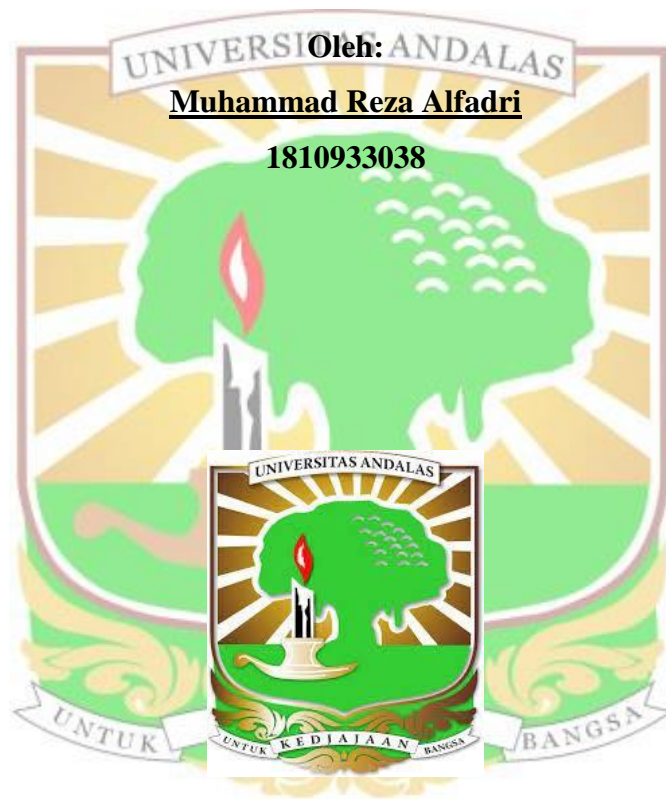


**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BARU
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

(Studi Kasus: *KINCIU Coffee Roastery*)

TUGAS AKHIR



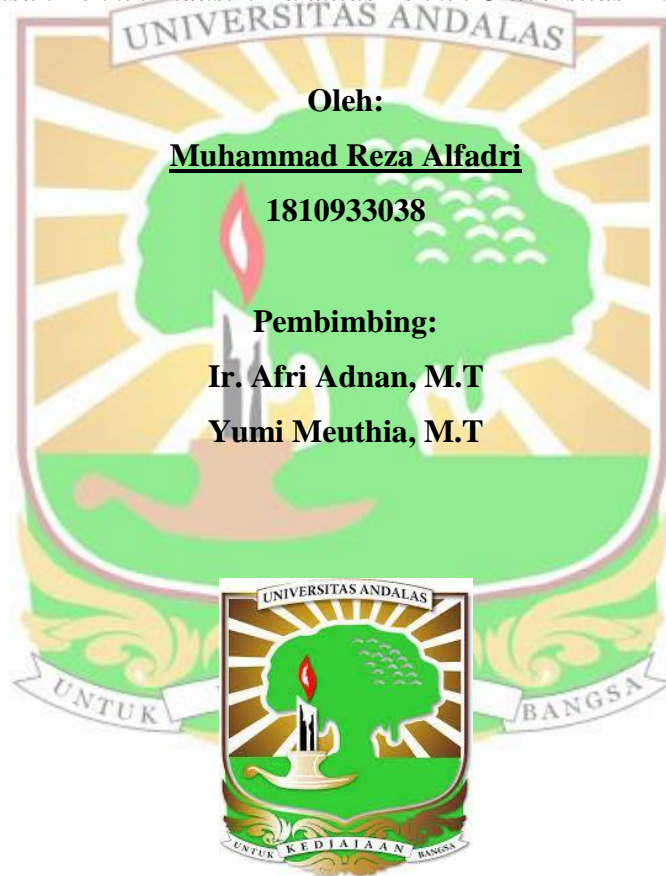
**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2023

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS BARU
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(Studi Kasus: *KINCIU Coffee Roastery*)**

TUGAS AKHIR

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



Oleh:

Muhammad Reza Alfadri

1810933038

Pembimbing:

