

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

*Enterpreneurship* berasal dari bahasa Prancis jika diterjemahkan secara harfiah berarti perantara, artinya sikap dan perilaku mandiri yang mampu memadukan unsur cipta, rasa dan karsa serta karya atau mampu menggabungkan unsur kreatifitas, tantangan, kerja keras dan kepuasan untuk mencapai prestasi maksimal<sup>1</sup>.

Setiap hari jutaan umat melakukan kegiatan *Entrepreneur* baik sebagai produsen, perantara, maupun sebagai konsumen. Produsen dan orang-orang lain yang bergerak dalam kegiatan *entrepreneurship* berhasil membuat keuntungan dan memperbesar nilai bisnis yang makin lama makin meningkat. Saat ini, lingkungan usaha merupakan lingkungan yang kompetitif dan cepat berubah. selain itu, lingkungan usaha merupakan lingkungan yang semakin sulit bagi pelaku usaha terutama dalam membuat keputusan terhadap usahanya.<sup>2</sup> Pelaku usaha dihadapkan dengan informasi baru tentang teknologi informasi, siklus hidup produk yang lebih pendek, pasar global, dan persaingan ketat. Saat ini, pelaku usaha juga harus mengelola lingkungan, saluran distribusi, rantai pasok, kemitraan strategis dan harus fleksibel untuk bereaksi dengan perubahan

---

<sup>1</sup> Muslimin Kara dan Jamaluddin , *Pengantar Kewirausahaan*, (Makassar: Alauddin Press, 2010)

<sup>2</sup> Dixsy Fathurrahman, “Perubahan Lingkungan Bisnis” dalam <http://bbs.binus.ac.id/ibm/2018/04/perubahan-lingkungan-bisnis/>, diakses pada tanggal Juni 2020

pasar<sup>3</sup>. Dengan demikian pelaku usaha harus memiliki model bisnis dalam mengelola usahanya.

Model bisnis adalah sistem kerja pelaku usaha dalam mendapatkan keuntungannya.<sup>4</sup> Menurut Peter Drucker, model bisnis yang handal harus dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan krusial. Pertanyaan tersebut misalnya (1) siapa pelanggan perusahaan? (2) seberapa penting pelanggan bagi perusahaan? Dan (3) bagaimana manajemen mampu menghasilkan keuntungan bagi perusahaan? atau apa yang mendasari manajemen memutuskan kapan dan bagaimana harus memberikan nilai tambah bagi pelanggan?<sup>5</sup> Dengan demikian, inovasi model bisnis dapat memberikan peluang yang signifikan baik selama periode pertumbuhan ekonomi yang cepat dan pada saat terjadi gejolak.<sup>6</sup> Selain itu, inovasi model bisnis menggambarkan dasar pemikiran pelaku usaha yang memberikan value proposition untuk konsumen<sup>7</sup>. Berdasarkan pernyataan tersebut pelaku usaha harus jeli dalam memilih jenis model bisnis yang tepat dengan mempertimbangkan lingkungan ekonomi dan peluang pasar yang muncul, serta untuk mengatasi serangkaian faktor internal yang mempengaruhi kemampuan organisasi untuk mengejar perubahan yang diperlukan.

---

<sup>3</sup> Ulva Shofia, "Peran Teknologi Informasi bagi Perusahaan" dalam <https://www.kompasiana.com/shovi306/573a8449b17e61b00f6e9264/peran-teknologi-informasi-bagi-perusahaan?page=all>, diakses pada Juni 2020

<sup>4</sup> Sri Wardhani, "apa itu model bisnis dan seberapa pentingnya" dalam <https://zahiraccounting.com/id/blog/apa-itu-model-bisnis-dan-seberapa-pentingnya/1>, diakses pada Mei 2020

<sup>5</sup> Heller, Robert Peter Drucker, *Pionir Besar Manajemen Teori dan Praktik*, Esensi, Bandung, 2008

<sup>6</sup> Dudin, M.N., G.N. Kutsuri., I.J. Fedorova., S.S. Dzusova., dan A.Z. Namitulina. 2015. "The Innovative Business Model Canvas in the System of Effective Budgeting", *Asian Social Science Journal*, Vol. 11, No. 7.

