

Nomor Daftar: 010/S/KWU/21/II/2024

**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS*
MODEL INNOVATION PADA USAHA SG FOOD PHOTOGRAPHY**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana (S.Bns)



Disusun Oleh:

ESTI MEILINDA

NIM 2008074

**PROGRAM STUDI KEWIRAUSAHAAN
KAMPUS TASIKMALAYA
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2024

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN BUSINESS
MODEL INNOVATION PADA USAHA SG FOOD PHOTOGRAPHY

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Bisnis pada Jurusan Kewirausahaan Kampus UPI Tasikmalaya

© Esti Meilinda 2024

Universitas Pendidikan Indonesia

Februari 2024 Hak Cipta dilindungi undang-undang. Skripsi ini
tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, difotokopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**Analisis Pengembangan Bisnis Menggunakan
Business Model Innovation Pada Usaha SG Food Photography**

Tasikmalaya, 31 Januari 2024

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



**Ismail Yusuf, S.T., M.B.A
NIP. 920171219870709101**

Pembimbing II,



**Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc
NIP. 920200119911219201**

Diketahui,

Ketua Program Studi Kewirausahaan,



**Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.
NIP. 920171219910820201**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Esti Meilinda
NIM : 2008074
Program Studi : Kewirausahaan
Judul Tugas Akhir : Analisis Pengembangan Bisnis Menggunakan *Business Model Innovation* Pada Usaha SG Food Photography

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul “Analisis Pengembangan Bisnis Menggunakan *Business Model Innovation* Pada Usaha SG Food Photography” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau pun plagiat karya tulis orang lain atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Atas pernyataan ini saya menanggung resiko jika dikemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain atas keaslian karya tulis ini.

Tasikmalaya, 31 Januari 2024



Esti Meilinda
2008074

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan inovasi dalam pengembangan bisnis yang saat ini diterapkan oleh SG Food Photography, mengidentifikasi strategi pengembangan bisnis yang digunakan, dan merumuskan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan analisis *Business Model Innovation*. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun SG Food Photography telah menerapkan beberapa strategi pengembangan bisnis, namun belum optimal. Penerapan analisis *Business Model Innovation* diharapkan mampu untuk memperhitungkan perubahan tren dan kebutuhan pasar, SG Food Photography dapat meningkatkan keberlanjutan bisnis mereka dengan tetap relevan dan responsif terhadap perubahan dalam lingkungan bisnis yang terus berubah. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi dengan menyajikan rekomendasi untuk meningkatkan efektivitas pengembangan bisnis melalui penerapan konsep *Business Model Innovation* dalam konteks usaha SG Food Photography.

Kata Kunci: Pengembangan Bisnis, *Business Model Innovation*

ABSTRACT

This research aims to describe the innovations in business development currently implemented by SG Food Photography, identify the business development strategies used, and develop business development strategies using Business Model Innovation analysis. The research method used is a qualitative method with a case study approach. The research results show that although SG Food Photography has implemented several business development strategies, they are not optimal. The analysis of the application of Business Model Innovation is expected to be able to explain changes in market trends and needs, SG Food Photography can increase their business desires by remaining relevant and responsive to changes in an ever-changing business environment. Therefore, this research makes a contribution by presenting recommendations for increasing the effectiveness of business development through the application of the Business Model Innovation concept in the context of the SG Food Photography business.

Keywords: *Business development, Business Model Innovation*

KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Analisis Pengembangan Bisnis Menggunakan *Business Model Innovation* Pada Usaha SG Food Photography”** ini tepat pada waktunya.

Tujuan penulisan dari skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat menempuh ujian sidang skripsi program studi kewirausahaan. Selain itu, penelitian ini diperuntukkan untuk mengetahui terkait Inovasi Pengembangan Bisnis pada usaha SG Food Photography.

