

Strategi pemasaran umkm salbilla dodol salak dengan pendekatan bussiness model canvas

Cornelius Prihandoyo¹, Agni Ratna Dewi²

Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan

¹Email: pribpp@gmail.com

Abstrak

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau yang biasa disebut UMKM mempunyai peranan yang sangat penting dari berbagai aspek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis Salbilla Dodol Salak jika ditinjau dari aspek aspek pada Bussiness Model Canvas dan mengetahui model bisnis dalam rangka pengembangan strategi yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan pada Salbilla Dodol Salak. Dalam merumuskan Strategi, peneliti harus menggunakan sembilan building block Bussiness Model Canvas antara lain, Customes Segments, Value Propositions, Channel, Customer Relations, Revenue Streams, Key Resource, Key Activities, Key Partnerships dan Cost Structure. Menggunakan metode kualitatif, mdeling dengan melakukan wawancara secara mendalam kemudian analisisnya menggunakan Bussiness Model Canvas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis Salbilla Dodol Salak Saat ini sudah sangat tertinggal jika ditinjau dari aspek aspek Bussiness Model Canvas. Saran kepada Salbilla Dodol Salak yaitu sebaiknya Salbilla Dodol Salak menerapkan bisnis yang dibuat berdasarkan penelitian yang berpedoman pada teori Osterwalder & Pigneur yakni perubahan dari segi pembentukan segmentasi baru, saluran baru, penambahan nilai produk, menciptakan hubungan pelanggan secara langsung, aktivitas kunci dengan melibatkan teknologi, penempatan SDM yang kompeten serta perbaikan dari segi pencatatan keuangan.

Kata Kunci: Bussiness model; business model canvas; strategi pemasaran

Marketing strategy umkm salbilla dodol salak with bussiness approach model canvas

Abstract

Micro Small and Medium Enterprises or commonly called SMEs have a very important role from various aspects. This study aims to find out the business model model Salbilla Dodol Salak if viewed from aspect aspects of Business Model Canvas and know the business model in order to develop appropriate strategies and suggested to be applied to Salbilla Dodol Salak. In formulating the Strategy, the researcher must use nine building blocks of Bussiness Model Canvas, among others, Customes Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relations, Revenue Streams, Key Resource, Key Activities, Key Partnerships and Cost Structure. Using qualitative methods, mdeling by conducting in-depth interviews then the analysis using Bussiness Model Canvas. Hasil research shows that the picture of business model Salbilla Dodol Salak Currently is very left behind if viewed from aspects of aspects of business model canvas. Suggestion to Salbilla Dodol Salak Salbilla Dodol Salak should apply a business based on research based on the theory of Osterwalder & Pigneur that changes in terms of the formation of new segmentation, new channels, the addition of product value, creating direct customer relationships, key activities involving technology, placement of competent human resources and improvement in terms of financial records.

Keywords: Business model; business model canvas; marketing strategy