<sup>7</sup> Fontana, A., dan S. Y. Zubaedah. 2012. "A Conceptual Model on the Relationships Between Business Strategy, Business Model Innovation, Resource Configuration and Performance", *Jurnal Manajemen Teknologi*, Vol. 11, No. 2.

Sebuah model bisnis yang dinamis harus mampu melaksanakan dua aspek penting dinamika model bisnis, yaitu evolusi model bisnis sepanjang waktu yang mengikuti perubahan lingkungan bisnis dan pemikiran secara konstan nilai yang dihasilkan oleh model bisnis. Pada kondisi *chaos* dan kompetitif saat ini, tidak mungkin ada *absolute competitive advantage*, yang ada adalah suatu bisnis berjuang bersama sama dengan ekosistemnya.<sup>8</sup> Jadi kerangka model bisnis yang diusulkan telah menjembatani antara kegiatan inovasi perusahaan dan implikasi terkait untuk model bisnis.

Model bisnis akan memberikan empat manfaat jika diterapkan. *Pertama*, model bisnis memudahkan para perencana dalam mengambil keputusan dan melihat hubungan logis antara komponen bisnis, sehingga menghasilkan nilai bagi konsumen dan produsen. *Kedua*, model bisnis dapat berfungsi sebagai alat uji hubungan antarkomponen. *Ketiga*, model bisnis dapat digunakan untuk membantu menguji pasar dan asumsi yang digunakan ketika mengembangkan bisnis. *Keempat*, model bisnis dapat dipakai untuk menunjukkan tingkat radikal suatu perubahan dilakukan dan konsekuensinya.<sup>9</sup> Dampak dari keempat manfaat tersebut mana model bisnis dapat mengalami berubah, misalnya mengubah produk atau menambah dengan dukungan layanan pelanggan, sehingga organisasi dapat melihat kemungkinan dampak pada komponen – komponen yang lain.

---

<sup>8</sup> Rantoko Gadang, “perilaku dinamis model bisnis ” dalam [telkomuniversity.ac.id/perilaku-dinamis-model-bisnis-business-model-canvas/](http://telkomuniversity.ac.id/perilaku-dinamis-model-bisnis-business-model-canvas/), diakses pada Mei 2020

<sup>9</sup> Rantoko Gadang, “perilaku dinamis model bisnis ” dalam [telkomuniversity.ac.id/perilaku-dinamis-model-bisnis-business-model-canvas/](http://telkomuniversity.ac.id/perilaku-dinamis-model-bisnis-business-model-canvas/), diakses pada Mei 2020

*Business Model Canvas* (BMC) adalah salah satu alat yang dibuat untuk membantu perusahaan melihat secara akurat rupa usaha yang sedang atau akan dijalani. Melalui BMC pelaku usaha dapat melihat usahanya dari gambaran besar namun tetap lengkap dan mendetail apa saja elemen- elemen kunci kunci yang terkait dengan bisnis<sup>10</sup>. Dengan demikian perusahaan dapat melihat gambaran utuh yang sangat membantu dalam menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar bisnis. Evaluasi terhadap satu demi satu elemen-elemen kunci akan memudahkan analisis terhadap hal yang kurang tepat, dan pada akhirnya perusahaan dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis. BMC akhir-akhir ini telah digunakan secara luas dalam berbagai pemetaan bisnis, termasuk oleh distributor. Dalam hal ini BMC yang diterapkan berupa kerangka kerja (*frame work*) untuk memetakan bisnis agar kinerjanya lebih optimal. Kerangka bisnis juga diarahkan untuk lebih meningkatkan aspek tertentu. Misalnya, meningkatkan kedekatan dengan principal agar mitra kunci ini tidak memutuskan hubungan kerja sama ketika terjadi peningkatan penjualan<sup>11</sup>

