

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* SEBAGAI  
PENGEMBANGAN USAHA PADA *MOODBOOSTER* SEMARANG**

**SKRIPSI**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA**

**SEMARANG**

**2021**

**ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* SEBAGAI  
PENGEMBANGAN USAHA PADA *MOODBOOSTER* SEMARANG**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Guna Mencapai Gelar Sarjana (S1)

Pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Katolik Soegijapranata



Disusun Oleh :

Elwin Kristiyan

NIM. 17.D1.0191

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG**

**2021**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elwin Kristiyan

NIM : 17.D1.0191

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul “**ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA PADA PERUSAHAAN MOODBOOSTER SEMARANG**” adalah hasil penelitian saya sendiri dengan supervisi dari dosen pembimbing, dan bukan hasil plagiat. Saya bertanggung jawab atas keabsahan dan kebenaran isinya sesuai dengan sikap ilmiah yang harus dijunjung tinggi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa tekanan dan paksaan dari pihak manapun serta bersedia menerima sanksi akademik apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar.

Semarang, 10/10/2021

Yang menyatakan,



Elwin Kristiyan

17.D1.0191



## HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Tugas Akhir: : ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)  
SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA PADA MOODBOOSTER SEMARANG

Diajukan oleh : Elwin Kristiyan

NIM : 17.D1.0191

Tanggal disetujui : 27 September 2021

Telah setuju oleh

Pembimbing : Veronica Kusdiartini S.E., M.S.I.

Penguji 1 : Meniek Srinings Prapti S.E., M.Si.

Penguji 2 : Bayu Prestianto S.E., M.M.

Penguji 3 : Veronica Kusdiartini S.E., M.S.I.

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.

Halaman ini merupakan halaman yang sah dan dapat diverifikasi melalui alamat di bawah ini.

[sintak.unika.ac.id/skripsi/vrifikasi/?id=17.D1.0191](http://sintak.unika.ac.id/skripsi/vrifikasi/?id=17.D1.0191)

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Elwin Kristiyan

NIM : 17.D1.0191

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Demi mengembangkan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonekslusive Royalty Free Right*) atas skripsi yang berjudul :

“ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA PADA *MOODBOOSTER SEMARANG*”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi di atas dengan mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Semarang

Pada tanggal : 10 Oktober 2021



Yang menyatakan  
(Elwin Kristiyan)

## KATA PENGANTAR

Penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA PADA *MOODBOOSTER SEMARANG*”, ini dimaksudkan untuk memenuhi syarat kelulusan guna mencapai Gelar Kesarjanaan (S1) pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata.

Penulisan skripsi ini tidak lepas dari peran pihak-pihak yang ikut membantu dalam penyusunannya. Peneliti menyadari bahwa dalam keberhasilan penulisan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada :

1. Veronica Kusdiartini, SE., MSi selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bimbingan untuk membimbing peneliti dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Ibu Meniek Sringing Prapti, SE., MSi dan pak Bayu Prestianto, SE, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan nasehat yang berguna dalam penulisan skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan *staff* pengajar pada Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata yang telah membimbing peneliti selama melakukan perkuliahan di Universitas Katolik Soegijapranata .
4. Orang Tua peneliti yang telah membantu mendoakan dan memberikan semangat.
5. Teman-teman terutama Agatha Silviana Putri, Yustikasari Oktaviana, dan Nicholas Antonio Putra Sain, yang telah membantu dan memberikan dorongan, doa, serta semangat dalam penulisan skripsi ini.
6. Semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Semarang, 10 Oktober 2021

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, consisting of a stylized 'E' and 'K' combined into a single fluid shape. The letter 'E' is at the top right, and the 'K' forms the main body of the signature.

Elwin Kristiyan



## ABSTRAK

Pandemi *Covid-19* merupakan keadaan dimana setiap orang harus tetap menjaga kesehatan tubuhnya agar tidak mudah terserang oleh virus. Perusahaan *MoodBooster* berdiri sejak awal bulan November tahun 2019 yang menghadirkan produk minuman yang terbuat dari sayuran dan buah-buahan asli tanpa pemanis dan pengawet buatan sehingga produknya dapat memberikan manfaat kesehatan. Perusahaan *MoodBooster* merupakan usaha bisnis baru sehingga belum dikenal secara luas. Perusahaan *MoodBooster* perlu adanya pengembangan yaitu dengan analisis *Business Model Canvas* dan analisis *SWOT*. Tujuan dari penelitian ini digunakan untuk membantu menganalisis dan memecahkan permasalahan sehingga dapat diketahui hasil pengembangan usaha pada perusahaan *MoodBooster*. Penelitian dilakukan pada perusahaan *MoodBooster*. Populasi penelitian sebanyak 60 orang konsumen, sedangkan sampel sebanyak 38 orang responden dihitung dengan menggunakan rumus Solvin. Metode pengumpulan data untuk sumber data menggunakan sumber data primer dan data skunder sedangkan teknik pengumpulan data menggunakan metode kuesioner dan observasi. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan alat analisis *BMC* dan *SWOT*. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan pada perusahaan *MoodBooster* yaitu kombinasi strategi *Strength-Opportunity* sebagai strategi yang menggunakan kekuatan untuk meraih peluang yang masih dapat dimanfaatkan. Saran yaitu dengan adanya strategi pengembangan usaha yang telah dirancang dapat diimplikasikan pada perusahaan *MoodBooster* sehingga dapat mendukung perusahaan dalam proses pengembangan usaha sehingga perusahaan dapat terus berkembang lebih baik.

