

NO. DAFTAR: 019/S/KWU/R/12/IV/2023

**ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA *SOCIAL ENTERPRISE GIVO.ID*
MENGUNAKAN *SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS* (SBMC)**

DRAFT SKRIPSI

Diajukan Sebagai Bagian dari Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar S.Bns



LUTHFI HAKIM CHOIRI

NIM 1903983

PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

KAMPUS TASIKMALAYA

2023

**ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA *SOCIAL ENTERPRISE GIVO.ID*
MENGUNAKAN *SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS (SBMC)***

Oleh
Luthfi Hakim Choiri

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

© Luthfi Hakim Choiri 2023
Universitas Pendidikan Indonesia
April 2023

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

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Luthfi Hakim Choiri

NIM : 1903983

Program Studi : Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA SOCIAL
ENTERPRISE GIVO.ID MENGGUNAKAN SOCIAL
BUSINESS MODEL CANVAS (SBMC)**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul "Analisis Strategi Bisnis pada Social Enterprise Givo.id Menggunakan Social Business Model Canvas (SBMC)" 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. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/ sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Tasikmalaya, 04 April 2023

Yang menyatakan,

\

Luthfi Hakim Choiri

NIM 1903983

LEMBAR PENGESAHAN

LUTHFI HAKIM CHOIRI

**ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA *SOCIAL ENTERPRISE GIVO.ID*
MENGUNAKAN *SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS (SBMC)***

disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,

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

NIP 920190219920513201

Pembimbing II,

Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M.

NIP 920190219920513201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Kewirausahaan,

Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd.

NIP 920171219910820201

ABSTRAK

Suatu perusahaan memerlukan strategi bisnis untuk dapat bersaing di dalam industri mengingat semakin meningkatnya kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian. Tujuan penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini, yaitu: 1) Untuk mengetahui gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan sekarang pada Givo.id, 2) Untuk mengetahui identifikasi strategi bisnis dengan pendekatan *Social Business Model Canvas* (SBMC), dan 3) Untuk mengetahui formulasi strategi bisnis dengan pendekatan *Social Business Model Canvas* (SBMC). Penelitian ini dilakukan pada Givo.id karena mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2022 yang disebabkan oleh kelemahan dalam kinerja usahanya dan strategi bisnis yang diterapkan sekarang perlu ditingkatkan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan studi literatur. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat 12 elemen yang perlu dilakukan peningkatan strategi bisnis. Berikut 12 elemen tersebut, antara lain yaitu *Key Stakeholder*, *Social Value Proposition*, *Channels*, *Relationship*, *Key Delivery Patners*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Competitors & Coopetition*, *PESTEL*, *Revenue*, *Cost*, dan *Surplus*. Sedangkan tiga elemen lainnya perlu dipertahankan strategi bisnisnya, antara lain yaitu *Impact Gap Analysis*, *Social Mission*, dan *Social Impact Measurement Strategy*.

Kata kunci: Strategi bisnis, *Social Business Model Canvas* (SBMC), dan *Social enterprise*

ABSTRACT

A company needs a business strategy to be able to compete in the industry given the increasing complexity, competition, change and uncertainty. The research objectives to be achieved in this study are: 1) To find out the general picture of business strategies that are applied now in Givo.id, 2) To find out the identification of business strategies with the Social Business Model Canvas (SBMC) approach, and 3) To find out the formulation of business strategies with the Social Business Model Canvas (SBMC) approach. This research was conducted in Givo.id as it experienced a decline in revenue in 2022 caused by weaknesses in its business performance and the business strategy implemented now needs to be improved. This research uses descriptive qualitative methods with data collection techniques using observation, interviews, and literature studies. The results showed that there are 12 elements that need to be improved business strategy. Here are the 12 elements, including Key Stakeholders, Social Value Proposition, Channels, Relationship, Key Delivery Partners, Key Activities, Key Resources, Competitors & Coopetition, PESTEL, Revenue, Cost, and Surplus. While three other elements need to be maintained business strategy, including Impact Gap Analysis, Social Mission, and Social Impact Measurement Strategy.