BMC yang dikembangkan ini dengan mengaplikasikan ide ke kanvas jenis wirausaha yang ingin diterapkan. BMC memberikan petunjuk bagi masyarakat sebelum memulai, mengoperasikan, dan meneruskan usahanya. BMC terdiri dari sembilan blok yang terdiri dari blok yaitu (1) *customer segments* (segmen pelanggan), (2) blok *value propositions* (proposisi nilai), (3)

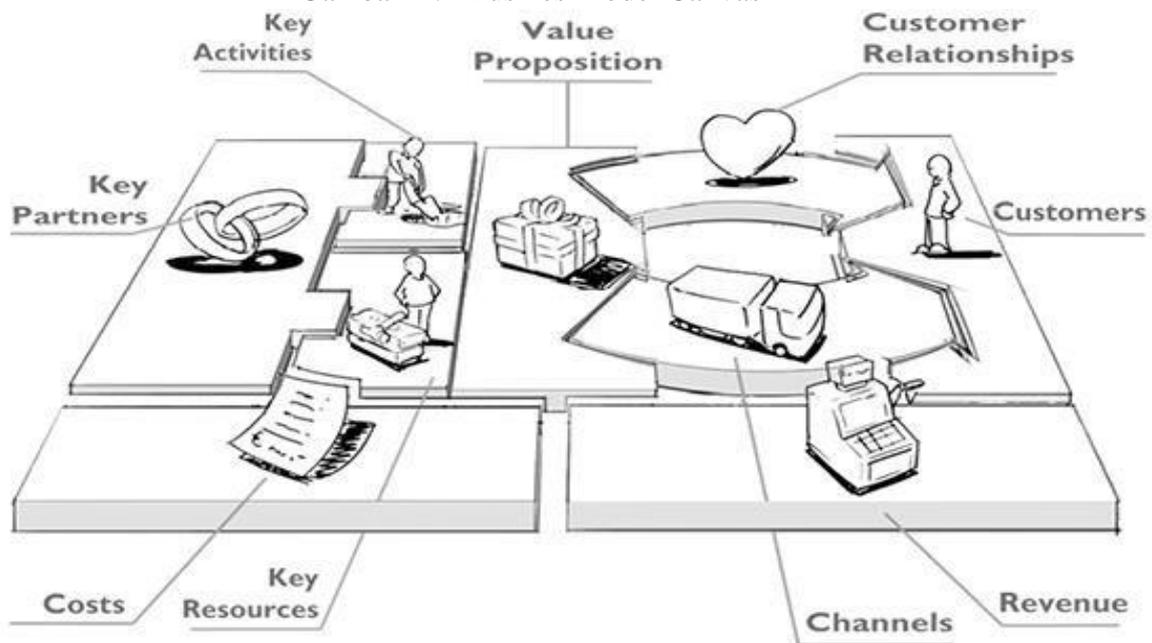
---

<sup>10</sup> Osterwalder , A., dan S. A. Pigneur. 2010. *Business Model Generation*. New. Jersey : John Wiley & Sons, Inc

<sup>11</sup> Royan, F. M. 2014. *Bisnis model kanvas distributor: Memetakan kinerja optimal distributor dan 30 kesalahan yang dilakukan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

blok *channels* (saluran), (4) blok *customer relationships* (hubungan pelanggan), (5) blok *revenue streams* ( arus pendapatan), (6) blok *key resources* (sumber daya utama), (7) blok *key activities* (aktivitas kunci), (8) blok *key partnership* (kemitraan utama), dan (9) blok *cost structure* (struktur biaya.)<sup>12</sup> penjelasan detail mengenai masing- masing blok pada BMC menurut Osterwalder dan Pigneur adalah sebagai berikut :

Gambar 1 .1 Business Model Canvas <sup>13</sup>



Salah satu bisnis yang menggunakan BMC adalah Usaha Mikro Kecil dan Menengah. UKM adalah Salah satu penggerak roda perekonomian di Kabupaten Blitar. Berbagai upaya pengembangan UKM telah dilakukan, salah satunya dengan memotivasi dan menggajak banyak orang atau pengusaha baru

