

Nomor Daftar: 028/S/KWU/30/IX/2022

**ANALISIS STRATEGI BISNIS MELALUI BISNIS MODEL CANVAS
(BMC) PADA PRODUK FASHION JESYALY.ID**

DRAFT SKRIPSI

Diajukan Sebagai Bagian Dari Persyaratan Untuk Mendapatkan Gelar S.Bns.



NATASYA EDILA PUTRI

NIM 1801849

**PROGRAM STUDI S1 KEWIRASAHAAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
KAMPUS TASIKMALAYA**

2022

i

Natasya Edila Putri, 2022

**ANALISIS STRATEGI BISNIS MELALUI BISNIS MODEL CANVAS PADA
PRODUK FASHION JESYALY.ID**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Natasya Edila Putri

NIM 1801849

Program Studi : Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI BISNIS MELALUI BISNIS**

**MODEL CANVAS (BMC) PADA PRODUK FASHION
JESYALY.ID.**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Strategi Bisnis Melalui Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Produk Fashion Jesyaly.id" ini beserta isinya adalah karya 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 resiko atau sanksi apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, 28 Juni 2022

Yang menyataan,



Natasya Edila Putri

NIM 1801849

ii

Natasya Edila Putri, 2022

**ANALISIS STRATEGI BISNIS MELALUI BISNIS MODEL CANVAS PADA
PRODUK FASHION JESYALY.ID**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

Natasya Edila Putri
1801849

ANALISIS STRATEGI BISNIS MELALUI BISNIS MODEL CANVAS (SBMC) PADA PRODUK FASHION JESYALY.ID

Disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Pembimbing II,



Mira Nurfitriya, SPd., M.Sc., CIPE. Nizza Nadya Rachmani, S.Hut., M.M., CIPE.
NIP. 920200119911219201 NIP. 920200419920802201

Diketahui,

Ketua Program Studi Kewirausahaan,



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

iii

Natasya Edila Putri, 2022

**ANALISIS STRATEGI BISNIS MELALUI BISNIS MODEL CANVAS PADA
PRODUK FASHION JESYALY.ID**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

Analisis Strategi Bisnis Melalui Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Produk Fashion Jesyaly.id

Natasya Edila Putri¹, Mira Nurfitriya², Nizza Nadya Rachmani³.

ABSTRACT

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui: (1) Gambaran strategi bisnis saat ini pada produk *fashion* Jesyaly.id, (2) Model identifikasi bisnis model canvas (BMC) pada produk *fashion* Jesyaly.id, (3) Bagaimana formulasi strategi bisnis terbaru. Objek penelitian ini adalah produk *fashion* Jesyaly.id. Penelitian ini menggunakan satu variabel untuk melakukan analisis yaitu variabel Bisnis Model Canvas. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif metode kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik wawancara terbuka. Penelitian ini menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder. Data yang diambil mulai tahun 2020-2022. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu cara mengembangkan bisnis Jesyaly.id supaya dapat bersaing dengan pesaing adalah menggunakan model bisnis dengan pendekatan bisnis model canvas dan menggunakan strategi *red ocean*. Terdapat sembilan elemen pada bisnis model canvas Jesyaly.id yaitu *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partners, cost structure*. Selain itu, formulasi strategi bisnis BMC menggunakan metode strategi *red ocean* melalui strategi diferensiasi yaitu strategi untuk membedakan produk dengan ciri khas dari pesaing. Jesyaly.id meningkatkan elemen *value proposition* dengan inovasi produk menciptakan variasi produk dari pasar yang sudah ada ataupun dengan mengembangkan produk dari pihak Jesyaly.id. Hal tersebut merupakan inovasi nilai yang ditawarkan sebagai salah satu strategi Jesyaly.id untuk menempatkan suatu mempertahankan posisi bersaing dengan menciptakan desain produk yang menarik konsumen.

Kata kunci : Strategi Bisnis, Bisnis Model Canvas (BMC)

Analysis of Business Strategy Through Business Model Canvas (BMC) on Fashion Products Jesyaly.id

Natasya Edila Putri¹, Mira Nurfitriya², Nizza Nadya Rachmani³.

