untuk mengumpulkan barang sampai harga jual naik

- b) Apakah KAJ ada mengalami peningkatan pelanggan ataupun penurunan pelanggan?

Jawab: kalau untuk itu ada, alhamdulillah pada saat 1 tahun belakang ini biasanya omset pembelian dan penjualan pada KAJ bisa mencapai ±500jt perbulannya, ini merupakan dampak baik bagi kami. Sedangkan untuk sekarang ini mengalami

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penurunan dikarenakan harga impor menurun yang mengakibatkan jumlah penurunan bisa mencapai ± 400 jt perbulannya

- c) Apa saja pengeluaran perbulan yang harus dibayar oleh KAJ?

Jawab: Biaya – biaya yang dikeluarkan CV Kertasindo Aji Jaya diantara lain: biaya transportasi, listrik, minyak untuk alat press, gaji karyawan, serta biaya perawatan peralatan produksi, KAJ berusaha mengontrol sumber daya utama yang memerlukan biaya yang besar.

- d) Bagaimana mengenai produk dan harga yang ditawarkan serta pelayanan kepada pelanggan?

Jawab: KAJ memberikan pelayanan yang sangat baik kepada setiap pelanggan, untuk kualitas produk juga sesuai dengan SOP perusahaan pada mitra bisnis pada CV Kertasindo Aji Jaya, dan untuk pembelian barang, pelanggan langsung datang ke lokasi.

- e) Jenis barang apa yang sering dijual oleh costumer?

Jawab: untuk jenis yang sering di beli oleh KAJ berupa segala jenis karton bekas dan juga ada jenis duplex, duplex sendiri seperti kotak rokok, sarang telur dan lain sebagainya.

- f) Bagaimana alur penjualan costumer dan proses pembayarannya?

Jawab: untuk proses penjualan costumer pada perusahaan ialah, costumer datang kelokasi kemudian barang di bongkar untuk di timbang dan memisalkan jenis karton dan duplex, setelah ditimbang maka dapat di tentukan harga dan langsung melakukan pembayaran secara cash

- g) Bagaimana proses pengiriman barang KAJ pada mitra bisnis?

Jawab: sebelum barang dikirim, terlebih dahulu barang di press menggunakan alat press dengan berat 200kg/ikatnya kemudian barang di muat menggunakan alat erem untuk menyusun di dalam fuso, selanjutnya sopir akan dikasi surat jalan untuk mengantar barang pada mitra bisnis perusahaan

3. Variabel Kelemahan

- a) Metode komunikasi apa saja yang dilakukan sebagai strategi pemasaran dalam menarik minat pada pelanggan?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawab: sejauh ini metode yang kami gunakan yang pertama dengan metode informatif, dengan menggunakan metode ini kami berusaha memberikan penerangan kepada pelanggan mengenai gudang yang kami jalankan, sehingga pelanggan tertarik untuk menjual barangnya ke gudang.

- b) Bagaimana cara penyampaian produk kepada pelanggan?

Jawab: pada awal berdirinya KAJ kami hanya mengenalkan dari mulut ke mulut melalui pengambilan barang toko-toko yang ada pada sekitaran gudang. Karna kami kekurangan karyawan dibagian teknologi informasi dan secara tidak langsung promosi lebih banyak dilakukan oleh para karyawan dengan memanfaatkan rekan, kerabat serta lingkungan mereka ketika menjalankan rutinitas sosial mereka masing – masing

- c) Manakah yang lebih efektif berkomunikasi secara langsung atau dengan menggunakan perantara media dengan pelanggan?

Jawab: kalau untuk saat ini lebih efektif berkomunikasi secara langsung dibandingkan melalui media karena kami dapat bertemu langsung dengan pelanggan dan tau respon dari pelanggan berkenaan dengan pelayanan yang kami berikan. Tapi melihat zaman teknologi saat ini, sudah sebaiknya kami harus lebih meningkatkan penggunaan sosial media.

- d) Apakah ada strategi khusus untuk mempertahankan mitra bisnis yang ada pada sekarang ini?

Jawab: strategi yang kami lakukan untuk mempertahankan kerja sama pada rekan bisnis ialah dengan menjaga kualitas produk yang sesuai dengan SOP perusahaan,

4. Variabel kekuatan

- a) Apakah CV Kertasindo Aji Jaya memiliki mitra bisnis yang dapat bekerja sama?