<sup>12</sup> Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves terjemahan(2012). Business Model Generation. Jakarta: Elex Media Komputindo

<sup>13</sup> Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves terjemahan(2012). Business Model Generation. Jakarta: Elex Media Komputindo

di bidang UKM, dengan cara memberikan keterampilan dengan harapan keterampilan tersebut menjadi sebuah usaha kreatif yang memberi manfaat bagi perekonomian keluarga dan masyarakat. Selain itu, usaha kreatif tersebut juga dapat membuka kesempatan dan lapangan kerja baru bagi masyarakat.

Berdasarkan data Surat Izin Usaha Perdagangan (SIUP) Dinas KPTSP Kabupaten Blitar terhitung tanggal 1 Januari 2019 sampai dengan 1 Maret 2020 Jumlah Usaha Mikro Kecil dan Menengah yang terdaftar sebanyak 938 UMKM, dari 938 UMKM 908 memiliki tempat usaha dan 30 diantaranya tidak memiliki tempat usaha.<sup>14</sup> Berdasarkan Laporan Badan Pusat Statistik Kabupaten Blitar terdapat 20.282 Unit Usaha Mikro di Kabupaten Blitar, adapun data Unit Usaha di Kabupaten Blitar berdasarkan jenisnya dipaparkan pada gambar berikut.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup> Dikutip dari : <https://www.blitarkab.go.id/2012/08/07/surat-ijin-usaha-perdagangan-siup/> diakses pada Mei 2020

<sup>15</sup> Badan Pusat Statistik, Blitar dalam angka Tahun 2019, Blitar

Gambar 1.2. data Usaha di Kabupaten Blitar <sup>16</sup>

	Bidang Usaha/ Business Fields	Unit Usaha/ Business Unit	Tenaga Kerja/ Labour	Nilai Investasi/ Investation Value (Juta Rp)	Nilai Produksi/ Production Value (Juta Rp)
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
1	Industri Makanan Olahan	12 268	25 576	22 834	659 940
2	Industri Tekstil	135	419	1 426	15 160
3	Industri Barang Kulit	18	36	84	7 033
4	Industri Pengolahan Kayu	1 597	3 910	14 708	270 383
5	Industr Pengolahan Kertas	20	201	7 420	3 108
6	Industri Kimia Farmasi	91	319	5 073	15 570
7	Industri Pengolahan Karet	8	54	430	896
8	Industri Galian Bukan Logam	182	663	15 385	21 348
9	Industri Baja/Pengolahan Logam	209	535	3 799	29 424
10	Industri Peralatan	68	217	1 777	26 994
11	Industri Kerajinan	1 176	2 037	1 570	16 962
12	Industri Aneka	1 555	2 586	8 070	50 055
13	Industri Semen Dan Bangunan	2 037	4 877	10 829	236 902
14	Industri Hutbun	64	523	644	13 481
15	Industri Aneka	397	1 093	9 500	11 827
16	Industri Hasil Pertanian, Kehutanan & Perkebunan	457	975	5 513	6 180
	<b>Kabupaten Blitar</b>	<b>20 282</b>	<b>44 021</b>	<b>109 064</b>	<b>1 385 260</b>

Sumber : Blitar dalam angka Tahun 2019

Industri kreatif adalah industri yang mengandalkan talenta, ketrampilan, dan kreativitas yang merupakan elemen dasar setiap individu. Unsur utama industri kreatif adalah kreativitas, keahlian, dan talenta yang berpotensi meningkatkan kesejahteraan melalui melalui penawaran kreasi

