

**IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN
USAHA BP AUTOSHOP BERDASARKAN ANALISIS
*BUSINESS MODEL CANVAS***



Yoga Rasi Wijaya

18.D1.0284

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

**IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BP
AUTOSHOP BERDASARKAN ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS***

SKRIPSI

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



Yoga Rasi Wijaya

18.D1.0284

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

2024

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan omzet penjualan yang dialami oleh BP Autoshop sebagai salah satu usaha dibidang otomotif di Kota Semarang. Maka, diperlukan riset yang mendalam sehingga gagasan baru yang mendukung pengembangan usaha dapat ditemukan secara tepat. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui implementasi pengembangan usaha BP Autoshop berdasarkan analisis *Business Model Canvas* melalui analisis SWOT. Analisis pada masing-masing elemen SWOT ini nantinya akan memperbaharui BMC BP Autoshop. Penelitian ini bersifat kualitatif dengan menggunakan data yang berasal dari hasil wawancara peneliti dengan 10 narasumber yang juga merupakan konsumen BP Autoshop. Dari penelitian ini, dapat ditemukan bahwa BP Autoshop perlu mengembangkan layanan baru untuk dapat meningkatkan omzet penjualannya yaitu dengan membuka layanan Jasa Modifikasi dan Jual Beli Mobil. Selain itu, BP Autoshop perlu meningkatkan promosi di media sosial Instagram yang dimiliki oleh BP Autoshop untuk dapat menjangkau lebih banyak konsumen sebagai salah satu bentuk strategi pengembangan usaha.

Kata Kunci: BMC, SWOT, Pengembangan Usaha

ABSTRACT

This research is conducted based on the decline in sales turnover that one of Semarang's automotive companies, BP Autoshop, experienced. As a result, an in-depth research is required to identify innovative and effective approaches to support BP Autoshop's business development. The purpose of this research is to discover about BP Autoshop's business development implementation using the Business Model Canvas and SWOT analysis. The analysis of each SWOT element will refresh BP Autoshop's BMC. This research is qualitative in nature and utilises data from interviews with ten BP Autoshop's customers conducted by the researcher. Based on the findings of this research, BP Autoshop needs to create new services like Automotive Modification and Buying & Selling Used Cars in order to boost their sales turnover. Aside from that, BP Autoshop should promote themselves more on Instagram in order to reach more customers as part of their business development strategies.

Keywords: BMC, SWOT, Business Development