Keywords: *Business strategy, Social Business Model Canvas (SBMC), and Social enterprise*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Analisis Strategi Bisnis pada *Social Enterprise* Givo.id Menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC)” ini tepat pada waktunya. Adapun tujuan penulisan proposal penelitian ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapatkan gelar program studi kewirausahaan. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada ibu Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd selaku dosen pembimbing akademik, Ibu Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., CIPE selaku dosen pembimbing satu, dan Ibu Tika Annisa Lestari Koeswandi, S.S., M.M., CIPE selaku dosen pembimbing dua, serta pihak-pihak yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini. Peneliti menyadari, bahwa skripsi yang peneliti tulis ini masih jauh dari kata sempurna, karena itu kritik dan saran yang membangun akan peneliti nantikan demi kesempurnaan penelitian ini.

Tasikmalaya, 04 April 2023

Luthfi Hakim Choiri

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1 PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Kajian Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 Manajemen Strategi	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Strategi Bisnis	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Social Business Model Canvas (SBMC)	Error! Bookmark not defined.
2.2 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
2.3 Kerangka Pemikiran	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
3.1 Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2 Metode dan Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Metode Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.2.2 Desain Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3 Sumber dan Alat Pengumpul Data	Error! Bookmark not defined.
3.4 Partisipan	Error! Bookmark not defined.
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..	Error! Bookmark not defined.

4.1 Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.2 Gambaran Umum Strategi Bisnis yang diterapkan Givo.id	Error! Bookmark not defined.
4.1.4 Formulasi Strategi Bisnis dengan Pendekatan SBMC	Error! Bookmark not defined.
4.2 Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
BAB 5_KESIMPULAN DAN SARAN	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi	Error! Bookmark not defined.
5.3 Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA	51
LAMPIRAN-LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah UMKM di Jawa Tengah 2022.....	1
Gambar 1. 2 Pendapatan Givo.id Tahun 2022	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	18
Gambar 3. 1 The Hybird Spectrum	Error! Bookmark not defined.
Gambar 3. 2 Alur Penelitian.....	22
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi Givo.id.....	27
Gambar 4. 2 Misi Sosial dan Produk Givo.id	27
Gambar 4. 3 Logo Givo.id	28
Gambar 4. 4 Identifikasi SBMC Givo.id	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 5 Formulasi SBMC Givo.id	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu 13

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Wawancara Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2 Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3 Data dan Koding Transkrip Wawancara.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Dokumentasi.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, M. B., Marsha, R., Hakim, A., Damiri, D. M., Zahra, F., Ad, J., & Ad, J. (2017). *Business strategy analysis on SMEs bamboo craft in bandung city*. *Jurnal AdBispreneur*, 2(3), 227–242.
- Afrillyan, M., Syahputra, D., & Maret, U. S. (2021). Pentingnya pendekatan *interpersonal skills* untuk mengembangkan *hard skill & soft skill* pada mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Sejarah & Sejarah FKIP Universitas Jambi*, 1(2), 82–90.
- Alter, K. (2006). *Social enterprise models and their mission and money relationships*. In A. Nicholls (Ed.), *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change* (pp. 205–232). New York: Oxford University Press.
- Anggara. (2021). Analisis pengembangan pengaruh *value proposition*, *channels*, dan *customer relationship* terhadap kepuasan konsumen pada sepeda motor matic yamaha NMEX di dealer yamaha sip kota Mojokerto (Publication No. 10869). (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). Repository Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Anggianita, S., Yusnira, Y., & Rizal, M. S. (2020). Persepsi guru terhadap pembelajaran daring di sekolah dasar negeri 013 Kumantan. *Journal of Education Research*, 1(2), 177–182.
- Anggito, A., & Stiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak.
- Ardhya, B. N. (2019). Pengaruh promo terhadap minat beli konsumen (*study* pada promosi, *cashback*, dan diskon terhadap minat beli konsumen di restaurant mister baso di mall CBD Cileduk). *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 3(3), 128–140.
- Ayudia, A., Suryanto, E., & Waluyo, B. (2016). Analisis kesalahan penggunaan bahasa Indonesia dalam laporan hasil observasi pada siswa SMP. *BASASTRA Jurnal Penelitian Bahasa, Sastra Indonesia Dan Pengajarannya*, 4(1), 34–

49.

