

SKRIPSI

**PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS PADA
USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM
MENGEMBANGKAN USAHA VAN HEALTHY JUICE**



Disusun Oleh :

Anastasius Ivan Haryoto

17.D1.0014

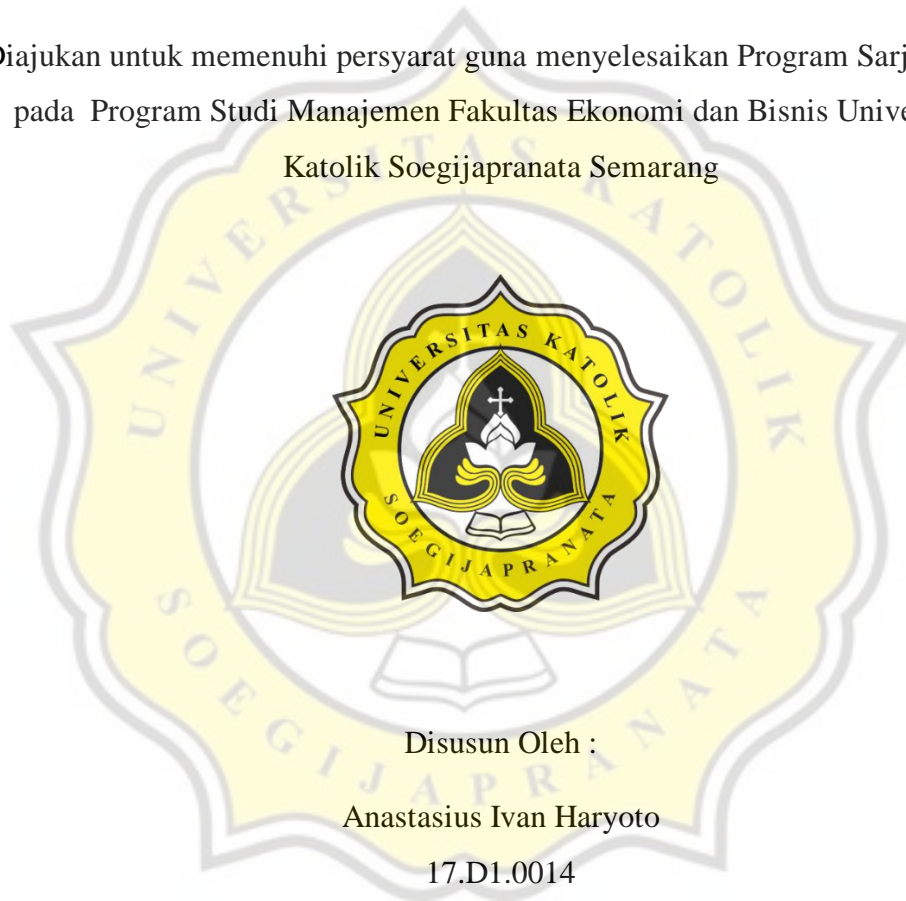
**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2024

SKRIPSI

PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) DALAM MENGEMBANGKAN USAHA VAN HEALTHY JUICE

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna menyelesaikan Program Sarjana (S1)
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas
Katolik Soegijapranata Semarang



Disusun Oleh :

Anastasius Ivan Haryoto

17.D1.0014

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA SEMARANG
2024**

ABSTRAK

Perkembangan industri makanan dan minuman di Indonesia semakin berkembang pesat. Pada penelitian kali ini objek penelitian yang dituju yaitu usaha Van Healthy Juice sebagai salah satu usaha kuliner yang ada di Indonesia. Persaingan yang semakin kuat dan ketat membuat usaha Nukusalad harus berpikir lebih keras agar dapat bertahan menghadapi pesaing bisnis dengan menggunakan perumusan strategi yang tepat. Perumusan masalah pada penelitian ini adalah Bagaimana upaya strategi pengembangan usaha Van Healthy Juice dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

Tujuan penelitian ini untuk menentukan strategi pengembangan usaha Van Healthy Juice berdasarkan Business Model Canvas. Pengetahuan tentang lingkungan internal dan eksternal dari usaha ini merupakan sumber utama untuk merumuskan BMC. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara dan ke pihak internal usaha. Alat analisis yang akan dipakai untuk mengolah data dari lapangan adalah Matriks *Business Model Canvas*.

Dari hasil penelitian ini bahwa Usaha Van Healthy Juice telah memenuhi kesembilan elemen dari *business model canvas*. Namun, elemen bisnis di usaha Van Healthy Juice saat ini masih memiliki kelemahan sehingga perlu menciptakan strategi yang dihasilkan dari perbaikan *business model canvas* seperti sering mengadakan promo dan bonus, memaksimalkan pemasaran menggunakan media online, menambah investor sebagai tambahan modal usaha, melakukan inovasi produk dan packaging, memberi bonus bagi konsumen yang setia, menargetkan konsumen dari luar kota kudas, moderenisasi dan penambahan mesin produksi, melakukan cross promotion, menambah varian ukuran kemasan dan melakukan promosi iklan & endorsement.

Kata Kunci : *Business Model Canvas*

ABSTRACT

The development of the food and beverage industry in Indonesia is growing rapidly. In this research, the intended research object is the Van Healthy Juice business as one of the culinary businesses in Indonesia. Competition is getting stronger and tighter, making Nukusalad's business have to think harder in order to survive facing business competition by using the right strategy formulation. The formulation of the problem in this study is how to develop the Van Healthy Juice business strategy using the Business Model Canvas.

The purpose of this research is to determine the Van Healthy Juice business development strategy based on the Business Model Canvas. Knowledge of the internal and external environment of the business is a key resource for formulating BMC. Data collection methods used in this study were interviews and filling out questionnaires to internal business parties and external parties, namely consumers. The analytical tools that will be used to process data from the field are the the Business Model Canvas.

From the results of this study, the Van Healthy Juice business has fulfilled the nine elements of the business model canvas. However, the business element in the Van Healthy Juice business currently still has weaknesses, so it is necessary to create a strategy resulting from improving the business model canvas, such as holding frequent promos and bonuses, maximizing marketing using online media, adding investors as additional business capital, innovating products and packaging. , giving bonuses to loyal consumers, targeting consumers from outside the holy city, modernizing and adding production machines, carrying out cross promotions, increasing packaging size variants and conducting advertising & endorsement promotions.

Keywords: *Business Model Canvas*