<sup>16</sup> Badan Pusat Statistik, Blitar dalam angka Tahun 2019, Blitar

intelektual<sup>17</sup>. Dalam hal ini model pengembangan ekonomi kreatif dikira sangat tepat untuk diterapkan dalam UMKM di Indonesia khususnya di Kabupaten Blitar Industri kreatif dalam pengembangannya di lapangan membentuk industri-industri kreatif sesuai dengan sektornya. Pemerintah mulai melirik industri kreatif sebagai alternatif roda penggerak ekonomi yang akan terus berputar. Industri kreatif meliputi 14 subsektor, yaitu periklanan, arsitektur, pasar barang seni, kerajinan, desain, busana, video, film, dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan, penerbitan dan 4 percetakan, layanan komputer dan peranti lunak, televisi dan radio, serta riset dan pengembangannya<sup>18</sup>. Salah satu alasan dari pengembangan UMKM berbasis industri dan ekonomi kreatif adalah adanya dampak positif yang akan berpengaruh pada kehidupan sosial, iklim bisnis, peningkatan ekonomi, dan juga berdampak pada citra suatu kawasan tersebut,<sup>19</sup> dalam konteks pengembangan ekonomi kreatif pada kota-kota di Indonesia, industri kreatif lebih berpotensi untuk berkembang pada kota-kota besar atau kota-kota yang telah “dikenal” seperti Kabupaten Blitar yang dikenal sebagai Bumi Bung Karno. Hal ini terkait juga dengan ketersediaan sumber daya manusia yang handal dan juga tersedianya jaringan pemasaran yang lebih baik. Salah satu strategi pengembangan ekonomi kreatif dapat dilakukan dengan

---

<sup>17</sup> Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025. Jakarta: Departemen Perdagangan.

<sup>18</sup> Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2008. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2025: Rencana Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2009-2025. Jakarta: Departemen Perdagangan.

<sup>19</sup> Departemen Perdagangan Republik Indonesia. 2009. Pengembangan Ekonomi Kreatif Indonesia 2010-2014. Jakarta: Departemen Perdagangan.

memanfaatkan landmark kota atau kegiatan sosial seperti festival sebagai sarana untuk mengenalkan produk khas daerah.<sup>20</sup>

Kabupaten Blitar merupakan salah satu daerah yang memiliki potensi dan daya saing yang kuat melalui produk-produk industri kreatif terbaik.<sup>21</sup> Hal ini karena ditunjang dengan sumber daya manusia yang inovatif sebagai modal bagi pengembangan perekonomian masyarakat Kabupaten Blitar. Produk-produk unggulan terbaik, antara lain kerajinan kayu, bordir, kerajinan mebel, perhiasan (accesoris), kaligrafi, makanan dan lain-lain. Pengembangan ekonomi kreatif sebagai penguatan perekonomian sektor riil menjadi indikator keberhasilan pembangunan daerah. Bidang perindustrian, perdagangan, bidang pariwisata merupakan tulang punggung sub sektor industri kreatif yang perlu terus dikembangkan.<sup>22</sup>

Kuliner merupakan salah satu industri kreatif yang saat ini sedang berkembang di Kabupaten Blitar<sup>23</sup>, kegiatan kreatif ini termasuk baru, kedepan direncanakan untuk dimasukkan ke dalam sektor industri kreatif dengan melakukan sebuah studi terhadap pemetaan produk makanan olahan khas Indonesia yang dapat ditingkatkan daya saingnya di pasar ritel dan pasar internasional.<sup>24</sup> Seperti wisata kuliner pada umumnya, aneka kuliner di Blitar

---

<sup>20</sup> Suparwoko, Ir. MURP PhD. “Pengembangan Ekonomi Kreatif Sebagai Penggerak Industri Pariwisata”, [www.researchgate.net](http://www.researchgate.net)

<sup>21</sup> BPS [Badan Pusat Statistik] Kabupaten Blitar, 2018. Kabupaten Blitar dalam Angka. Blitar: BPS

<sup>22</sup> BPS [Badan Pusat Statistik] Kabupaten Blitar, 2018. Kabupaten Blitar dalam Angka. Blitar: BPS

