

**ANALISIS STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN PERANCANGAN  
MODEL BISNIS BERBASIS SOSIAL PADA HANISA *FASHION DESIGN***

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar S.Bns.



**ATHIYYAH KHAIROTUNNISSA**

**NIM 1801758**

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

**2022**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Athiyyah Khairotunnissa  
NIM : 1801758  
Program Studi : Kewirausahaan  
Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN PERANCANGAN MODEL BISNIS BERBASIS SOSIAL PADA HANISA *FASHION DESIGN***

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Strategi Bisnis Menggunakan Perancangan Model Bisnis Berbasis Sosial pada Hanisa *Fashion Design*” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 16 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Athiyyah Khairotunnissa

NIM 1801758

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ANALISIS STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN PERANCANGAN  
MODEL BISNIS BERBASIS SOSIAL PADA HANISA FASHION DESIGN**

Tasikmalaya, 16 Agustus 2022

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

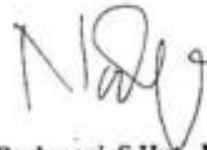
Pembimbing I



Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., CIPE

NIP. 920200119911219201

Pembimbing II



Nizza Nadva Rachmani, S.HuT., M.M., CIPE

NIP. 920200419920802201

Mengetahui:

Ketua Program Studi SI Kewirausahaan



Azizah Fauziah, S.Pd., M.Pd., CIPE

NIP. 920171219910820201

# ANALISIS STRATEGI BISNIS MENGGUNAKAN PERANCANGAN MODEL BISNIS BERBASIS SOSIAL PADA HANISA *FASHION DESIGN*

Athiyyah Khairotunnissa<sup>1</sup>, Mira Nurfitriya<sup>2</sup>, Nizza Nadya Rachmani<sup>3</sup>

## ABSTRAK

Industri pakaian mengalami pertumbuhan setiap tahunnya yang mengakibatkan Hanisa *Fashion Design* keberadaannya dari waktu ke waktu semakin terancam dalam persaingan bisnis. Hal ini, Hanisa *Fashion Design* dituntut untuk mempunyai nilai yang unggul dari bisnis lain. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mendapatkan rancangan strategi bisnis yang ideal untuk diterapkan pada Hanisa *Fashion Design*. Sebagai teknik pengumpulan data dalam penelitian, data yang digunakan bersumber dari hasil wawancara langsung dan terbuka dengan narasumber yang terkait yaitu *owner* Hanisa *Fashion Design*. Dalam penelitian penulis menggunakan pendekatan kualitatif bersifat deskriptif. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu cara yang dapat meningkatkan keunggulan dan mengembangkan Hanisa *Fashion Design* supaya dapat bersaing dengan bisnis lain adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) berbasis sosial. Desain tabel dan elemen yang ada di BMC menjadi salah satu keunggulan untuk memudahkan dalam menggambarkan serta memvisualisasikan suatu bisnis dengan jelas. Berdasarkan uji validitas menggunakan teknik triangulasi yang dilakukan pada penelitian dalam mengidentifikasi *Social Business Model Canvas* (SBMC) menunjukkan bahwa ada elemen tambahan pada pada blok *customer segments*, *value propositions*, *channels*, dan *key activities*. Selain itu, formulasi strategi bisnis SBMC menggunakan strategi *red ocean* dengan melalui strategi diferensiasi atau mengeluarkan produk yang berbeda dari kompetitor dan menitikberatkan pada *value propositions* sebagai elemen untuk mengoptimalkan strategi bisnis.

**Kata Kunci :** *Business Model Canvas*, *Social Business Model Canvas*, Kualitatif Deskriptif, Hanisa *Fashion Design*.

***BUSINESS STRATEGY ANALYSIS USING SOCIAL-BASED BUSINESS  
MODEL ON HANISA FASHION DESIGN***

Athiyah Khairotunnissa<sup>1</sup>, Mira Nurfitriya<sup>2</sup>, Nizza Nadya Rachmani<sup>3</sup>

***ABSTRACT***

*The clothing industry experiences growth every year which causes Hanisa Fashion Design's existence from time to time to be increasingly threatened by business competition. In this case, Hanisa Fashion Design is required to have superior values to other business. The purpose of this research is to get the ideal business strategy design to be applied to Hanisa Fashion Design. As a data collection technique in the study, the data used were sourced from direct and open interviews with related sources, namely the owner of Hanisa Fashion Design. In this study, the author uses a descriptive qualitative approach. Based on the results of the study, shows that one way that can increase excellence and develop Hanisa Fashion Design so that it can compete with other business is to use a social-based Business Model Canvas (BMC). The design of tables and elements in BMC is one of the advantages to make it easier to describe and visualize a business. Based on the validity test using triangulation techniques carried out in research in identifying a Social Business Model Canvas, it shows that there are additional elements such as the customer segments block, value propositions, channels, and key activities. In addition, the formulation of the SBMC business strategy uses a red ocean strategy by going through a differentiation strategy or issuing product that are different from competitors and focusing on value propositions as an element to optimize business strategy.*