- Budiono, A. (2012). Pengukuran dampak sosial: sebuah tinjauan literatur terhadap metode, keterbatasan, dan aplikasinya. *Bina Ekonomi*, 21(2), 132-139.
- Buwana, M. A. L., & Nursyamsiah, S. (2018). Analisis implementasi inovasi terbuka: peran kerjasama eksternal terhadap inovasi produk dan kinerja perusahaan (studi empiris pada usaha kecil dan menengah (UKM) batik di Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 45–64.
- Cahya, A. D., Aminah, A., Rinaja, A. F., & Adelin, N. (2021). Pengaruh penjualan *online* di masa pandemi covid-19 terhadap UMKM menggunakan metode wawancara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 857–863.
- Chairina, C., & Hutagaol, J. (2022). Pengaruh iklan dalam persaingan pasar monopolistik dan pasar oligopoli. *AFoSJ-LAS (All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society)*, 2(2), 347-356.
- Crossan, D. (2020, November 17). *A new social business model canvas online*.
- Dinas Koperasi Usaha Kecil & Menengah Provinsi Jawa Tengah. (2022). Statistik UMKM.
- Fadhallah. (2021). *Wawancara*. UNJ PRESS.
- Gea, S. (2022). Pengaruh segmentasi pasar terhadap peningkatan volume penjualan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 48–54.
- Habsy, B. Al. (2017). Seni memahami penelitian kualitatif dalam bimbingan dan konseling: studi literatur. *Jurnal Konseling Andi Matappa*, 1(2), 90-100.
- Hafsah, A. (2014). Pengembangan usaha samiler jarak dan dolly (samijali) melalui perancangan model bisnis berbasis sosial (Publication No. 335573068). (Disertation, Institut Teknologi Sepuluh November). IPTEK Journal of Proceedings Series.
- Halim, B. C., Dharmayanti, D., Rizky, D., & Brahmana, K. M. R. (2014).

- Pengaruh *brand identity* terhadap timbulnya *brand preference* dan *repurchase intention* pada merek toyota. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1–11.
- Handayani, R., Arif, M., & Syam, A. (2020). Pembelajaran daring pada anak usia sekolah dasar masa pandemi covid-19 di kecamatan pauh kota padang. *Jurnal Kepemimpinan dan Pengurusan Sekolah*, 5(2), 107-114.
- Hartoyo, A. P. P., Sunkar, A., Fadillah, A., Hidayati, S., Winata, B., & Hadi, A. N. (2021). *Vegetation cover analysis and ecotourism business model for sustainable forest management in gunung leuser national park, indonesia*. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 771(1), 1-12.
- Herdayani, & Syahrial. (2019). Desain penelitian dan teknik pengumpulan data dalam penelitian. *J. Online Int. Nas*, 7(1), 1689-1699.
- Hunger, J. D., & Wheelen, T. L. (2004). *Strategic management and business policy*. Pearson Prentice Hall.
- Ihsani, F., Purnomo, D., & Ardiansah, I. (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*, 4(2), 238–249.
- Irmayani, N., Basri, B., Febryanti, F., Sukmawati, S., & Saoja, U. T. (2022). Analisis BMC pada bumdes amanah bersama desa rappang barat. *SIPISSANGNGI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(3), 278-284.
- Makkulau, A. (2018). Analisis strategi bisnis dalam meningkatkan *market share* dengan menggunakan pendekatan analisis *business model canvas* (BMC) dan *SWOT analysis* pada pt semen tonasa. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Informatika)*, 14(2), 149–159.
- Maryani, L., & Chaniago, H. (2019). Peran strategi bisnis dalam meningkatkan keunggulan bersaing di industri *fashion*. *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi*, 5(1), 48-60.

