

Nomor Daftar FPIPS : 3498/UN40.F2.10/PT/2022

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DALAM
MERUMUSKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA JAJANAN
PASAR TOKO KUE NY. NINA DI KOTA TASIKMALAYA**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Pariwisata



Disusun oleh:
Maghfira Nur Soniastuti
1800734

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

LEMBAR HAK CIPTA
ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DALAM
MERUMUSKAN *BLUE OCEAN STRATEGY* PADA JAJANAN
PASAR TOKO KUE NY. NINA DI KOTA TASIKMALAYA

Oleh
Maghfira Nur Soniastuti

Skripsi ini ditujukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar
Sarjana Pariwisata di Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Maghfira Nur Soniastuti

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang – Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak
ulang, di fotokopi, dan cara lainnya tanpa izin penulis

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* SHOPEE FOOD TERHADAP
PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MITRA

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh pembimbing,

Pembimbing I



Caria Ningsih, M.Si., Ph.D
NIP. 19800131.200812.1.002

Pembimbing II



Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si
NIP. 920200419915201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen Industri Katering

Ketua Prodi Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, S.S., M.M.Par
NIP 19700320.200812.2.001

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi alternatif yang cocok untuk diterapkan pada Toko Kue Ny. Nina, melalui analisis 9 blok *Business Model Canvas* perusahaan untuk memperoleh model bisnis baru yang berbentuk kerangka kerja empat langkah (ciptakan, tingkatkan, kurangi, hapuskan) *Blue Ocean Strategy*. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif yang pendekatannya dilakukan secara deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui kegiatan observasi, pengambilan dokumentasi, dan wawancara. Hasil dari analisis diketahui bahwa Toko Kue Ny. Nina sebagai produsen, penjual, dan penyuplai jajanan pasar sedang berada di *Red Ocean*. Dikenal sebagai toko oleh – oleh khas Kota Tasikmalaya, secara dominan produk kue dan jajanan pasar yang ada bukanlah asli produk Tasikmalaya. Karakteristik jajanan pasar maupun kue lainnya juga masih cenderung sama dengan yang dijual di perusahaan lain. Maka dari itu, perusahaan perlu menciptakan ruang pasar yang belum ada pesaingnya, melalui penciptaan inovasi produk jajanan pasar, penambahan varian jajanan pasar khas Tasikmalaya, pembuatan *database* pelanggan, diiringi dengan kegiatan pemasaran/promosi secara konvensional maupun secara digital seoptimal mungkin. Dengan memerhatikan elemen lain yang harus terus ditingkatkan kualitas maupun kuantitasnya, implementasi dari penelitian ini dapat menempatkan bisnis Toko Kue Ny. Nina di suatu posisi yang strategis yang berbeda dari usaha sejenis lain.

Kata Kunci : *Business model canvas*, kerangka kerja empat langkah, *blue ocean strategy*

ABSTRACT

This study aims to determine an alternative strategy that is suitable to be applied to Toko Kue Ny. Nina, through the analysis of 9 blocks of the company's Business Model Canvas in order to obtain a new business model in the form of four actions framework (create, increase, reduce, eliminate) in the Blue Ocean Strategy. This research is a qualitative research with a descriptive approach. The data was collected through observation, documentation, and interviews. The results of the analysis are known that Toko Kue Ny. Nina as a factory, seller, and supplier of Jajanan Pasar is currently in the Red Ocean condition. Known as a souvenir shop from Tasikmalaya, the cake products and traditional snacks in the company are actually not original from Tasikmalaya. The characteristics of traditional snacks and other cakes also tend to be the same with other companies. Therefore, this company need to create a market space that has no competitors, through the creation of traditional snack product innovations, adding variants of Tasikmalaya traditional snacks, creating a customer database, accompanied by marketing/promotional activities both conventional and digital as optimally as possible. By paying attention to other elements that must be continuously improved both in quality and quantity, the implementation of this research can be offered as a strategic step for gaining better position that is different from other similar businesses.

