



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
PADA PERUSAHAAN RINTISAN B2B e-COMMERCE
(STUDI KASUS DI BIZZY INDONESIA)**

SKRIPSI

**ALIA ZAHRA
1510312003**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI
2019**



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
PADA PERUSAHAAN RINTISAN B2B e-COMMERCE
(STUDI KASUS DI BIZZY INDONESIA)**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Teknik**

**ALIA ZAHRA
1510312003**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI S1 TEKNIK INDUSTRI**

2019

PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Alia Zahra

NIM : 151.0312.003

Program Studi : Teknik Industri

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan *Business Model Canvas* pada Perusahaan Rintisan B2B *e-Commerce* (Studi Kasus di Bizzy Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Pengaji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.



(Dr. Ir. Reda Rizal, M.Si)

Pengaji Utama



(Donny Montreano, ST,MT,IPM)

Pengaji II (Pembimbing)



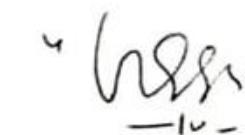
(Muhamad As'adi, MT)

Pengaji I



(Dr. Ir. Reda Rizal, M.Si)

Dekan



(Muhamad As'adi, MT)

Kepala Prodi

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian : 4 Juli 2019

HALAMAN PENGESAHAN

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA PERUSAHAAN RINTISAN B2B e-COMMERCE (STUDI KASUS DI BIZZY INDONESIA)

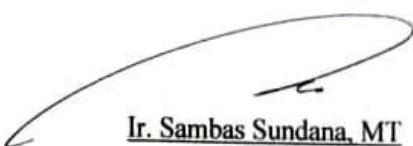
Disusun oleh :

ALIA ZAHRA
151.0312.003

Menyetujui,

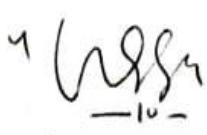


Donny Montreano, ST, MT
Pembimbing I



Ir. Sambas Sundana, MT
Pembimbing II

Mengetahui,



Muhammad As'adi, ST, MT
Ketua Prodi Teknik Industri

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Alia Zahra
NPM : 151.0312.003
Program Studi : Teknik Industri

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 30 Juli 2019

Yang menyatakan,



PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Alia Zahra
NIM : 151.0312.003
Fakultas : Teknik
Program Studi : Teknik Industri

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas pada Perusahaan Rintisan B2B e-Commerce (Studi Kasus di Bizzy Indonesia)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 30 Juli 2019



**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
PADA PERUSAHAAN RINTISAN B2B e-COMMERCE
(STUDI KASUS DI BIZZY INDONESIA)**

Alia Zahra

Abstrak

Bizzy Indonesia adalah salah satu pemain eCommerce B2B (*business-to-business*) di Indonesia, dimana jenis sektor eCommerce ini belum terlalu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Namun dari perspektif marketing, Bizzy belum melakukan aktivitas promosi dan pemasaran secara maksimal dalam memperkenalkan platform-nya. Selain itu dari perspektif operasi, Bizzy belum memiliki *job description* yang tertulis jelas untuk setiap divisinya. Jika hal-hal tersebut tidak diperhatikan, dikhawatirkan Bizzy tidak mampu mencapai peluang dan menghadapi ancaman kompetisi. Dengan usia yang belia, Bizzy harus memiliki strategi yang tepat untuk menjalankan dan bertahan dengan bisnisnya, dan salah satu elemen penting yang harus diperhatikan adalah model bisnis. Penyusunan strategi dilakukan dengan konsep *Business Model Canvas* dengan bantuan analisis SWOT. Alternatif strategi yang dihasilkan berupa 9 set usaha-usaha dalam penetrasi pasar dan pengembangan produk sehingga formulasi model bisnis kanvas Bizzy yang baru lebih ditekankan kepada aktivitas pemasaran, peningkatan kualitas hubungan dengan konsumen dan penambahan nilai-nilai yang bisa ditawarkan oleh Bizzy Indonesia.