<sup>23</sup> <https://www.kabarbisnis.com/read/2891773/ngabuburit-kreatif-ala-kangmas-diajeng-kota-blitar> dikutip pada Mei 2020

<sup>24</sup> Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah . 2016. Rencana Induk pengembangan Pariwisata kabupaten Blitar.: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah – Blitar

menawarkan sajian unik yang jarang dijumpai di daerah lain di Indonesia mulai dari aneka olahan wajik, jenang, kripik, pecel, minuman buah, keripik buah, es drop, sego ampok (nasi jagung) , es pleret, susu jahe, geti, peyek uceng, wajik kletik, olahan coklat serta masih banyak olahan kuliner lain yang sebagian besar aneka kuliner tersebut meninggalkan pengalaman yang berkesan di hati penikmatnya.<sup>25</sup> Secara tidak langsung, pesona wisata kuliner tak pelak menjadi bagian penting dari identitas suatu daerah, terutama dalam mempromosikan sektor pariwisata daerah tersebut.<sup>26</sup>

Penelitian ini dilakukan di Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Kuliner studi kasus pada Omah Jenang Kademangan serta Kampung Jambu Karangsono yang terletak di Kabupaten Blitar. Permasalahan khusus dalam penulisan ini adalah menentukan strategi bisnis pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Blitar untuk memperluas pemasaran produk UMKM. Penelitian ini bertujuan untuk dapat mengembangkan bisnis menggunakan pendekatan BMC sehingga dapat mengembangkan Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Blitar serta memberikan usulan strategi bisnis yang baik bagi Usaha Mikro Kecil dan Menengah tersebut.

Omah Jenang terletak di jalan Masjid nomor 46, Desa Rejowinangun, Kecamatan Kademangan, Kabupaten Blitar. Omah Jenang Kelapasari berdiri sejak tahun 1985 dan didirikan oleh almarhum bapak Nyoto. Saat ini omah

---

<sup>25</sup> Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah . 2016. Rencana Induk pengembangan Pariwisata kabupaten Blitar.: Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah – Blitar

<sup>26</sup> Dian Prayogi. “Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang”, Jurnal Pesona, Vol. 2, No. 01. Tahun 2016

jenang dikelola oleh kedua putra bapak Nyoto yakni bapak hendi Christiawan dengan merk dagang “Kelapa Sari” serta bapak Chinyo Christiawan dengan merk dagang “Omah Jenang”. Pada penelitian ini fokus atau obyek penelitian adalah omah jenang yang dikelola oleh bapak Chinyo Christiawan dengan merk dagang “ Omah Jenang” .Omah Jenang berbeda dengan konsep usaha lainnya, Omah Jenang menyajikan area wisata edukasi Ngudek Jenang serta erta menyediakan berbagai macam produk olahan seperti jenang ketan, jenang beras, wajik ketan, wajik kletik, dan madumongso. Selain produk tersebut ada produk lain yang dijual seperti opak gambir, opak gadung, aneka kripik buah, manco, gula kelapa dan lain sebagainya.

Kampung Jambu Karangsono terletak Jl. H. Abdul Karim, RT.03/RW.02, Sukorejo, Karangsono, Kec. Kanigoro, Blitar. Kampung Jambu berbeda dengan konsep usaha lainnya, Kampung Jambu Karangsono menyajikan area wisata edukasi Cangkok Jambu, Panen Jambu sehingga konsumen ataupun wisatawan yang berkunjung bisa langsung melihat ataupun untuk belajar bagaimana cara merawat jambu hingga memanennya. Kampung Jambu Karangsono memiliki berbagai macam produk olahan seperti kripik daun jambu, jus jambu serta olahan makanan lainnya. Berawal dari pemilik yang memulai usahanya dari tengkulak hingga saat ini memiliki wisata edukasi Kampung Jambu Karangsono. Baik Omah Jenang maupun Kampung Jambu Karangsono adalah UMKM yang secara tidak langsung telah menggunakan strategi *Business Model Canvas* dalam kegiatan usahanya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan penulis tertarik meneliti tentang bisnis model kanvas, dimana seberapa efisiensi dan keefektifan bisnis model kanvas untuk mengetahui bisnis model kanvas tersebut maka penulis tertarik untuk memilih judul **“Implementasi *Bussines Model Canvas* pada Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Kuliner di Kabupaten Blitar ”**