Keywords: Business model canvas, four-step framework, blue ocean strategy

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
UCAPAN TERIMA KASIH	ii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GRAFIK.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1 Pariwisata	8
2.1.1 Bisnis Pariwisata	9
2.1.2 Potensi Wisata	10
2.1.3 Wisata Kuliner.....	10
2.1.4 Usaha Makanan dan Minuman.....	11
2.1.5 Jenis Usaha Makanan dan Minuman	11
2.1.6 <i>Patisserie</i>	12
2.1.6 Jajanan Pasar Indonesia	13
2.2 Strategi	13
2.1.6 Klasifikasi Strategi	14
2.3 Manajemen Strategik	17
2.3.1 Tujuan Manajemen Strategik	17
2.3.2 Proses Manajemen Strategik	18
2.4 Pengembangan Bisnis	18
2.5 Strategi Pengembangan Bisnis	18
2.6 <i>Business Model Canvas</i>	19

2.7 Nona Helix (2021)	24
2.8 <i>Blue Ocean Strategy</i>	25
2.9 Penelitian Terdahulu	26
2.10 Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Objek dan Subjek Penelitian	32
3.2 Metode Penelitian	32
3.2.1 Jenis dan Metode yang Digunakan	32
3.2.2 Operasionalisasi Instrumen Penelitian.....	33
3.2.3 Jenis dan Sumber Data.....	34
3.2.4 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.2.5 Teknik Analisis Data	37
BAB IV PEMBAHASAN	42
4.1 Sejarah Toko Kue Ny. Nina	42
4.2 Data Kumpul	43
4.2.1 Visi dan Misi Perusahaan.....	43
4.2.2 Analisis Lingkungan Internal	44
4.3 Karakteristik Responden (Nona Helix).....	50
4.4 Analisis Potensi dan Kontribusi Toko Kue Ny. Nina Sebagai Wisata Kuliner (oleh – oleh) Khas Kota Tasikmalaya.....	56
4.5 Analisis Persaingan Produk Jajanan Pasar Toko Kue Ny. Nina	60
4.6 Business Model Canvas Toko Kue Ny. Nina.....	62
4.6.1 <i>Customer Segments</i>	62
4.6.2 <i>Value Propositions</i>	64
4.6.3 <i>Channels</i>	65
4.6.4 <i>Customer Relationships</i>	67
4.6.5 <i>Revenue Streams</i>	68
4.6.6 <i>Key Resources</i>	70
4.6.7 <i>Key Activities</i>	71
4.6.8 <i>Key Partnerships</i>	72
4.6.9 <i>Cost Structures</i>	73
4.7 Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> Menggunakan Kerangka Kerja Empat Langkah <i>Blue Ocean Strategy</i>	74
4.7.1 <i>Create</i> (Ciptakan)	75

4.7.2 <i>Raise</i> (Tingkatkan)	80
4.8 Business Model Canvas Toko Kue Ny. Nina Baru	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	84
5.1 Kesimpulan.....	84
5.2 Saran	85
LAMPIRAN	93

DAFTAR PUSTAKA

- Adicandra, A. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Berdasarkan Blue Ocean Strategy Pada Pt. Inti Lautan Fajar Abadi. *Agora*, 5(1), 1–7.
- Aini, S. N. (2015). Pengaruh Strategi Pembelajaran, Gaya Belajar, Sarana Praktik, Dan Media Terhadap Hasil Belajar Patiseri Smk Se-Gerbangkertasusila. *Jurnal Pendidikan Vokasi*.
- Alfian, I. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *Jurnal Ekonomi Islam*, Ii(1). [Http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777/577](http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/tawassuth/article/view/777/577)
- Arif, Y. M., Nugroho, S. M. S., & Hariadi, M. (2019). Selection Of Tourism Destinations Priority Using 6astd Framework And Topsis. *2019 2nd International Seminar On Research Of Information Technology And Intelligent Systems, Isriti 2019*, 346–351. [Https://doi.org/10.1109/Isriti48646.2019.9034671](https://doi.org/10.1109/Isriti48646.2019.9034671)
- Bell, C. (2015). *Tourists Infiltrating Authentic Domestic Space At Balinese Home Cooking Schools*. Sage, 87.
- Belmejdoub, A. (2016). *The Business Model Canvas Case : Google*. 1–17.
- Bologna, N. (2014). *Blue Ocean Strategy And New Business Models In The Food Industry: The Eataly Case*. 123. [Https://tesi.luiss.it/15256/1/178411.Pdf](https://tesi.luiss.it/15256/1/178411.Pdf)
- Budio, S. (2019). Strategi Manajemen Sekolah. *Jurnal Menata*.
- Chaerunissa, S. F., & Yuniningsih, T. (2020). Analisis Komponen Pengembangan Pariwisata Desa Wisata Wonopolo Kota Semarang. *Journal Of Public Policy And Management Review*, 9(4), 159–175.
- Chahyono. (2017). Pengaruh Kreativitas Dan Inovasi Sebagai Determinasi Perilaku Wirausaha Terhadap Keberlangsungan Usaha Jasa Makanan Dan Minuman Di Kota Makassar. *S2 Thesis Universitas Negeri Makassar*.

