SKRIPSI

PENGEMBANGAN USAHA CAKERY DAN SNACK RUMAHAN GENDIS ARUM BERDASARKAN BUSINESS MODEL CANVAS

Diajukan untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata

Disusun Oleh:

MARIA CORNELLYSTA PUTRI BINTORO

NIM: 22.D1.0173

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA

SEMARANG

2026

skripsi ini dapat memberikan kontribusi keilmuan serta menjadi refrensi yang bermanfaat bagi pembaca mauoun pihak-pihak yang terkait.

Semarang, 13 Juli 2026



Maria Cornellysta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis pada usaha *cakery* dan *snack* rumahan "Gendis Arum" yang berlokasi di Banyumanik, Semarang. Gendis Arum merupakan unit usaha mikro yang memfokuskan pada produksi berbagai jenis kue rumahan seperti dimsum mentai, *mac n cheese*, proll tape, hingga *chiffon cake* dengan pemanfaatan platform digital sebagai sarana pemasaran utama. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi partisipatif, wawancara mendalam dengan pemilik, serta penyebaran kuesioner kepada pelanggan untuk mengidentifikasi kebutuhan pasar riil. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini meliputi sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, Internaf Factor Evaluation (IFE), External Factor Evaluation (EFE), Internal – External (IE), dan Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) untuk mengevaluasi kondisi internal dan eksternal serta menentukan strategi pengembangan yang paling tepat bagi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi prioritas yang diperoleh melalui analisis QSPM adalah inovasi produk Dubai Chewy Cookie, yang dinilai memiliki daya tarik tertinggi untuk meningkatkan daya saing usaha. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rancangan model bisnis baru yang lebih kompetitif, terukur, dan berkelanjutan guna mendukung pengembangan serta ekspansi usaha Gendis Arum di tengah persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Gendis Arum, strategi pengembangan usaha, *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, Quantitative Strategic Planning Matrix, industri kuliner.

ABSTRACT

This study aims to formulate a business development strategy for "Gendis Arum," a home-based cakery and snack business located in Banyumanik, Semarang. Gendis Arum is a micro-business unit focusing on the production of various home-baked goods such as dimsum mentai, mac n cheese, proll tape, and chiffon cake, utilizing digital platforms as its primary marketing tool. The research method employed is descriptive with a qualitative approach. Data collection techniques include participatory observation, in-depth interviews with the owner, and questionnaires distributed to customers to identify real market needs. The analytical tools used in this study include the nine building blocks of the Business Model Canvas (BMC) and SWOT analysis to evaluate the company's internal and external factors. The results of this study are expected to generate a new, more competitive, and measurable business model design to support the sustainability and expansion of Gendis Arum amidst intense competition in the culinary industry.

Keywords: ***Gendis Arum, business development strategy, Business Model Canvas (BMC), SWOT analysis, culinary industry.***