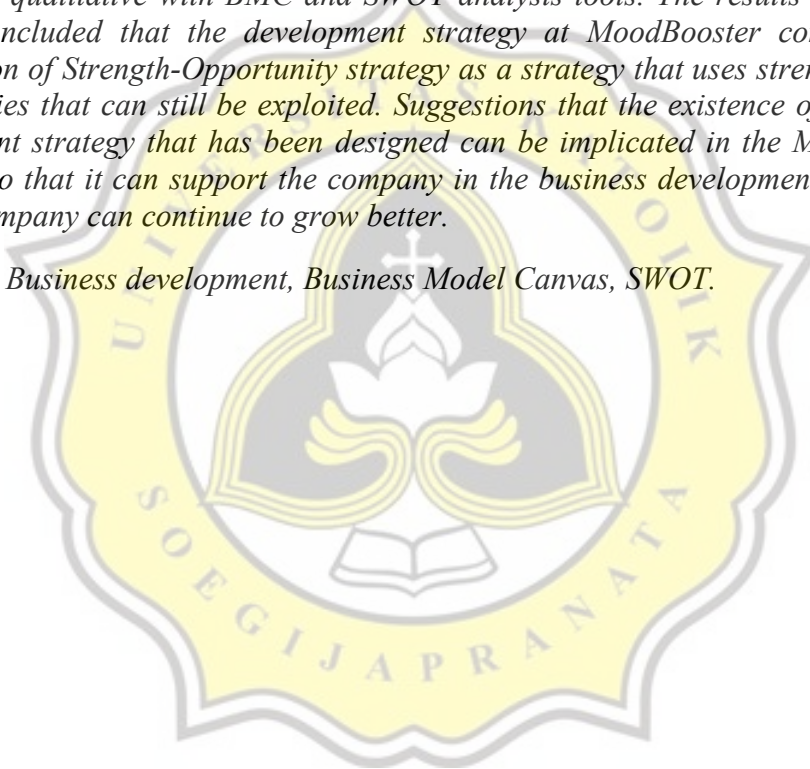
Kata kunci : Pengembangan usaha, *Business Model Canvas*, *SWOT*.



## **ABSTRACT**

*The Covid-19 pandemic is a situation where everyone must maintain their body health so they are not easily attacked by the virus. The MoodBooster company was founded in early November 2019 which provides beverage products made from real vegetables and fruits without artificial sweeteners and preservatives so that their products can provide health benefits. MoodBooster Company is a new business venture so it is not widely known. MoodBooster company needs development, namely Business Model Canvas analysis and SWOT analysis. The purpose of this research is used to help analyze and solve problems so that the results of business development at the MoodBooster company can be known. The research was conducted at the MoodBooster company. The research population was 60 consumers, while a sample of 38 respondents was calculated using the Solvin formula. Data collection methods for data sources using primary data sources and secondary data while data collection techniques using questionnaires and observation methods. This type of research is descriptive qualitative with BMC and SWOT analysis tools. The results of the study can be concluded that the development strategy at MoodBooster company is a combination of Strength-Opportunity strategy as a strategy that uses strength to seize opportunities that can still be exploited. Suggestions that the existence of a business development strategy that has been designed can be implicated in the MoodBooster company so that it can support the company in the business development process so that the company can continue to grow better.*