Jawab: kalau untuk itu ada, KAJ memiliki mitra bisnis pada PT Indah Kiat Pulp & Paper yang berlokasi di Jl. Raya Minas – Perawang km 26 kabupaten siak provinsi riau

- b) Apakah yang membedakan CV Kertasindo Aji Jaya dengan gudang lainnya?

Jawab: alhamdulillah kami konsisten dengan harga yang terbilang stabil dan memberikan pelayanan yang sangat baik terhadap setiap customer yang datang langsung ke gudang.

- c) Berapakan jumlah tenaga kerja yang ada di CV Kertasindo Aji Jaya?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Jawab: karyawan yang ada pada KAJ berjumlah 14 orang, yaitu 1 orang pimpinan, 1 orang keuangan, 1 orang operasional logistik, 6 orang pada bagian alat press, 2 orang untuk muat barang, 3 orang pada bongkar barang.

d) Apakah 14 keryawan tersebut sudah menjadi jumlah yang cukup bagi KAJ?

Jawab: kalau untuk saat sekarang ini 14 karyawan sudah cukup dibagiannya. Tapi kami membutuhkan sekitar 1 orang lagi untuk mengatur bagian informasi secara online. Saat ini kami belum terlalu aktif dalam media sebagai wadah untuk berbisnis.

e) Apa yang dilakukan KAJ untuk menciptakan kepercayaan kepada mitra bisnis?

Jawab: alhamdulillah sejauh ini kami tetap mengutamakan kualitas produksi dengan menjaga kualitas barang dan pelayanan yang maksimal.

f) Bagaimana cara KAJ dalam menjaga serta meningkatkan kualitas produk?

Jawab: dalam hal menjaga dan meningkatkan kualitas produk, kami hanya harus konsisten dalam menjaga harga yang stabil.

g) Apakah ada hambatan yang biasa dialami dalam hal menjaga kualitas produk?

Jawab: tidak ada hambatan yang berarti, sebab kami selalu bekerja sesuai dengan SOP yang ditentukan. Peralatan yang digunakanpun mendukung sehingga hambatan lumayan jarang ditemukan. Mungkin kalaupun ada masalah biasanya itu berasal dari kelalaian karyawan itu sendiri.

h) Berasal dari wilayah manakah pelanggan yang ada pada KAJ?

Jawab: kebanyakan barang dikirim dari sekitaran gudang dan paling jauh berasal dari daerah pasaman dan lubuk basuang.

i) Apakah harga barang pernah mengalami kenaikan? Bagaimana KAJ dalam menanggapi hal tersebut?

Jawab: pernah pada saat 4 bulan belakang adengan harga menignkat sekitar Rp 3.800/kg nya. Hal tersebut bisa menjadi nilai pembelian yang meningkat, namun dūmbangi dengan penjualan barang pada mitra bisnis.

Bukittinggi, 27 juni 2022

Aditia Wira Permana
Pimpinan Gudang



UIN SUSKA RIAU



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN B

DOKUMENTASI PENELITIAN



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN C


PENGHITUNGAN BOBOT

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN BOBOT

Diskusi Faktor Kekuatan (Strengths)

penilaian bobot dilakukan dengan teknik FGD Focus Group Discussion. nilai bobot pada setiap variabel dan pada masing masing faktor jika dijumlahkan tidak boleh lebih dari 1.00

Nama	Aditia Wira Permata
Tanggal	24 Desember 2022
Jabatan	Pimpinan CV Kertasindo Aji Jaya
Paraf	

Skala Acuan:

Skala	Keterangan
Angka 1	Jika indikator horizontal kurang penting dari pada indikator vertikal
Angka 2	jika indikator horizontal sama pentingnya dengan indikator variabel
Angka 3	jika indikator horizontal lebih penting dari pada indikator vertikal

Penilaian Bobot:

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A	■	2	3	2	7	0.291
B	3	■	2	3	8	0.275
C	2	3	■	2	7	0.291
D	3	2	2	■	7	0.291
Total	8	7	7	7	29	1.00