- Cook, T. A. (2010). *The Art Of Mastering Sales Management*. Boca Raton: Taylor And Francis Group.
- David, F. R., & David, R. F. (2017). *Strategic Management (A Competitive Advantage Approach, Concepts And Cases)*. Harlow: Pearson Education .
- Dpr-Ri. (2009, Januari 16). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10.Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Retrieved From Kemenparekraf: https://www.kemendag.go.id/asset_admin/assets/uploads/media/old_file/4636_1364-Uutentangkepariwisataaannet1.pdf
- Guzma'N, T. L., & Can~izares, S. S. (2012). Culinary Tourism In Co'Rdoba (Spain). *British Food Journal*.
- Hatta, I. H., Riskarini, D., & Ichwani, T. (2018). Sme Business Development Strategy: Swot And Efe-Efi Analysis. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 16(3), 537–543. <https://doi.org/10.21776/Ub.Jam.2018.016.03.19>
- Havinando, A. A. (2022). Konsekuensi Hukum Logo Yang Didaftarkan Sebagai Ciptaan Dan Merek Sebelum Berlakunya Undang - Undang Nomor 28 Tahun 2014 Tentang Hak Cipta. 6(4). <http://jurnal.fh.unpad.ac.id/index.php/jbmh/article/download/305/444/>
- Hermawan, A., & Pravitasari, R. J. (2013). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis). *Akselerasi.Id*, 1–23.
- Hisyam, I. (2021). *Strategi Pengembangan Bisnis Di Erly's Kue Indramayu, Kabupaten Indramayu*. Bandung: Skripsi Program Studi Manajemen Industri Katering.
- Holloway, J. C., & Humphreys, C. (2020). *The Business Of Tourism*. London: Sage.
- Ismayani, M. S. (2019). *Implementasi Program Indonesia Pintar (Pip)*. Tasikmalaya: <http://repository.unsil.ac.id/>.
- I Yasa, N. N., Rahmayanti, P. L., Tasrim, . . . Ismail, S. (2021). *Manajemen Strategik*. Bandung: Cv Media Sains Indonesia.

- Jang, S., & Ardichvili, A. (2020). *The Role Of Hrd In Csr And Sustainability : A Content Analysis Of Corporate Responsibility Reports*. <https://doi.org/10.1108/Ejtd-01-2020-0006>
- Julyanthry, Siagian, V., Asmeati, Hasibuan, A., Simanullang, R., Pandarangga, A. P., . . . Syukriah M, E. A. (2020). *Manajemen Produksi & Operasi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Covin, J. G. (2014). Diagnosing A Firm's Internal Environment For Corporate Entrepreneurship. *Business Horizons*, 57(1), 37–47. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2013.08.009>
- Lpem-Febui. (2018). *Kajian Dampak Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Indonesia*. Jakarta: www.kemendparekraf.go.id.
- Maulida , E., Djuanda, G., Silalahi, I. V., Kert
- Massepe, A. N. B. (2017). Business Model Bagi Mahasiswa Program Wirausaha. *Researchgate*, October, 0–22.
- Mohammad, A., & Abouelezz, M. (2020). *A Holistic Model For Sustainable Restaurant Operations Using The Business Model Canvas Approach*. *Journal Of Association Of Arab Universities For Tourism And Hospitality*, 19(3), 0–0. <https://doi.org/10.21608/Jaauth.2021.54916.1104>
- Mulyanti, D. (2017). Manajemen Keuangan Perusahaan. *Akurat Jurnal Ilmiah Akuntansi*.
- Mulyono, S., Rizkia, N. D., Marlina, N., Falashifah, F., Guntarayana, I., Abidin, N., . . . Parwati, K. S. (2022). *Manajemen Strategis*. Bandung: Media Sains Indonesia Dan Penulis.
- Nazarudin. (2018). *Manajemen Strategik*. Palembang: Noerfikri Offset.
- Nur, R., & Suyuti, M. A. (2017). *Pengantar Sistem Manufaktur*. Deepublish. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=X_Omdwaaqbaj&oi=fnd&pg=pa1&dq=continuous+process,+yaitu+sistem+yang+telah+

Memiliki+Peralatan+Produksi+Yang+Tersusun,+Teratur&Ots=RuiznPMC
d_&Sig=Ngmf0f86autjior2zwlpl1kwq6ey&Redir_Esc=Y#V=Onepage&Q
&F=False

Parry, Z. (2014). Book Review: Business Model Generation: A Handbook For Visionaries, Game Changers, And Challengers. *The International Journal Of Entrepreneurship And Innovation*, 15(2), 137–138. <https://doi.org/10.5367/Ijei.2014.0149>.