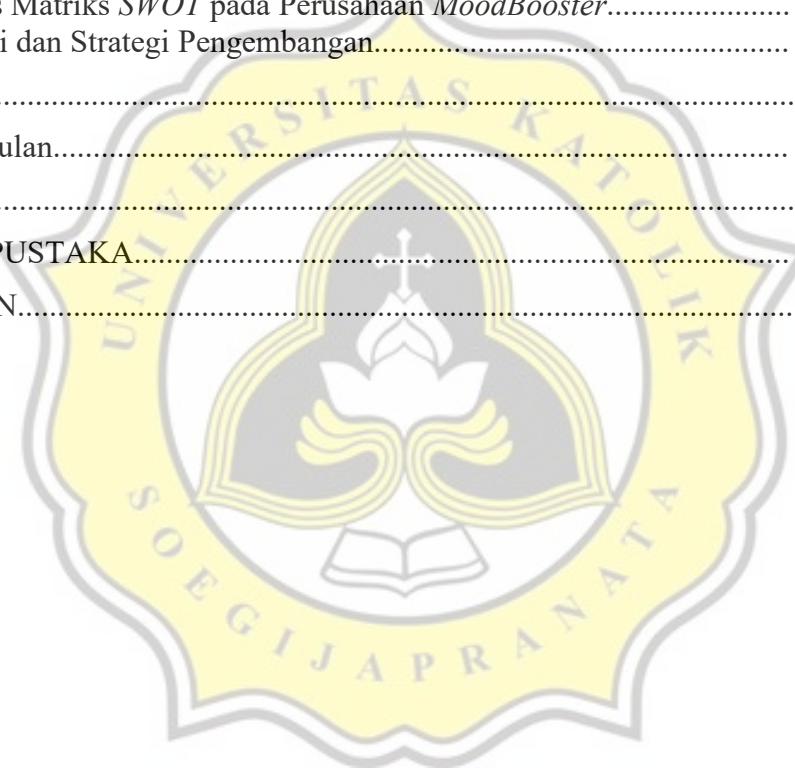
*Keywords: Business development, Business Model Canvas, SWOT.*



## DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
KATA PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i> .....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB 1.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II.....	9
2.1 Pengembangan Usaha.....	9
2.2 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	10
2.3 Elemen <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	11
2.4 <i>SWOT</i> .....	16
2.5 Matriks <i>SWOT</i> .....	19
2.6 Penelitian Terdahulu.....	20
2.7 Kerangka Pikir.....	23
2.8 Definisi Oprasional.....	26
2.8.1 Perusahaan <i>MoodBooster</i> .....	26
2.8.2 Permasalahan Perusahaan <i>MoodBooster</i> .....	26
2.8.3 Analisis <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	26
2.8.4 Analisis <i>SWOT</i> .....	29
BAB III.....	31
3.1 Obyek dan Lokasi Penelitian.....	31
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling.....	31
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	32
3.3.1 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.3.1.1 Sumber Data Primer.....	32
3.3.1.2 Sumber Data Skunder.....	33
3.3.2 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3.2.1 Kuesioner.....	33
3.3.2.2 Observasi.....	34
3.4 Analisis Data.....	35
BAB IV.....	42
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	42

4.1.1 Sejarah Perusahaan.....	42
4.1.2 Struktur Organisasi.....	43
4.1.3 Proses Produksi.....	43
4.1.4 Proses Promosi dan Penjualan.....	45
4.1.5 Data Bahan Baku Periode Maret.....	46
4.1.6 Data Produk Tidak Meningkatkan.....	47
4.1.7 Data Jumlah Pembeli Periode Maret.....	48
4.1.8 Data Penjualan Produk Periode Maret.....	48
4.2 Identitas Responden.....	49
4.2.1 Jenis Kelamin Responden.....	49
4.2.2 Usia Responden.....	50
4.3 Analisis <i>Business Model Canvas</i> .....	51
4.4 Analisis <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> .....	59
4.5 Analisis <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i> .....	65
4.6 Analisis <i>SWOT</i> pada Perusahaan <i>MoodBooster</i> .....	70
4.7 Analisis Matriks <i>SWOT</i> pada Perusahaan <i>MoodBooster</i> .....	80
4.8 Evaluasi dan Strategi Pengembangan.....	91
BAB V.....	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	102



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Produk.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Bobot Skor Kuesioner.....	34
Tabel 3.1 Bobot Skor Kuesioner.....	34
Tabel 3.2 <i>Business Model Canvas</i> .....	38
Tabel 3.3 <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i> .....	38
Tabel 3.4 <i>Eksternal Factor Evaluation (EFE)</i> .....	39
Tabel 3.5 Analisis <i>SWOT</i> .....	40
Tabel 3.6 Matriks <i>SWOT</i> .....	41
Tabel 4.1 Bahan Baku Periode Bulan Maret.....	47
Tabel 4.2 Laporan Penjualan Produk Bulan Maret.....	49
Tabel 4.3 Analisis <i>Business Model Canvas</i> .....	57
Tabel 4.4 <i>Internal Factor Analysis Summary (IFAS)</i> .....	59
Tabel 4.5 <i>Eksternal Factor Analysis Summary (EFAS)</i> .....	65
Tabel 4.6 Analisis <i>SWOT</i> .....	74
Tabel 4.5 Matriks <i>SWOT</i> .....	80
Tabel 4.6 Analisis Strategi Pengembangan <i>BMC</i> .....	95
Tabel Pernyataan Kuesioner.....	102

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	11
Gambar 2.2 <i>SWOT</i> .....	17
Gambar 2.3 Matriks <i>SWOT</i> .....	19
Gambar 2.4 Kerangka Pikir.....	25
Gambar 4.1 Struktur Organisasi.....	43
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	50
Gambar 4.1 Usia Responden.....	51