1. Memiliki mitra bisnis tetap
 - A. Memiliki mitra bisnis tetap
 - B. Memiliki mitra bisnis tetap (3) Memiliki kualitas produk yang baik
 - C. Memiliki mitra bisnis tetap (2) Hubungan customer dan supplier yang baik
 - D. Memiliki mitra bisnis tetap (3) Bahan baku mudah didapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Mempunyai kualitas produk yang baik
 - A. Memiliki kualitas produk yang baik (2) Memiliki mitra bisnis tetap
 - B. Memiliki kualitas produk yang baik
 - C. Memiliki kualitas produk yang baik (3) Hubungan customer dan supplier yang baik
 - D. Memiliki kualitas produk yang baik (2) Bahan Baku mudah didapat
3. Hubungan customer dan supplier yang baik
 - A. Hubungan customer dan supplier yang baik (3) Memiliki mitra bisnis tetap
 - B. Hubungan customer dan supplier yang baik (2) Memiliki kualitas produk yang baik
 - C. Hubungan customer dan supplier yang baik
 - D. Hubungan customer dan supplier yang baik (2) Bahan Baku mudah didapat
4. Bahan Baku mudah didapat
 - A. Bahan Baku mudah didapat (2) Memiliki mitra bisnis tetap
 - B. Bahan Baku mudah didapat (3) Memiliki kualitas produk yang baik
 - C. Bahan Baku mudah didapat (2) Hubungan customer dan supplier yang baik
 - D. Bahan Baku mudah didapat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN BOBOT

Diskusi Faktor Kelemahan (Weaknesses)

Penilaian Bobot:

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A	■	2	3	3	8	0.363
B	1	■	2	2	5	0.227
C	2	1	■	1	4	0.181
D	2	1	2	■	5	0.227
Total	5	4	7	6	22	1.00

1. Lokasi yang kurang strategis
 - A. Lokasi kurang strategis
 - B. Lokasi kurang strategis (1) Kurangnya pemanfaatan teknologi
 - C. Lokasi kurang strategis (2) Kurangnya pelatihan pada karyawan
 - D. Lokasi kurang strategis (2) Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya
2. Kurangnya pemanfaatan teknologi
 - A. Kurangnya pemanfaatan teknologi (2) Lokasi kurang strategis
 - B. Kurangnya pemanfaatan teknologi
 - C. Kurangnya pemanfaatan teknologi (1) Kurangnya pelatihan pada karyawan
 - E. Kurangnya pemanfaatan teknologi (1) Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya
3. Kurangnya pelatihan pada karyawan
 - A. Kurangnya pelatihan pada karyawan (3) Lokasi kurang strategis
 - B. Kurangnya pelatihan pada karyawan (2) Kurangnya pemanfaatan teknologi
 - C. Kurangnya pelatihan pada karyawan
 - D. Kurangnya pelatihan pada karyawan (2) Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya
4. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- A. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya (3) Lokasi kurang strategis
- B. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya (2) Kurangnya pemanfaatan teknologi
- C. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya (1) Kurangnya pelatihan pada karyawan
- D. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN BOBOT

Diskusi Faktor Peluang (Opportunities)

Penilaian Bobot:

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A		2	2	2	6	0.222
B	2		3	1	6	0.222
C	1	3		3	7	0.259
D	2	3	3		8	0.296
Total	5	8	8	6	27	1.00

1. Teknologi yang semakin canggih
 - A. Teknologi semakin canggih
 - B. Teknologi semakin canggih (2) Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru
 - C. Teknologi semakin canggih (1) Menerima customer sebagai retailer pemasok
 - D. Teknologi semakin canggih (2) Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing
2. Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru
 - A. Melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru (2) Teknologi semakin canggih
 - B. Melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru
 - C. Melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru (3) Menerima customer sebagai retailer pemasok
 - D. Melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru (3) Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing
3. Menerima customer sebagai retailer pemasok
 - A. Menerima customer sebagai retailer pemasok (2) Teknologi semakin canggih
 - B. Menerima customer sebagai retailer pemasok (3) Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru
 - C. Menerima customer sebagai retailer pemasok



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- D. Menerima customer sebagai retailer pemasok (3) Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing
 4. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing
 - A. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing (2) Teknologi semakin canggih
 - B. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing (1) Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru
 - C. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing (3) Menerima customer sebagai retailer pemasok
 - D. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN BOBOT

Diskusi Faktor Ancaman (Threats)

Penilaian Bobot:

Indikator	A	B	C	D	Jumlah	Bobot
A	■	2	1	2	5	0.25
B	1	■	2	2	5	0.25
C	1	1	■	2	4	0.2
D	2	2	2	■	6	0.3
Total	4	5	5	6	20	1.00

1. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis
 - A. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis
 - B. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis (1) Penurunan harga ekspor
 - C. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis (1) Ketergantungan pada mitra bisnis
 - D. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis (2) Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex
2. Penurunan harga ekspor
 - A. Penurunan harga ekspor (2) Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis
 - B. Penurunan harga ekspor
 - C. Penurunan harga ekspor (1) Ketergantungan pada mitra bisnis
 - D. Penurunan harga ekspor (2) Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex
3. Ketergantungan pada mitra bisnis
 - A. Ketergantungan pada mitra bisnis (1) Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis
 - B. Ketergantungan pada mitra bisnis (2) Penurunan harga ekspor
 - C. Ketergantungan pada mitra bisnis
 - D. Ketergantungan pada mitra bisnis (2) Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex
4. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex
 - A. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex (2) Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis
 - B. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex (2) Penurunan harga ekspor

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- C. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex (2) Ketergantungan pada mitra bisnis
- D. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN D


PENGHITUNGAN RATING

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN RATING

KEKUATAN (STRENGTHS), KELEMAHAN (WEAKNESSES), PELUANG (OPPORTUNITIES), DAN ANCAMAN (THREATS)

penilaian rating dilakukan dengan teknik (FGD) focus group discussion masing masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel, pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu dengan sangat penting sampai 1 tidak penting

Nama	Adi Ha Wira Permana
Tanggal	24 Desember 2021
Jabatan	Pimpinan Gudang
Paraf	

Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang:

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Skala prioritas Kelemahan dan Ancaman

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertanyaan	SP	P	KP	TK
Kekuatan (Strengths)				
A. Memiliki mitra bisnis tetap	✓			
B. Memiliki kualitas produk yang baik	✓			
C. Hubungan customer dan supplier yang baik		✓		
D. Bahan baku mudah didapat	✓			
Kelemahan (Weaknesses)				
A. Lokasi kurang strategis		✓		
B. Kurangnya pemanfaatan teknologi		✓		
C. Kurangnya pelatihan pada karyawan			✓	
D. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertavindo Aji Jaya			✓	
Peluang (Opportunities)				
A. Teknologi semakin canggih	✓			
B. Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru	✓			
C. Menerima customer sebagai retailer pemasok	✓			
D. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing		✓		
Ancaman (Threats)				
A. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis		✓		
B. Penurunan harga ekspor			✓	
C. Ketergantungan pada mitra bisnis				✓
D. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex			✓	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN RATING

KEKUATAN (STRENGTHS), KELEMAHAN (WEAKNESSES), PELUANG (OPPORTUNITIES), DAN ANCAMAN (THREATS)

penilaian rating dilakukan dengan teknik (FGD) focus group discussion masing masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu dengan sangat penting sampai 1 tidak penting

Nama	Muhammad Fibranto
Tanggal	24 Desember 2022
Jabatan	Karipuxan Gudang 1
Paraf	

Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang:

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Skala prioritas Kelemahan dan Ancaman

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertanyaan	SP	P	KP	TK
Kekuatan (Strengths)				
A. Memiliki mitra bisnis tetap	✓			
B. Memiliki kualitas produk yang baik	✓			
C. Hubungan customer dan supplier yang baik	✓			
D. Bahan baku mudah didapat	✓			
Kelemahan (Weaknesses)				
A. Lokasi kurang strategis			✓	
B. Kurangnya pemanfaatan teknologi		✓		
C. Kurangnya pelatihan pada karyawan			✓	
D. Kurangnya pengenalan dari pihak C'V Kertasindo Aji Jaya		✓		
Peluang (Opportunities)				
A. Teknologi semakin canggih	✓			
B. Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru		✓		
C. Menerima customer sebagai retailer pemasok	✓			
D. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing	✓			
Ancaman (Threats)				
A. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis			✓	
B. Penurunan harga ekspor			✓	
C. Ketergantungan pada mitra bisnis			✓	
D. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex			✓	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN RATING

KEKUATAN (STRENGTHS), KELEMAHAN (WEAKNESSES), PELUANG (OPPORTUNITIES), DAN ANCAMAN (THREATS)

penilaian rating dilakukan dengan teknik (FGD) focus group discussion masing masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel. pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu dengan sangat penting sampai 1 tidak penting

Nama	Ari Gunawan
Tanggal	24 Desember 2022
Jabatan	Korutusan Gudang li
Paraf	

Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang:

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Skala prioritas Kelemahan dan Ancaman