Pasaribu, U. R., Nuryartono, N., & Andati, T. (2019). Pengaruh Faktor Internal Dan Eksternal Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 5 No. 3, September 2019.

Prastiwi, D. D., & Sari, I. S. (2018). *Upaya Pengendalian Mutu Harum Manis Bakery Dalam Menciptakan Kepuasan Pelanggan*. Yogyakarta: Ina-Rxiv.

Pratama, I. A. (2019). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Gerai Kopi Killiney Kopitiam. *Skripsi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis*.

Ramadhani, D. S. (2020). *Wisata Kuliner Di Surabaya*. Surabaya: Repository.Unair.Ac.Id.

Salsabila, H. A., Firdausi, K. K. R., Marsindi, M., Al Fora, J., Muliawan, M. F. R., & Putri, D. P. (2021). Analysis Of The Altilis Cookies Startup Business Method Using The Canvas Model As A Business Development Effort To Provide Gluten And Casein Free Snacks For Autistic Children. *The Journal Gastronomy Tourism*, 8(1), 43–49. <https://doi.org/10.17509/Gastur.V8i1.35845>

Scaringella, L. (2018). *Initial And Further Business Development: Highlights From Business Model, Open Innovation, And Knowledge Management Perspectives*. *Int. J. Entrepreneurship And Innovation Management*, 22.

Shamout, M. D. (2022). *The Impact Of Promotional Tools On Consumer Buying Behavior In Retail Market The Impact Of Promotional Tools On Consumer Buying Behavior In Retail Market*. January 2016.

- Sinthiya, K., Ningsih, C., & Turgarini, D. (2021). Potensi Jawadah Takir Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi Di Desa Panjalu Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(1), 32–50. [Http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/415](http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/415)
- Sirajuddin Saleh. (2017). Penerbit Pustaka Ramadhan, Bandung. *Analisis Data Kualitatif*, 180. <https://core.ac.uk/download/pdf/228075212.pdf>
- Sjarief, E. (2014, Juni 10). Optimalisasi Etos Kerja Bangsa Guna Meningkatkan Produktivitas Nasional Dalam Rangka Ketahanan Nasional. Retrieved From Perpustakaan Lemhanas Ri: <http://lib.lemhannas.go.id/public/media/catalog/0010-011600000000281/swf/6059/files/basic-html/page8.html>
- Slamet Heri Winarno, Lela Elvira, Jeffry Latumahina, Sabil Sabil, Rr Roosita Cindrakasih, A. S. P. (2022). *Human Resources Development In Increasing Company Development (Case Study Pt. Pars Maxy Perkasa)*. *Journal Of Innovation Research And Knowledge*, 1(11).
- Stellarosi, A., & Trianasari, N. (2020). *Pengaruh Endorsement Melalui Mediasi Pleasure Dan Arousal Sosial Media Instagram*. 7(1), 312–319. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/11646/11511>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sujali. (2008). Pengelolaan Usaha Jasa Pariwisata Berbasis Pengembangan Masyarakat Pada Kawasan Ubud Bali . *Majalah Geografi Indonesia*.
- Suprihanto, J. (2014). *Manajemen*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Tambuwun, T. T., Paparang, F., & Wahongan, A. S. (2020). *Peranan Badan Pengawas Obat Dan Makanan (Bpom) Dalam Perlindungan Konsumen Yang Mengandung Zat Berbahaya*. *Viii(4)*, 96–106. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/lexprivatum/article/view/30972/29729>

- Turgarini, D. (2021). *The Salapan Cinyusu (Nona Helix) As A “Creativepreneurship” Support Model For Gastronomy Tourism In Bandung City. In Promoting Creative Tourism: Current Issues In Tourism Research (Pp. 429-437). Routledge.*
- Umar, H. (2001). *Strategic Management In Action*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Wirapraja, A., Sudarso, A., Mardia, Tojiri, Y. M., Simarmata, H. M., Sulasih, . . . Manullang, S. O. (2021). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Medan: Yayasan Kita Menulis.