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out: (1) Description of the current business strategy for Jesyaly.id fashion products, (2) Business identification model canvas (BMC) for Jesyaly.id fashion products, (3) How to formulate the latest business strategy. The object of this research is Jesyaly.id fashion product. This study uses one variable to perform the analysis, namely the Business Model Canvas variable. This study uses a descriptive qualitative method approach. Data collection was carried out using an open interview technique. This study uses two sources of data, namely primary data and secondary data. Data taken from 2020-2022. Based on the results of the study, it shows that one way to develop Jesyaly.id's business so that it can compete with competitors is to use a business model with a business model canvas approach and use a red ocean strategy. There are nine elements in the Jesyaly.id canvas business model, namely customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partners, cost structure. In addition, the formulation of BMC's business strategy uses the red ocean strategy method through a differentiation strategy, namely a strategy to differentiate products with characteristics from competitors. Jesyaly.id improves the value proposition elements by product innovation, creating product variations from existing markets or by developing products from Jesyaly.id. This is a value innovation that is offered as one of Jesyaly.id's strategies to place a position to maintain a competitive position by creating product designs that attract consumers.

Keywords: *Business Strategy, Business Model Canvas (BMC)*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAAN	ii
UCAPAN TERIMAKASIH	iii
ABSTRACT.....	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kegunaan Penelitian	5
BAB II.....	7
KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Manajemen Strategi	7
2.1.2 Bisnis Model Canvas	12
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III	25
METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Objek Penelitian.....	25
3.2 Metode Penelitian	25

3.3	Desain Penelitian	25
3.4	Sumber Data & Alat Pengumpulan Data	28
3.4.1	Sumber Data	28
3.4.2	Alat Pengumpulan Data	28
3.5	Partisipan Penelitian.....	30
3.6	Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV	34
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		34
4.1	Hasil Penelitian.....	34
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	34
4.1.2	Struktur Organisasi	35
4.1.3	Visi Misi Jesyaly.id.....	36
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	36
4.2.1	Gambaran Umum Strategi Bisnis Pada Produk <i>Fashion</i> Jesyaly.id	36
4.2.2	Identifikasi Model Bisnis Model Canvas Pada Produk <i>Fashion</i> Jesyaly.id..	37
4.2.3	Formulasi Strategi Bisnis Terbaru Pada Produk <i>Fashion</i> Jesyaly.id.....	42
BAB V	44
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Implikasi.....	45
5.3	Saran	45
DAFTAR PUSTAKA		47
RIWAYAT HIDUP		79

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander Osterwalder & Yves Pigneur. (2010). *Business Model Generation*. Jakarta: Kompas Gramedia.
- Amelia, E. A. (2022). *Business Model Canvas Analysis in Kartikapedia Application Using Business Model Canvas (BMC) Approach*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*. Vol. 6, No. 1, 2022.
- Badan Pusat Statistik Jakarta Pusat, 2021. Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010. Jakarta Pusat : Badan Pusat Statistik
- Cahyadi. A., Salahuddin, A. (2022). Analisis Business Model Canvas Pada Syahida Inn Dalam Mencari Alternatif Strategi Bisnis Badan Layanan Umum UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Keuangan dan Bisnis*. Vol. 10, No. 1, 2022.
- David., Fred, 2010. *Strategic Management*. Manajemen Strategis Edisi Kedua belas. Buku Satu. Jakarta: Salemba Empat.
- Dess, Gregory R., dan G.T. Lumpkin. (2003). *Strategic Management. International Edition*. McGraw Hill.
- Endarwati, Oktiani. 2017. “Industri Fashion Berperan Penting dalam Perekonomian”,
<https://ekbis.sindonews.com/beritaamp/1176212/34/industrifashion-berperan-penting-dalam-perekonomian>, diakses pada 1 Februari 2017.
- Fred, R David. 2011. *Strategic Management Manajemen Strategi Konsep*,. Edisi 12. Jakarta: Salemba Empat.
- Hariadi, Bambang, (2003). Strategi Manajemen, Bayumedia Publishing, Jakarta.
- Hastutik, T. P., Novitaningtyas, I. (2021). *Ana Batik Magelang's Business Development Strategy Based on SWOT and Business Model Canvas*. *International Journal of Marketing and Human Resource Research*. Vol. 2, No. 4, October 2021.

Hendarsih., Ida. (2021). Analisis Penerapan Strategi Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Jasa Zigzag *Laserwork* Semarang Jawa Timur. Akrab Juara. Vol. 6, No. 4, November 2021.