Ir. Afri Adnan, M.T

Yumi Meuthia, M.T

**DEPARTEMEN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS ANDALAS**

2023

ABSTRAK

Indonesia memiliki hasil bumi dari perkebunan dan pertanian yang menopang perekonomian negara salah satunya yaitu kopi. Salah satu provinsi penghasil kopi di Indonesia adalah provinsi Sumatera Barat. Produksi kopi di Sumatera Barat mengalami peningkatan produksi dari tahun 2019-2020 sebesar 65,74%. Peningkatan produksi kopi membuka peluang bisnis untuk IKM kopi di Sumatera Barat. IKM kopi yang memanfaatkan peluang tersebut salah satunya adalah KINCIU Roastery. KINCIU Roastery bergerak di bidang industri olahan kopi kemasan. Penelitian ini bertujuan untuk merencanakan model bisnis baru yang tepat pada KINCIU Roastery serta menentukan strategi dalam pengembangan KINCIU Roastery dan merekomendasikan model bisnis baru berdasarkan kendala yang dialami oleh KINCIU Roastery

Langkah awal yang dilakukan dalam perencanaan strategi adalah pembuatan BMC (Business Model Canvas) saat ini berdasarkan 9 elemen BMC, selanjutnya menganalisis lingkungan internal dan eksternal KINCIU Roastery menggunakan kuesioner SWOT (Strength Weakness Opportunity Threat). Langkah selanjutnya yaitu merumuskan strategi yang diawali oleh tahap input pada matriks IFE (Internal Factor Evaluation) dan EFE (External Factor Evaluation). Tahapan selanjutnya yaitu pencocokan berdasarkan input yang didapatkan menggunakan matriks IE (Internal External). Langkah terakhir yang dilakukan dalam perumusan strategi yaitu tahapan keputusan menggunakan QSPM (Quantitative Strategic Planning Matrix). Hasil dari perumusan strategi dibuatkan ke dalam bentuk BMC usulan.

Berdasarkan hasil matriks IE dengan perolehan skor IFE sebesar 3,52 dan skor EFE sebesar 3,77 yang menggambarkan KINCIU Roastery sebagai perusahaan yang sedang tumbuh dan membangun. Alternatif strategi yang didapatkan untuk KINCIU Roastery yaitu berupa strategi intensif berdasarkan pada hasil dari QSPM yang mana strategi intensif mendapatkan nilai tertinggi daripada strategi lainnya dengan skor ketertarikan sebesar 6,48. Alternatif strategi yang diperoleh pada tahap keputusan digambarkan ke dalam business model canvas usulan dengan menambahkan alternatif strategi pada elemen BMC, yaitu: Key Partnership, Key Activity, Channel, dan Customer Segment.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Kopi, Matriks IE, Matriks SWOT, QSPM

ABSTRACT

Indonesia possesses agricultural products that contribute to the country's economy, including coffee. One of the coffee-producing provinces in Indonesia is West Sumatra. Coffee production in West Sumatra experienced a growth rate of 65.74% from 2019 to 2020. This increase in coffee production opens up business opportunities for coffee-based micro, small, and medium enterprises (MSMEs) in West Sumatra. One of the MSMEs taking advantage of this opportunity is *KINCIU* Roastery, which operates in the packaged coffee processing industry. This research aims to plan an appropriate new business model for *KINCIU* Roastery, determine strategies for its development, and recommend a new business model based on the challenges faced by *KINCIU* Roastery.

The initial step in strategic planning involves creating the current Business Model Canvas (BMC) based on the nine elements of the BMC. Next, an analysis of the internal and external environment of *KINCIU* Roastery is conducted using a SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) questionnaire. The subsequent step is formulating strategies, beginning with the input stage of the Internal Factor Evaluation (IFE) and External Factor Evaluation (EFE) matrices. The next stage involves matching the obtained inputs using the Internal-External (IE) matrix. The final step in strategy formulation is the decision stage, which employs the Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). The results of the strategy formulation are then presented in the form of a proposed BMC.

Based on the results of the IE matrix, with an IFE score of 3.52 and an EFE score of 3.77, *KINCIU* Roastery is depicted as a growing and developing company. The alternative strategies obtained for *KINCIU* Roastery involve intensive strategies, as indicated by the highest score in the QSPM, with an attractiveness score of 6.48. The alternative strategies obtained in the decision stage are depicted in the proposed business model canvas by adding alternative strategies to the BMC elements: Key Partnerships, Key Activities, Channels, and Customer Segments.

Keywords: Business Model Canvas, Coffee, IE Matrix, SWOT Matrix, QSPM