Kata kunci : strategi bisnis, *Business Model Canvas*, penetrasi pasar, pengembangan produk

**BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING BUSINESS MODEL
CANVAS APPROACH AT B2B e-COMMERCE STARTUP
(CASE STUDY AT BIZZY INDONESIA)**

Alia Zahra

Abstract

Bizzy Indonesia is one of B2B (business-to-business) e-commerce player in Indonesia, where this type of e-commerce sector is not well known by Indonesian people. From the marketing perspective, Bizzy has not carried out promotional and marketing activities to the fullest in introducing the platform. In addition, from the operational perspective, Bizzy does not have a clear job description for each division. If these things are not addressed, it is feared that Bizzy will not be able to reach opportunities and face the threat of competition. With a young age, Bizzy must have the right strategy to run and survive with its business, and one important element that must be considered is the business model. Strategy preparation is done using Business Model Canvas concept with the help of SWOT analysis. The alternative strategy formed is 9 sets of efforts in market penetration and product development so that the formulation of Bizzy's new business model canvas emphasizes in marketing activities, improving the quality of relationships with consumers and adding values that can be offered by Bizzy Indonesia.

Key word : business strategy, Business Model Canvas, market penetration, product development

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir/skripsi dengan judul **“STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS TERHADAP PERUSAHAAN RINTISAN B2B e-COMMERCE (STUDI KASUS DI BIZZY INDONESIA)”** dengan sebaik-baiknya. Adapun penelitian ini dilaksanakan dan diselesaikan mulai Februari 2019 sampai dengan Juni 2019.

Laporan tugas akhir/skripsi ini dibuat dalam rangka memenuhi persyaratan kurikulum akademis di Program Studi Teknik Industri Universitas Pembangunan Nasional ”Veteran” Jakarta. Tujuan dari praktek kerja lapangan ini adalah agar mahasiswa bisa berpikir secara logis dalam menguraikan dan menyelesaikan sebuah permasalahan, serta dapat menuliskan hasil pikirannya ke dalam bentuk laporan skripsi yang terstruktur dan sistematis dan juga sebagai bahan perbandingan antara ilmu yang didapat selama perkuliahan dengan observasi di lapangan.

Selama proses penulisan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan dukungan, bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan Rahmat dan Hidayah-Nya.
2. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik moral maupun materiil.
3. Bapak Donny Montreano, ST, MT dan Bapak Ir. Sambas Sundana, MT yang telah bersedia menjadi pembimbing penulis dalam menyusun skripsi ini.
4. Bapak Dr. Ir. Reda Rizal, M.Si selaku dekan Fakultas Teknik UPN “Veteran” Jakarta.

5. Bapak Muhamad As'adi, MT, selaku Kepala Program Studi Teknik Industri UPN "Veteran" Jakarta.
6. Mas Fiza, Mas Angga yang sudah membantu penulis mendapatkan data demi penulisan skripsi ini.
7. Pak Haris yang memberi pencerahan tentang topik skripsi ini dan Pak Rahman yang beberapa kali penulis mintai ebook referensi.
8. Arraz, Ibnu, Padil, Tegar, Dipa, Tami, Adol, Jabon, L, Rini, Rizal selaku teman seperjuangan penulis menyelesaikan laporan ini, semoga kita lulus dengan nilai baik. Untuk Asa juga, semangat Sa!
9. Dan Teman-teman Teknik Industri UPNVJ angkatan 2015 dan pihak-pihak lain yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari laporan praktik kerja lapangan ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis menerima segala saran dan kritikan yang bersifat membangun. Akhir kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi penulis pada khususnya dan bagi para pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2019

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN PENGUJI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	<i>vii</i>
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Penelitian	3
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Ruang Lingkup Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	4

BAB II STUDI PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori.....	7
2.2.1 Manajemen Strategi.....	7
2.2.2 <i>Business Model Canvas</i>	9
a. <i>Customer Segments</i>	11
b. <i>Value Propositions</i>	13
c. <i>Channels</i>	14
d. <i>Customer Relationships</i>	16
e. <i>Revenue Streams</i>	18
f. <i>Key Resources</i>	20
g. <i>Key Activities</i>	21
h. <i>Key Partnerships</i>	23
i. <i>Cost Structures</i>	24
2.2.3 SWOT Analysis	26
a. Pengertian Analisis SWOT	26
b. Unsur-unsur SWOT	27
c. Model Analisis SWOT.....	31
2.3 Kerangka Pemikiran.....	34

BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1 Tahap Persiapan	35
3.1.1 Tempat dan Waktu Penelitian	35
3.1.2 Jenis Penelitian	35
3.1.3 Identifikasi dan Rumusan Masalah	36
3.2 Tahap Pengumpulan Data	36
3.2.1 Jenis dan Sumber Data	36
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data	36
3.3 Tahap Pengolahan Data	37
3.3.1 Analisa Matriks IFAS dan EFAS	37
3.3.2 Analisa Matriks IE.....	37
3.3.3 Analisa Matriks TOWS	37
3.3.4 Formulasi <i>Proposed Business Model</i>	37
3.4 Tahap Akhir	37
3.5 <i>Flowchart</i> Penelitian	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Profil Perusahaan	39
4.1.1 Visi dan Misi	40
4.1.2 Layanan Bisnis	40
4.1.3 Lingkup Bisnis	41

4.1.4 Struktur Organisasi.....	41
4.1.5 Profil Pelanggan	42
4.1.6 <i>Current Situation</i> (Kondisi Saat Ini)	42
4.2 Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	43
4.2.1 Analisa Faktor Intenal & Eksternal BIZZY INDONESIA	44
1. Faktor Internal	44
2. Faktor Eskternal.....	49
4.2.2 Perumusan Strategi Pengembangan Bisnis	52
1. Matriks IFAS dan EFAS.....	53
2. Matriks IE dan Matriks TOWS.....	55
4.2.3 Mendesain Model Bisnis Kanvas	58
1. Model Bisnis Kanvas Saat Ini.....	58
2. Model Bisnis Kanvas Usulan.....	61
BAB V PENUTUP.....	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
RIWAYAT HIDUP	69
LAMPIRAN.....	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Building Blocks</i> dari <i>Business Model Canvas</i>	11
Gambar 2.2 Blok <i>Customer Segments</i>	12
Gambar 2.3 Blok <i>Value Propositions</i>	14
Gambar 2.4 Blok <i>Channels</i>	15
Gambar 2.5 Saluran-saluran Pemasaran	16
Gambar 2.6 Blok <i>Customer Relationships</i>	17
Gambar 2.7 Blok <i>Revenue Streams</i>	18
Gambar 2.8 Blok <i>Key Resources</i>	21
Gambar 2.9 Blok <i>Key Activities</i>	22
Gambar 2.10 Blok <i>Key Partnerships</i>	23
Gambar 2.11 Blok <i>Cost Structures</i>	25
Gambar 2.12 Matriks TOWS	33
Gambar 3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	38
Gambar 4.1 <i>Website</i> Bizzy Indonesia	39
Gambar 4.2 Logo Bizzy Indonesia.....	40
Gambar 4.3 Titik Persebaran Jangkauan Bisnis Bizzy Indonesia.....	41
Gmabar 4.4 Hasil Survey Popularitas B2B Commerce di Indonesia	43
Gambar 4.5 Posisi Bizzy Indonesia dalam Matriks IE	55
Gambar 4.6 BMC Bizzy Indonesia Saat ini	59

Gambar 4.7 BMC Bizzy Indonesia Usulan.....62

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian-penelitian Terdahulu	6
Tabel 2.2 Jenis-jenis dan Fase Saluran	15
Tabel 2.3 Mekanisme Penetapan Harga.....	20
Tabel 4.1 Rincian Pendanaan Bizzy.....	42
Tabel 4.2 Trafik Pnegunjung Platform Bizzy	43
Tabel 4.3 Rekapitulasi Kuesioner Pembobotan Faktor Internal	48
Tabel 4.4 Rekapitulasi Kuesioner Pemberian Rating Faktor Internal.....	49
Tabel 4.5 Rekapitulasi Kuesioner Pembobotan Faktor Eksternal.....	52
Tabel 4.6 Rekapitulasi Kuesioner Pemberian Rating Faktor Eksternal	52
Tabel 4.7 Matriks IFAS	53
Tabel 4.8 Matriks EFAS	54
Tabel 4.9 Matriks TOWS Bizzy Indonesia.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner SWOT	70
Lampiran 1.a. Kuesioner SWOT (Lanjutan).....	71
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	72
Lampiran 3. Struktur Organisasi Bizzy Indonesia	73