Penulis menyadari, skripsi yang ditulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan penulis nantikan demi kesempurnaan proposal ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan penelitian untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Tasikmalaya, 31 Januari 2024



Esti Meilinda
2008074

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah SWT, karya ini dipersembahkan dalam bentuk rasa syukur dan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Solehuddin, M.Pd, M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, yang telah memberikan kesempatan baik mahasiswa untuk dapat berkembang dan menjadi mahasiswa sebaik-baiknya,
2. Prof. Dr. Heri Yusuf Muslihin, S.Pd., M.Pd., selaku Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya,
3. Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd., selaku Ketua Prodi Kewirausahaan dan Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan segala upaya untuk memajukan Program Studi Kewirausahaan dan memberikan arahan maupun masukan kepada saya selama masa perkuliahan 2020-2024,
4. Ismail Yusuf, S.T., M.B.A., selaku pembimbing I yang telah memberikan semangat, arahan maupun masukan kepada saya demi kelancaran menulis dan membuat penelitian ini,
5. Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., selaku pembimbing II atas kesabaran dan banyak ilmu, waktu yang telah diluangkan untuk membimbing saya secara baik serta memberikan motivasi, arahan maupun masukan baik selama proses pengerjaan skripsi ini dari awal hingga selesai,
6. Dosen Prodi Kewirausahaan yang telah memberikan ilmu, mengajarkan dan membimbing saya selama ini untuk belajar menjadi seorang pengusaha yang hebat dan dapat bermanfaat bagi banyak orang,
7. Orang tua, Bapak Tohar Wibowo dan Ibu Sairah yang selalu memberikan doa, motivasi, menunjang segala kebutuhan pendidikan saya dan meyakinkan saya bahwa saya bisa untuk melewati masa-masa senang maupun sulit di dalam perkuliahan,
8. Kakak Saya, Elza Yunika, S.Pd., yang selalu mendoakan dan sebagai pengingat serta panutan bagi saya untuk terus bertahan dan maju dalam menjalani masa perkuliahan,
9. Seluruh keluarga besar, yang telah mendukung dan mendoakan dalam segala keadaan,

10. Beasiswa KIPK yang telah memberikan bantuan berupa financial sehingga saya bisa berkuliah sampai lulus di Universitas Pendidikan Indonesia Program Studi Kewirausahaan,
11. Owner SG Food Photography, Wanda Fransisca yang membuka perspektif saya mengenai dunia kerja maupun bisnis dan mengajarkan saya juga bahwasannya perempuan bisa menjadi apapun dalam mewujudkan mimpinya,
12. Sahabat-sahabat saya dari SD, Sebvi, Noni, Nadiah, Adi, Kevin dan Bayu yang selalu menemani, kebersamai dan mendukung dalam segala situasi,
13. Sahabat SMP saya Febri yang selalu memberikan semangat dan mendoakan,
14. Teman-teman SMK saya Najla, Cellin, Mutia, Dharma, Mela, Aru, Metta yang selalu mendukung dan menjaadi tempat untuk bercerita tentang dunia perkuliahan,
15. Teman-teman perkuliahan Angkatan 2020, Belina, Salsa, Alyka, Rina, Mesya, Sabrina, Agustina, Talitha, Rizva, Alfi, Agisny, Wildasari, Rini, Anesti, Ira, Lutfiyah dan teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah membantu dan berdiri bersama saya dari awal pekuliahan sampai saya menyelesaikan skripsi ini,
16. Kakak tingkat saya, Septi Fujia, S.Pd, Irene Putri Larasati, S.Bns, Wanda Puspa Dewi, S.Bns, Helga Nazhiifah, S.Bns dan Putri Rizki Fitriani, S.Bns yang selalu memberikan masukan tentang dunia perkuliahan dan memberikan dukungan dalam mengerjakan skripsi ini,
17. Tim Magang MSIB di PT, Menara Indonesia yang terdiri dari Nayla, Jihan, Intan, Adinda, Chelsea, Syahrul dan juga Youriel yang telah menjadi rekan, keluarga dan mendukung selama proses mengerjakan skripsi ini,
18. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah mendukung dan berkontribusi atas kelancaran menyelesaikan skripsi ini,
19. Terakhir, kepada diri saya sendiri yang telah mampu kooperatif dalam mengerjakan skripsi ini. Terimakasih karena selalu berpikir positif ketika keadaan sempat tidak baik-baik saja, dan selalu berusaha percaya terhadap diri sendiri, hingga akhirnya diri saya mampu membuktikan bahwa saya bisa dan mampu mengandalkan diri sendiri.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	5
1.3 Batasan Penelitian	6
1.4 Tujuan Penelitian.....	6
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	7
BAB II	8
KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, & HIPOTESIS	8
2.1 Kajian Pustaka	8
2.1.1 Manajemen Strategi.....	8
2.1.2 Strategi Bisnis.....	12
2.1.3 Inovasi Pengembangan.....	15
2.1.3.1 Konsep Inovasi Pengembangan.....	15
2.1.5 Business Model Innovation.....	16
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28