## **B. Batasan Masalah**

Dalam suatu penelitian, batasan masalah merupakan hal yang penting karena bertujuan untuk membatasi pembahasan pada pokok permasalahan penelitian atau mendekati pada pokok permasalahan yang akan dibahas, sehingga dapat mencegah kemungkinan meluasnya pembahasan dari yang seharusnya. Adapun batasan masalah pada penelitian ini adalah:

1. *Business Model Canvas* hanya membahas mengenai Implementasi dalam strategi bisnis yang dilakukan oleh pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Kuliner di Kabupaten Blitar .
2. Dampak Implementasi *Bussines Model Canvas* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Kuliner di Kabupaten Blitar.
3. Kendala Implementasi *Bussines Model Canvas* pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah Bidang Kuliner di Kabupaten Blitar.

### **C. Fokus Penelitian**

Berdasarkan uraian dalam penjelasan latar belakang masalah, maka penulis mencoba memfokuskan penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana Implementasi Business Model Canvas pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Blitar
2. Bagaimana Dampak Implementasi Bussines Model Canvas pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Blitar
3. Bagaimana Kendala Implementasi Bussines Model Canvas pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Kabupaten Blitar

### **D. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui implementasi *Bussines Model Canvas* pada pelaku UMKM di Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Karangsono.
2. Untuk mengetahui dampak implementasi *Bussines Model Canvas* pada pelaku UMKM di Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Karangsono.
3. Untuk mengetahui kendala implementasi *Bussines Model Canvas* pada pelaku UMKM di Kabupaten Blitar khususnya Omah Jenang dan Kampung Jambu Karangsono.

## **E. Kegunaan Penelitian**

### **1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wacana keilmuan masyarakat luas khususnya bagi umat islam tentang implementasi model bisnis, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi bagi penelitian di masa yang akan datang pada bidang yang sama. Mengingat masih sedikit sekali literatur yang beredar dimasyarakat tentang model bisnis khususnya *Business Model Canvas*.

### **2. Secara Praktis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan alternatif solusi terhadap menghadapi strategi pengembangan bisnis. Sehingga dari sana dapat diperoleh suatu informasi dan wacana baru tentang metode pengembangan bisnis yang efektif dan efisien, untuk kemudian dapat diaplikasikan serta dikembangkan di berbagai usaha kecil menengah lainnya guna tercapainya tujuan usaha kecil secara maksimal. Bagi pihak-pihak terkait, hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan untuk mengembangkan serta mengoptimalkan sistem strategi pengembangan bisnis.

#### **a. Bagi Pelaku UMKM**

dapat sebagai bahan evaluasi dan pengembangan strategi bisnis yang dapat diterapkan kedepannya.

### **b. Bagi Peneliti Selanjutnya**

Dapat menjadi inspirasi dan acuan awal bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam terhadap topik yang sejenis atau relevan.

### **c. Bagi Pembaca**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai sumbangan informasi untuk memperkaya khasanah keilmuan.

## **F. Penegasan Istilah**

### **1. Definisi konseptual**

- a.** Ada bermacam-macam pemahaman dan pengertian strategi oleh para ahli manajemen seperti berikut ini:

Menurut Purnomo Setiawan Hari Strategi adalah salah satu proses dimana untuk mencapai suatu tujuan dan berorientasi pada masa depan untuk berinteraksi pada suatu persaingan guna mencapai sasaran.<sup>27</sup>

Menurut WF Glueck dan LR Jauch dalam buku “Manajemen strategis dan kebijakan perusahaan” mendefinisikan strategi sebagai rencana yang disatukan, luas dan beintegrasi ang menghubungkan keunggulan strategis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang diancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan dapat