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertanyaan	SP	P	KP	TK
Kekuatan (Strengths)				
A. Memiliki mitra bisnis tetap	✓			
B. Memiliki kualitas produk yang baik	✓			
C. Hubungan customer dan supplier yang baik	✓			
D. Bahan baku mudah didapat		✓		
Kelemahan (Weaknesses)				
A. Lokasi kurang strategis			✓	
B. Kurangnya pemanfaatan teknologi		✓		
C. Kurangnya pelatihan pada karyawan			✓	
D. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya				✓
Peluang (Opportunities)				
A. Teknologi semakin canggih	✓			
B. Dapat melayani customer luar provinsi dengan membuka cabang baru		✓		
C. Menerima customer sebagai retailer pemasok		✓		
D. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing		✓		
Ancaman (Threats)				
A. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis			✓	
B. Penurunan harga ekspor		✓		
C. Ketergantungan pada mitra bisnis			✓	
D. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex			✓	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

FOCUS GROUP DISCUSSION (FGD)

PENILAIAN RATING

KEKUATAN (STRENGTHS), KELEMAHAN (WEAKNESSES), PELUANG (OPPORTUNITIES), DAN ANCAMAN (THREATS)

penilaian rating dilakukan dengan teknik (FGD) focus group discussion masing masing peserta diskusi memberikan penilaian kepada setiap variabel pada faktor kekuatan dan peluang penilaian dimulai dengan skala 4 yaitu dengan sangat penting sampai 1 tidak penting

Nama	Ah. Pengestu
Tanggal	24 Desember 2022
Jabatan	Karyawan Cendekia
Paraf	

Skala Prioritas Kekuatan dan Peluang:

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Skala prioritas Kelemahan dan Ancaman

Skala	Keterangan
Angka 4	Sangat Penting
Angka 3	Penting
Angka 2	Kurang Penting
Angka 1	Tidak Penting

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pertanyaan	SP	P	KP	TK
Kekuatan (Strengths)				
A. Memiliki mitra bisnis tetap		✓		
B. Memiliki kualitas produk yang baik	✓			
C. Hubungan customer dan supplier yang baik	✓			
D. Bahan baku mudah didapat	✓			
Kelemahan (Weaknesses)				
A. Lokasi kurang strategis		✓		
B. Kurangnya pemanfaatan teknologi		✓		
C. Kurangnya pelatihan pada karyawan			✓	
D. Kurangnya pengenalan dari pihak CV Kertasindo Aji Jaya			✓	
Peluang (Opportunities)				
A. Teknologi semakin canggih	✓			
B. Dapat melayani customer laur provinsi dengan membuka cabang baru		✓		
C. Menerima customer sebagai retailer pemasok		✓		
D. Tawaran harga lebih tinggi dari pesaing		✓		
Ancaman (Threats)				
A. Banyaknya pesaing bisnis yang sejenis		✓		
B. Penurunan harga ekspor			✓	
C. Ketergantungan pada mitra bisnis			✓	
D. Rentan terjadinya penurunan kualitas Duplex			✓	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama penulis Rayhan Firdaus dengan panggilan Rayhan. Penulis lahir di Duri, 20 September 1999, sebagai anak dari pasangan bapak Imran dan ibunda Herdawati yang merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yang beralamat di Perumnas BTN 125, kecamatan Bathin Solapan, Kabupaten Bengkalis. Untuk berkomunikasi dengan penulis dapat menghubungi alamat email: Rayhanfirdaus99@gmail.com.

Pengalaman pendidikan dimulai pada Taman Kanak-Kanak (TK) Nurul Falah Duri, kemudian dilanjutkan pada Sekolah Dasar (SD) Negeri 42 Duri Barat pada tahun 2005-2011, dan dilanjutkan pada Sekolah Menengah Atas (SMP) Negeri 3 Mandau pada tahun 2011-2014, kemudian dilanjutkan pada Sekolah Menengah Atas (SMA) Negeri 3 Mandau pada tahun 2014-2017. penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sulan Syarif Kasim, sebagai mahasiswa pada jurusan Sistem Informasi Fakultas Sains dan Teknologi hingga menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini ditahun 2023.

Selama menjadi mahasiswa, penulis pernah melaksanakan Kerja Praktek di PT GoTrans Pekanbaru. Pernah mengikuti Kuliah Kerja Nyata (KKN) di desa Hangtuah, Kecamatan Perhentian Raja, Kabupaten Kampar. Penulis juga pernah berpartisipasi dalam kegiatan-kegiatan akademik dan non-akademik seperti seminar, workshop, basket, futsal, dan juga pengabdian masyarakat.