3.1 Objek Penelitian	28
3.2 Metode dan Desain Penelitian	28
3.2.1 Metode Penelitian.....	28
3.2.2 Desain Penelitian.....	29
3.2.3 Prosedur Penelitian.....	30
3.3 Sumber dan Alat Pengumpulan Data	32
3.3.1 Sumber Data.....	32
3.3.2 Teknik Analisis Data.....	32
3.3.3 Alat Pengumpulan Data.....	34
3.4 Partisipan Penelitian	37
3.5 Waktu dan Jadwal Penelitian	37
3.6 Metode Analisis Data	38
3.7 Uji Keabsahan Data.....	39
BAB IV	41
HASIL DAN PEMBAHASAN	41
4.1 Gambaran Umum SG Food Photography	41
4.1.1 Profil SG Food Photography.....	41
4.1.2 Visi Misi SG Food Photography.....	42
4.1.3 Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan.....	43
4.2 Gambaran Umum Strategi Bisnis.....	44
4.2.1 Strategi Kepemimpinan Biaya.....	46
4.2.2 Strategi Diferensiasi.....	47
4.2.3 Strategi Fokus.....	49
4.2.4 Strategi Kepemimpinan/Diferensiasi Terpadu.....	50
4.3 Identifikasi Strategi Pengembangan Bisnis	52
4.4 Formulasi Inovasi Pengembangan Bisnis.....	70
BAB V	87
SIMPULAN DAN SARAN	87
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Implikasi	89
5.3 Saran.....	89

DAFTAR PUSTAKA.....	91
RIWAYAT HIDUP.....	118

DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.3 Dimensi Dalam Komponen BMI.....	33

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Grafik Penjualan.....	2
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	25
Gambar 3.2 Prosedur Penelitian.....	28
Gambar 3.3 Struktur BMI.....	30
Gambar 4.1 Logo FNS Group.....	39
Gambar 4.2 Struktur Organisasi.....	40
Gambar 4.3 Identifikasi Strategi Pengembangan Bisnis.....	53
Gambar 4.4 Tampilan Konten.....	62
Gambar 4.5 Planner Meta Business Suite.....	62
Gambar 4.6 Formulasi Inovasi Pengembangan Bisnis.....	72

DAFTAR PUSTAKA

- Achtenhagen, L., Melin., & Naldi, L. (2014). Dynamics of business models—strategizing, critical capabilities and activities for sustained value creation. *Long Range planning*, 46(6), 427-442.
- Amri, S., & Fahmi, N. (2022). Analisis pemasaran online platform meta business suite sebagai teknologi meta. *JIMSI: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), 48-56.
- Ansoff, Kipley, Lewis, Helm-Stevens, R., & Ansoff, R. (2018). *Implanting strategic management*. Springer.
- Armstrong & Kotler. (2015). “*Marketing an introducing pretiece hall twelfth edition*”, Pearson Education, Inc.
- Baden-Fuller, C., & Mangematin, V. (2014). Business models: A challenging agenda. *Strategic Organization*, 11(4), 418-427.
- Clauss, T. (2017). Measuring business model innovation: conceptualization, scale development, and proof of performance. *R&d Management*, 47(3), 385-403.
- David, Fred R. (2005). *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Furnari, B., Cloughesy, F., Cavenee, K., & Mischel, S. (2015). Heterogeneity of epidermal growth factor receptor signalling networks in glioblastoma. *Nature Reviews Cancer*, 15(5), 302-310.
- Geissdoerfer, M., Pieroni, P., Pigosso, C., & Soufani, K. (2020). Circular business models: A review. *Journal of cleaner production*, 277, 123741.
- Geissdoerfer, M., Vladimirova, D., & Evans, S. (2018). Sustainable business model innovation: A review. *Journal of cleaner production*, 198, 401-416.
- Guthrie, C. (2014). The digital factory: a hands-on learning projectdigital entrepreneurship, *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115-133.