***Keyword :*** *Business Model Canvas, Social Business Model Canvas, Descriptive Qualitative, Hanisa Fashion Design.*

## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iError! Bookmark not defined.</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>vvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan Masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Kegunaan Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Kajian Teori.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1 Manajemen Strategi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2 Strategi Bisnis .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3 Model Bisnis Berbasis Sosial .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4 Strategi <i>Red Ocean</i> .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Penelitian Terdahulu.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3 Metode dan Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.1 Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3.2 Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4 Sumber Data dan Alat Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>defined.</b>	
3.4.1 Sumber Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2 Alat Pengumpulan Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5 Partisipan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6 Teknik Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7 Uji Keabsahan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....Error! Bookmark not defined.**

- 4.1 Hasil Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.1 Gambaran Umum Hanisa *Fashion Design* ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.2 Arti Logo Hanisa *Fashion Design* .....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.1.3 Struktur Kinerja Hanisa *Fashion Design*..... **Error! Bookmark not defined.**
- 4.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.1 Gambaran Umum Strategi Bisnis Yang Digunakan Hanisa *Fashion Design* .....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.2 Identifikasi *Business Model Canvas* Hanisa *Fashion Design* ..... **Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.3 Identifikasi *Social Business Model Canvas* Pada Hanisa *Fashion Design* .....**Error! Bookmark not defined.**
  - 4.2.4 Formulasi Strategi Bisnis SBMC pada Hanisa *Fashion Design*.... **Error! Bookmark not defined.**

**BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN .....Error! Bookmark not defined.**

- 5.1 Kesimpulan.....**Error! Bookmark not defined.**
- 5.2 Implikasi.....**Error! Bookmark not defined.**
- 5.3 Saran.....60

**DAFTAR PUSTAKA ..... vii**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN .....Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiatma. S., dkk. (2020). Analisis Strategi Bisnis Dengan *Business Model Canvas* Pada Zocha Handicraft Akar Wangi Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*. Vol. 20, No. 01, Tahun 2020.
- Ahmad. F. N. (2019). Penerapan *Model Bisnis Canvas* Pada Perusahaan Jasa Wedding Organizer. (Skripsi). Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Alexander Osterwalder and Yves Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Alfrina. A. A. (2015). Pengembangan Model Bisnis Dengan *Business Model Canvas* Pada UKM Percetakan Radja Mauditama. (Skripsi). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar.
- Amaliah. I., Aspiranti. T. (2022). *Red Ocean Strategy : Quadran Strategy In Building Bandung City Mosque Cooperative*. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*. Vol. 6, No. 1, January 2022.
- Ati. L., dkk. (2019). *Business Model Canvas Non Government Organization (NGO) (Case Study : Rimbawan Muda Indonesia)*. *Indonesia Journal of Business and Entrepreneurship*. Vol. 5, No. 1, January 2019.
- Chandya. T. (2021). Manajemen Strategi Badan Penanggulangan Bencana Daerah dalam Pencegahan Kebakaran Hutan di Kabupaten Ketapang. *Journal of Government and Political Studies*. Vol. 4, No. 1, April 2021.
- Data Industri. (2022). Pertumbuhan Industri Tekstil dan Pakaian Jadi, 2011-2022. [Online]. Diakses dari <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-tekstil-dan-pakaian-jadi/>



- Diana. R. (2019). Analisis Aksesibilitas Permodalan Usaha Mikro Kecil Pada Lembaga Keuangan Formal di Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi dan Pengembangan*. Vol. 27, No. 1, Tahun 2019.
- Febriana. N., Meirinawati. (2021). Manajemen Strategi Pengelolaan Desa Agrowisata Oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Desa Watesari Kecamatan Balongbendo Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*. Vol 9, No. 3, Tahun 2021.
- Han, R. (2021). *Designing Social Business Model for Han Ancestral House*. Vol. 4, No. 3 Mei-Juni 2021.
- Hassan, N.F.N., dkk. (2018). *The Shared Value Concept in Social Business Model Canvas: Promoting Social Enterprise in Malaysia*. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*. Vol. 8, No. 11, Desember 2018.
- Hayyu, R. (2019). Analisis Bisnis Model Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Terhadap Baitul Maal Wat Tamwil Masjid Al Azhar Jakarta Selatan. (Skripsi). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Ibnu. (2022). *Red Ocean Strategy* adalah: Pengertian dan Bedanya dengan *Blue Ocean Strategy*. [Online]. Diakses dari <https://accurate.id/bisnis-ukm/red-ocean-strategy-adalah/>
- Ihsani. F., dkk. (2020). Pengembangan Bisnis Beras Organik Berbasis *Sociopreneurship* Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) Di Gapoktan Simpatik Desa Mekarsari Kecamatan Cisayong Kabupaten Tasikmalaya. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis (JEPA)*. Vol. 4, No. 2, April 2020.
- Ilmi, I. (2019). *Business Model Canvas* Pada *Social Enterprise* Di Laz Dompot Dhuafa. (Skripsi). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah, Jakarta.
- Julistya. A. D., Purnomo. D. (2021). Perancangan Model Bisnis Berbasis Sosial Pada Pasar Tradisional Di Kota Bandung Dengan *Business Model Canvas*. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*. Vol. 5, No. 1, Tahun 2021.

