

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS IKM MTB  
MENGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS***

**TUGAS AKHIR**

*Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Sarjana pada Jurusan  
Teknik Industri Fakultas Teknik Universitas Andalas*



**Oleh :**

**FAJRUL HIDAYAT**

**1610933015**

**Pembimbing :**

**Ir. Afri Adnan, M.T**

**Hilma Raimona Zadry, Ph.D**

**JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

## ABSTRAK

Industri Kecil Menengah (IKM) tahu MTB adalah salah satu IKM tahu di Kota Padang yang berlokasi di Jalan Usang, Sungai Sapih, Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat. IKM MTB memiliki cukup banyak pesaing yang bergerak di usaha tahu di Kota Padang, IKM MTB juga mengalami fluktuasi pada jumlah produksi selama 15 bulan, selain itu promosi dan pemasaran yang dilakukan oleh IKM MTB masih belum optimal, sehingga IKM ini perlu meningkatkan jumlah produksi, promosi dan memperluas area pemasaran produk. Oleh karena itu, diperlukan perencanaan strategi bisnis yang tepat agar IKM MTB dapat meningkat dan mengembangkan bisnisnya.

Penelitian ini bertujuan untuk menentukan strategi dalam pengembangan IKM MTB dan merekomendasikan model bisnis baru pada IKM MTB. Tahapan pada penelitian ini yaitu pembuatan *Business Model Canvas* saat ini berdasarkan 9 elemen kunci *Business Model Canvas*. Selanjutnya dilakukan analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan yang dikombinasikan dengan analisis Strengths Weakness Opportunities Threats (SWOT). Setelah dilakukan analisis SWOT, dilakukan tahap perumusan strategi dengan tiga tahapan, yaitu tahap input matriks Internal Factor Evaluation (IFE) dan matriks External Factor Evaluation (EFE), tahap pencocokan matriks SWOT dan matriks Internal External (IE) dan yang terakhir yaitu tahap keputusan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). Pada tahap ini didapatkan rekomendasi strategi yang paling tepat bagi IKM MTB. Strategi tersebut digambarkan ke dalam *Business Model Canvas* usulan.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan pada IKM MTB, posisi IKM MTB berada dalam keadaan tumbuh dan membangun. Strategi utama yang dapat dilakukan IKM MTB adalah strategi intensif antara lain mendirikan kios yang mudah dijangkau oleh konsumen, menjaga dan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan kerja sama dengan mitra dan retailer, meningkatkan kapasitas produksi, melakukan kerja sama dengan retailer, melakukan promosi melalui pemanfaatan teknologi informasi dan menetapkan pemesanan dan pembayaran diawal.

**Kata Kunci:** *Business Model Canvas*, Matriks IE, Matriks SWOT, Tahu, QSPM

## ABSTRACT

Small and Medium Enterprise (SME) tofu MTB is one of the tofu SMEs in Padang which is located on Jalan Usang, Sungai Sapih, Kuranji, Padang, West Sumatra. MTB has quite a lot of competitors in Padang. It also experiences fluctuations in the amount of production for 15 months. Besides that, promotion and marketing carried out by MTB are still not optimal, so this SME needs to increase the amount of production, promotion, and expand product marketing area. Therefore, it is necessary to plan the right business strategy so that MTB can increase and develop its business.

This study aims to determine the strategy in developing MTB and recommend a new business model for MTB. The stages in this research are the creation of the current Business Model Canvas based on the nine key elements of the Business Model Canvas. Furthermore, an analysis of the company's internal and external environment is carried out combined with a Strengths Weakness Opportunities Threats (SWOT) analysis. Then, the strategy formulation was carried out with three stages: the input stage of the Internal Factor Evaluation (IFE) matrix and the External Factor Evaluation (EFE) matrix; the stage of matching the SWOT matrix and the Internal-External (IE) matrix; and the Quantitative decision stage. Strategic Planning Matrix (QSPM). At this stage, the most appropriate strategy recommendations for MTB were obtained. The strategy was described in the proposed Business Model Canvas.

The result shows that the position of MTB is in a state of growth and development. The main strategies that should be carried out are intensive. Those strategies include establishing kiosks that are easily accessible to consumers, maintaining and improving product quality, increasing collaboration with partners and retailers, increasing production capacity; collaborating with retailers; conducting promotions through information technology; and setting order prepayment.

**Keywords:** Business Model Canvas, IE Matrix, SWOT Matrix, Tofu, QSPM