- Haaker, T., Bouwman, H., Janssen, W., & Reuver, M. (2017). Business model stress testing: A practical approach to test the robustness of a business model. *Futures*, 89, 14-25.
- Hardianti, T. (2019). Analisis strategi pengembangan usaha sagu di Desa Waelawi Kecamatan Malangke Barat Kabupaten Luwu Utara. *Skripsi. Fakultas Ekonomi & Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar: Makassar.*
- Hasan, A (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Hilman, H., & Kaliappen, N. (2014). Do cost leadership strategy and process innovation influence the performance of Malaysia hotel industry?. *Asian Social Science*, 10(10), 134.
- Hussein, A. (2018). *Metode design thinking untuk inovasi bisnis*. Universitas Brawijaya Press.
- Katoch D. (2017) Managing value chain through market segmentation and customer focus strategies: a synergistic perspective. *International Education and Research Journal*, 3(11), 17-18.
- Le Dinh, T., Vu, M.C. & Ayayi, A. (2018). Towards a living lab for promoting the digital entrepreneurship process, *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
- Lestari, R. (2019). *Manajemen inovasi: upaya meraih keunggulan kompetitif*. Universitas Brawijaya Press.
- Lynch, R. (2018). *Strategic management*. Pearson UK.
- Mariantha, N. (2018). *Manajemen biaya (cost management)*. Celebes Media Prakasa.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran strategi bisnis dalam meningkatkan keunggulan bersaing di industri fashion. *J. Ris. Bisnis dan Investasi*, 5(1), 48-60.

- Morris, M., Schindehutte, M., & Allen, J. (2005). The entrepreneur's business model: toward a unified perspective. *Journal of business research*, 58(6), 726-735.
- Mulyasana, D., & Fauzia, A. (2015). *Pendidikan bermutu dan berdaya saing*. PT Remaja Rosdakarya.
- Munarika, N. (2018). Strategi dalam meningkatkan kepuasan anggota penabung dengan akad wadi'ah di kantor pusat Baitul Maal Wat Tamwil (BMT) Pahlawan Tulungagung.
- Nawawi, S., Mufti, M., & Mega, A. (2021). Pengaruh strategi, inovasi dan pengembangan UMKM pada bidang kuliner di Kota Bandung pada masa covid-19. *International Journal Administration Business & Organization*, 2(3), 23-30.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Smith, A., & Etienne, F. (2020). *The invincible company: how to constantly reinvent your organization with inspiration from the world's best business models*. Wiley.
- Permana, S. (2015). Analisa dan perancangan aplikasi Point Of Sale (POS) untuk mendukung manajemen hubungan pelanggan. *Jurnal Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer*, 2(1), 20-28.
- Purwana, D., Rahmi, R., & Aditya, S. (2017). Pemanfaatan digital marketing bagi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, 1(1), 1-17.
- Rahmadi, C., Maulany, S., & Ikhsani, M. (2016). Analisis faktor-faktor pengaruh inovasi produk yang berdampak pada keunggulan bersaing UKM makanan dan minuman di wilayah Harjamukti Kota Cirebon. *Jurnal Logika*, 18(3), 61-75.
- Ritonga, Z. (2020). *Buku ajar manajemen strategi (teori dan platform)*. Deepublish.