- Mubarok, L. (2017). Pengaruh strategi bisnis, manajemen, dan orientasi kewirausahaan terhadap kinerja pada usaha konfeksi di desa loram wetan (Publication No. 1815). (Dissertation, STAIN Kudus). Repository IAIN Kudus.
- Nyssens & Defourny. (2017). *Fundamentals for an international typology of social enterprise models. International Society for Third-Sector Research*, 28(3), 2469–2497.
- Pangesty, N. A. (2022, June 30). *Red ocean strategy: definisi, contoh, dan perbedaan dengan blue ocean strategy*. Daily Social
- Porter, M. E. (1994). *Keunggulan bersaing*. Binarupa Aksara.
- Prabela, C. V. E., Kumadji, S., & Mawardi, M. K. (2016). Pengaruh *integrated marketing communication* (IMC) dan *public relations* terhadap citra merek dan keputusan pembelian (survei pada pengunjung harris hotel & conventions malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 35(2), 155-163.
- Praminingtyas, S. D. (2015). Manajemen strategi pencegahan dan pemberantasan penyalahgunaan narkoba (studi pada implementasi oleh badan narkotika nasional provinsi jawa timur). *Publika*, 3(3), 1-12.
- Praszkier, R., & Nowak, A. (2011). *Social entrepreneurship: theory and practice*. Cambridge University Press.
- Putri, L. A., Wulan, M. N., Fihartini, Y., Ambarwati, D. A. S., & Pandjaitan, D. R. H. (2022). Pendampingan pengembangan pemasaran digital pada BUMDes artha jaya, desa yogyakarta selatan . *Jurnal Nusantara Mengabdi*, 2(1), 55–66.
- Rahim, R. & Radjab, E. (2017). *Manajemen strategi*. Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sinurat, E. S. M., Lumanauw, B., & Roring, F. (2017). Pengaruh inovasi produk, harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan mobil

- suzuki ertiga. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2230–2239.
- Sparviero, S. (2019). *The case for a socially oriented business model canvas: the social enterprise model canvas*. *Journal of Social Entrepreneurship*, 10(2), 232–251.
- Suryadinatha, R. H., & Hendrawan, D. (2015). Pengaruh *social media marketing* terhadap loyalitas merek (studi pada pengakses akun twitter garuda indonesia @indonesiagaruda di kota malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Universitas Brawijaya*, 3(2), 1-13.
- Sutopo, H. B. (2006). *Metode penelitian kualitatif: teori dan aplikasinya dalam penelitian*. Bumi Aksara.
- Taftazani, B. M. (2017). Masalah sosial dan wirausaha sosial. *Share: Social Work Journal*, 7(1), 90-101.
- Tambunan, R. J., & Agushinta R, D. (2020). Analisis strategi bisnis pt. tolu dengan pendekatan BMC menggunakan metode EFAS, IFAS dan SWOT. *Sistemasi*, 9(3), 435.
- Umar, A., Sasongko, A. H., Widyastuti, I. T., & Christanti, Y. (2020). *Improving the social enterprise-based business performance from the aspect of social business model canvas*. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(1), 1-12.
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh *influencer marketing* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian produk scarlett whitening pada mahasiswa FEB UNESA. *JEMPPER: Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174.
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain *business model canvas* (BMC) pada usaha batik kota madiun. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(2), 52–65.

- Wulandari, D. (2018). Strategi pemasaran usaha kuliner kober mie setan kota jember (Publicatin No. 9746). (Dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember). Repository UM Jember.
- 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)*. *Proceedings of the 12th International Conference on Business and Management Research, March 2019*. 80-86.
- Yunus, E. (2016). *Manajemen strategis*. CV ANDI OFFSET.
- Yusuf, E. S. Strategi keberlanjutan dan model bisnis kopi arabika di jawa barat: studi kasus kabupaten garut (Publication No. 111530). (Dissertation, IPB University). IPB Repository.
- Zaratzhembsky, Z., & Abdullah, A. (2020). Analisis strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan *business model canvas* (BMC) & *SWOT analysis* pada usaha UMKM dogdag metalworks di bandung. *eProceedings of Management*, 7(1), 141-149.
- Zellatifanny, C. M., & Mudjiyanto, B. (2018). *The type of descriptive research in communication study*. *Jurnal Diakom*, 1(2), 83–90.