

ABSTRAK

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA MENGGUNAKAN METODE SWOT DAN BMC PADA UMKM WARUNG LANGKID

Vincentius Bryan Bagaskara
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

Penelitian ini bertujuan: (1) untuk mengetahui strategi pengembangan yang cocok bagi Warung Langkid menggunakan metode *SWOT* dan (2) untuk mengetahui rencana pengembangan dan memetakan model bisnis yang efektif serta efisien menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui teknik wawancara, observasi dan dokumentasi. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis berdasarkan proses analisis *SWOT* dan sembilan blok bangunan *Business Model Canvas* yang terdiri dari *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Hasil penelitian ini dibagi menjadi 2 (dua) yaitu: (1) Warung Langkid berada pada kuadran I yang menunjukkan bahwa Warung Langkid berada pada posisi strategi agresif dan dapat menerapkan strategi S-O (*Strength - Opportunities*) serta (2) Warung Langkid telah menerapkan 9 (sembilan) blok bangunan *Business Model Canvas* dan penelitian ini menghasilkan model perbaikan bagi Warung Langkid.

Kata Kunci: *SWOT*, *BMC*, Warung Langkid

ABSTRACT

***BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING SWOT AND BMC IN
WARUNG LANGKID***

Vincentius Bryan Bagaskara
Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2024

This research aims to find out (1) the suitable development strategy for Warung Langkid using the SWOT method and (2) the development plan and map an effective and efficient business model using the Business Model Canvas approach. The research method used in this research is descriptive qualitative. Data was obtained through interview techniques, observation and documentation. The data that has been obtained is then analyzed based on the SWOT analysis process and the nine building blocks of the Business Model Canvas consisting of customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. The results of this research are the followings: (1) Warung Langkid was in quadrant I showing that Warung Langkid was in aggressive strategy position and could implement the SO (Strength - Opportunities) strategy and (2) Warung Langkid has implemented 9 (nine) building blocks of the Business Model Canvas and an improved model was suggested for Warung Langkid.

Key Words: SWOT, BMC, Warung Langkid