- Robbins., Stephen, P., & Timothy A. (2014). *Perilaku Organisasi (Organizational Behavior)*. Edisi 12 Salemba Empat.
- Rosmadi, M. (2021). Penerapan strategi bisnis di masa pandemi Covid-19. *IKRAITH-EKONOMIKA*, 4(1), 122-127.
- Saebi, T., Lien, L., & Foss, N. (2017). What drives business model adaptation? The impact of opportunities, threats and strategic orientation. *Long Range Planning*, 50(5), 567-581.
- Salwa, R., & Nasution, M. (2024). Inovasi bisnis organisasi melalui pemanfaatan sistem dan teknologi informasi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(1), 21-31.
- Schwab, K. (2016). *The fourth industrial revolution*. World Economic Forum.
- Schwarzl, S., & Grabowska, M. (2015). Online marketing strategies: The future is here. *Journal of International Studies*, 8(2), 187-196.
- Setiawan, S. (2023). Business model canvas: Business model canvas. *Jurnal Kajian Budaya dan Humaniora*, 5(2), 199-216.
- Sonnenber, A. (2022). How to Use Meta Business Suite. <https://www.socialmediaexaminer.com/how-to-use-meta-business-suite>.
- Spiegel, O., Abbassi, P., Zylka, M., Schlagwein, D., Fischbach, K., & Schoder, D. (2016). Business model development, founders social capital and the success of early stage internet start-ups: a mixed-method study, *Information Systems Journal*, 26(5), 421-449.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. CV.Andi Offset.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

- Suhaeni, T. (2018). Pengaruh strategi inovasi terhadap keunggulan bersaing di industri kreatif (studi kasus UMKM bidang kerajinan tangan di Kota Bandung). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 4(1), 57-74.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. (2017). Pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1). 74-85.
- Suriyanti, H., & Binangkit, I. (2019). Peran kebijakan pemerintah dalam memoderasi pengaruh strategi bisnis terhadap kinerja usaha. *Jurnal Akuntansi dan Ekonomika*, 9(1), 119-128.
- Sutikno, T. (2014). Manajemen strategik pendidikan kejuruan dalam menghadapi persaingan mutu. *Teknologi Dan Kejuruan: Jurnal Teknologi, Kejuruan Dan Pengajarannya*, 36(1).
- Syukron, S., Zarkasih, A., Nasution, A., Siregar, R., & Munthe, S. (2022). Strategi pemasaran produk di era digital pada UMKM. *COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 159-164.
- Tamara, D. (2021). Inovasi produk mie ayam-bakso dalam meningkatkan volume penjualan pada UMKM bakso taman pesona (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta). <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/94364>.
- Tampi, N. (2015). Analisis strategi diferensiasi produk, diferensiasi layanan dan diferensiasi citra terhadap keunggulan bersaing dan kinerja pemasaran (studi pada PT. Telkomsel Grapari Manado). *Jurnal EMBA*, 3(4), 68–81.
- Taufiqurokhman. (2016). *Manajemen Strategi*. Jakarta Pusat: Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik Universitas Dr. Moestopo Beragama.
- Vanhala, E., & Kasurinen. (2014). What is the role of business model and its elements for computer game start-ups?. *Software Engineering and*

- Information Management Lappeenranta University of Technology, 182, 72-87.
- Velu, C. (2020). Business Model Cohesiveness Scorecard: Implications of Digitization for Business Model Innovation. *Handbook of Digital Innovation*, 179-197.
- Yang, M., Ren, Y., & Adomavicius, G. (2019). Understanding user-generated content and customer engagement on Facebook business pages. *Information Systems Research*, 30(3), 839-855.
- Yanuar, D., & Harti, H. (2020). Pengaruh inovasi produk dan orientasi pasar terhadap kinerja penjualan pada Home Industri Olahan Ikan Di Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2), 51-60.
- Yunus, Y., Mukhtar, J., & Nugroho, I. (2019). Manajemen pengembangan pondok pesantren (studi kasus di pondok Pesantren As' adiyah Belawa Baru, Masamba, Sulawesi Selatan). *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 3(1), 82-101.