Irawan Soeharto, Irawan. 2008. Metode Penelitian Sosial. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Joewono, Handito. (2012). *Strategy Management*. Jakarta: Arrbey.
KBBI. 2022. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). [online] Available at: <https://kbbi.web.id/strategi> [Diakses 21 Juni 2022].

Kim, W. & Mauborgne. 2005. Blue Ocean Strategy: Menciptakan Ruang Pasar Tanpa Pesaing dan Biarkan Kompetisi Tak Lagi Relevan, Indonesia. Harvard Business School Publishing Corporation.

Kim, W. chan dan Mauborgne, Rene.2014. Blue Ocean Strategy. Edisi Ketiga. Jakarta: PT. Serambi Ilmu Semesta.

Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. (2009). Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Kuncoro, Murdrajat. (2006). Ekonomi Pembangunan. Penerbit Salemba Empat : Jakarta.

Madani, Agita & Pangiuk, Ambok & Anita, Efni. (2021). Analisis Strategi *Business Model Canvas* Pada Toko Hijab By Limzki. *Thesis*. Jambi: UIN Thaha Saifuddin.

Makkulau, A., Hamzah, D., Laba, R. (2017). Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Market Share Dengan Menggunakan Pendekatan Analisis Business Model Canvas (BMC) Dan SWOT Analisis Pada PT Semen Tonasa, Jurnal Bisnis, Manajemen dan Informatika. 14, no. 2, 2017.

Milles dan Huberman, Analisis Data Kualitatif, Jakarta: Universitas Indonesia Press.

Moleong, Lexy J. (2007). Metodologi Penelitian Kualitatif. Edisi Revisi. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Moleong, L. J. (2010). Metodologi Penelitian Kualitatif, Bandung: Remaja Rosda karya.

- Neong Muhamid. (1993). Ilmu Pendidikan dan Perubahan Sosial, suatu Teori Pendidikan. Jakarta : Rake Sarasin.
- Pearce II, Jhon A. dan Richard B. Robinson, Jr., "Manajemen Strategik: Formulasi, Implementasi, dan Pengendalian". Edisi pertama, diterjemahkan oleh Ir. Agus Maulana MSM., Jakarta: Binarupa Aksara, 1997.
- Permana, E., Herlan. (2022). Strategi Pengembangan Bisnis UKM di Sentra UKM Fashion Bulak Timur, Kota Depok. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 1, No.1, Mei 2022.
- Porter, M.E. (1994). Keunggulan bersaing : Menciptakan dan mempertahankan kinerja unggul (Tim Penterjemah Binarupa Aksara, Penerjemah.). Jakarta: Binarupa Aksara.
- Purnawati, N. W., Setyohadi, D. B. (2017). *The Analysis of Implementation Business Model Canvas At The E-Marketplace Dipeta Company. Scientific Journal of Informatics*. Vol. 4, No. 2, November 2017.
- Putra, I. P., Prabawani, B. (2021). Analisis Pengembangan Bisnis *Indofishery* Melalui Pendekatan Business Model Canvas (BMC) Dan *Blue Ocean Strategy (BOS)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol. 10, No.1 (2021).
- Rangkuti, Freddy. (2008). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka utama.
- Royan, Frans M.(2014). *Bisnis Model Kanvas Distributor Memetakan Kinerja Optimal dan 30 Kesalahan yang Dilakukan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sofyan, Iban. (2015). Manajemen Strategis. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Solihin, Ismail. (2012). Manajemen Strategik. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta, CV.

- Sultan, R., Hasbi, I. (2018). Analisis Bisnis Model Kanvas Pada Kedatuan Koffie Bandung. Jurnal Manajemen dan Bisnis. Vol. 2, No. 2, Agustus 2018.
- Suryana, (2006). Kewirausahaan Pedoman Praktis: Kiat dan Proses Menuju Sukses. Edisi Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Susilowati, I. H. (2021). Pengembangan Bisnis Fashion Muslim Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Jurnal Ekonomi dan Manajemen. Vol. 19, No. 2, September 2021.
- Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas*: Penerapan di Indonesia. Jakarta: PPM.
- Tjandra, E., Setiyani, L., Risnawati. (2022). *Application of Business Model Canvas at Thirty - One Collection Boutique. International Journal Education and Computer Studies*. Vol. 2, No. 1, Mei 2022.
- Yunus, Eddy. (2016). Manajemen Strategis, Yogyakarta: Penerbit Andi.