---

<sup>27</sup> Agustinus Wahyudi s, *Manajemen Strategik*, (Binarupa Aksara: Jakarta, 1996),

dicapai melalui pelaksanaan yang tepat oleh organisasi.<sup>28</sup>

- b. *Business Model Canvas (BMC)* adalah konsep model bisnis yang ditampilkan dalam satu lembar kanvas. BMC berisi peta sembilan elemen yang mencakup *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key activity*, *key resources*, *key partnership* dan *cost structure*. Melalui konsep ini, terdapat 9 elemen pada model bisnis. Penggunaan model Bisnis BMC memiliki suatu keunggulan tersendiri yakni mampu menggambarkan kondisi sebuah organisasi berdasarkan sebuah segmen konsumen, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan muzakki, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki.<sup>29</sup>

## 2. Definis Operasional

Secara operasional penelitian ini membahas mengenai Implementasi metode Business Model Canvas yakni suatu model bisnis yang ditampilkan dalam satu lembar kanvas. BMC berisi peta sembilan elemen yang mencakup *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key activity*, *key resources*, *key partnership* dan *cost structure*. Dengan adanya model tersebut bisa

---

<sup>28</sup> Siti Aminah Chaniago, *Penusunan Manajemen Strategi Pemberdayaan Zakat*, Volume 12, Nomor 1, 2014

<sup>29</sup> Rainaldo dkk, *Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi kasus Uber Indonesia)*, Jurnal, Volume 6, Nomor 2, 2017

memudahkan dalam proses pengelolaan bisnis.

**c. Sistematika Penulisan Tesis**

Dalam mempermudah penulisan skripsi, penulis kemudian merangkai hasil penelitian dengan menggunakan sistematika penulisan skripsi:

a. Bagian Awal menunjukkan identitas peneliti dan penelitian yang dilakukan. Yang terdiri dari: halaman sampul depan, halaman judul, halaman persetujuan, halaman pengesahan, motto, persembahan, kata pengantar, daftar isi, daftar gambar, daftar lampiran, transliterasi dan abstrak.

b. Bagian Utama terstruktur secara ringkas sebagai berikut:

1. Bab I: Pendahuluan

Pendahuluan Berisi tentang latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, Identifikasi Penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, definisi istilah dan sistematika penulisan tesis

2. Bab II : Kajian Pustaka

Kajian pustaka yang menjadi acuan dalam menganalisis data yang diperoleh baik dalam tinjauan pustaka atau buku-buku teks yang berisi teori-teori dan teori-teori yang dihasilkan dari penelitian terdahulu. Kemudian dijadikan dasar dalam pembahasan dan menjawab berbagai permasalahan dalam tesis ini yaitu implementasi Business Model Canvas pada pelaku UMKM Bidang Kuliner di Kabupaten Blitar.

3. Bab III : Metode Penelitian

Metode penelitian yang dimaksud ialah jenis penelitian yang digunakan, lokasi penelitian, kehadiran peneliti, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data, pengecekan keabsahan temuan dan tahap-tahap penelitian.

4. Bab IV: Hasil Penelitian

Bab ini berisi uraian tentang paparan data yang disajikan dengan topik sesuai dalam pertanyaan dalam rumusan masalah dan hasil analisis data.

5. Bab V: Pembahasan

Bab ini memuat keterkaitan antara pola-pola dan kategori antara hasil temuan penelitian dengan teori yang sudah ditemukannya sebelumnya, serta interpretasi dan penjelasan dari temuan yang diungkap dari hasil penelitian.

6. Bab VI: Penutup

Bab penutup dalam tesis ini penulis memberikan simpulan terhadap permasalahan yang telah dibahas dalam uraian sebelumnya, selanjutnya akan dikemukakan saran yang dirasa perlu.

- c. Bagian Akhir Pada bagian akhir ini memuat uraian tentang daftar pustaka, lampiran-lampiran. surat pernyataan keaslian tulisan, dan daftar riwayat hidup.