- KBBI. (2015). Arti Kata Strategi Menurut KBBI. [Online]. Diakses dari <https://www.kbbi.co.id/arti-kata/strategi>
- Lumbantoruan. B. B., Pangeran. P. (2021). *Social Entrepreneurship Canvas Business Model to Improve Family Welfare: A Case Study of the Culinary Business of "Special Fried Quail" at Purwareja Klampok Banjarnegara*. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*. Vol. 8, No. 7, July 2021.
- Nurullia. D., dkk. (2021). Sosialisasi *Red Ocean Strategy* dan *Blue Ocean Strategy* Sebagai Upaya Meningkatkan Daya Saing UKM Mahasiswa Di Kota Malang. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Vol. 1, No. 7, Desember 2021.
- Maryani. L. (2019). Peran Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing di Industri *Fashion*. *Jurnal Riset Bisnis dan Inovasi*. Vol. 5, No. 1, April 2019.
- Meranga. I. SC. (2019). Implementasi *Business Model Canvas* Pada Perusahaan Sosial. *Jurankum*. Vol. 12, No. 2, Juli 2019.
- Mutiara. L. (2018). Kajian Tentang *Social Business Model Canvas* PT. Citra Nusantara Mandiri (PT. CNM). (Skripsi). Fakultas Pertanian. Universitas Andalas, Padang.
- Norikun. B., dkk. (2018). *Strategies for Improving Marketing Performance With Red Ocean Theory*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol. 10, No. 2, 2018.
- Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology – A Proposition In A Design Science Approach*. *Disertasi, University of Lausanne, Switzerland*.
- Osterwalder. A., Pigneur Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pradistya, R.M. (2021, Februari 10). Teknik Triangulasi dalam Pengolahan Data Kualitatif. [Online ]. Diakses dari <https://www.dqlab.id/teknik-triangulasi-dalam-pengolahan-data-kualitatif>
- Priyono. (2007). *Pengantar Manajemen : Manajemen Strategik*. Taman Sidoarjo : Zifatama Publisher.

- Qastharin, A.R. (2015). *BMC for Social Enterprise. Journal of The 7th Indonesia International Conference On Innovation, Entrepreneurship, and Small Business.*
- Qastharin. R., Annisa. (2014). “*Understanding the Business Model Of Social Enterprise : A Case Study of Indonesia Mengajar.*” *Independen*:45
- Ramadhani. S. (2020). Analisis Pemahaman *Business Model Canvas* (BMC) Pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU. (Skripsi). Fakultas Agama Islam. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan.
- Rangkuti. (2003). Analisis SWOT. Teknik Membedah Kasus bisnis. Jakarta. Gramedia Pustaka Umum.
- Rijal. M. (2018). Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Daya Saing Pada UD. Humaerah Motor Kabupaten Bone. (Skripsi). Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar, Makassar.
- Septiningrum. L. D. (2021). Manajemen Strategi Untuk Meningkatkan Penjualan Food and Beverage Di Era Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi*. Vol. 8, No. 1, Januari-April 2021.
- Setiawati. F. (2020). Manajemen Strategi untuk Meningkatkan Kualitas Pendidikan. *Jurnal at-Tadbir: Media Hukum dan Pendidikan*. Vol. 30, No. 1, Tahun 2020.
- Social Enterprise Institute*. (2020). *Social Business Model Canvas. (Template)*
- Sparviero. S. (2019). *The Case for a Socially Oriented Business Model Canvas: The Social Enterprise Model Canvas. Journal of Social Entrepreneurship*. Vol. 10, No.2, January 2019.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Umar. A., dkk. (2020). *Improving The Social Enterprise- Based Performances From The Aspect Of Social Business Model Canvas. International Journal Of Entrepreneurship*. Vol. 24, Issue 1, 2020.
- Utomo. FX. H., dkk. (2020). *Social Entrepreneurship Business Model of Coconut Sugar for Increasing Farmers' Welfare: Case Study in Indonesian Village*

*Cooperative. International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. Vol. 7, No. 7, August 2020.*

Wibowo. H., dkk. (2021). Praktik Kewirausahaan Sosial Industri Rumah Tangga Di Desa Cibodas Solokan Jeruk Jawa Barat (Sebuah Studi Kasus Menggunakan Kerangka Kanvas Model Bisnis). *Jurnal Kolaborasi Resolusi Konflik. Vol. 3, No. 1, Tahun 2021.*

Yudha. M.G., Sudhartio. L. (2019). *Social Business Model Canvas Development and Forming an Entrepreneurial Ecosystem for Waste Banks to Achieve Sustainability Case Study in Bali, Indonesia). Advances in Economic, Business and Management Research journal. Vol. 72, March 2019.*