

Analisis Usaha Jasa Seventeen Voucher Sebelum dan Setelah Dilakukannya Penerapan *Business Model Canvas*

Erianti Enji¹⁾, Sabinus Beni²⁾

¹⁾ Kewirausahaan, Institut Shanti Bhuana, Bengkulu

²⁾ Kewirausahaan, Institut Shanti Bhuana, Bengkulu

Email: erianti19206@shantibhuana.ac.id¹⁾, sabinusbeni@gmail.com²⁾

ABSTRACT

This research discusses the application of Business Model Canvas (BMC) on Seventeen Voucher service business before and after implementation, using SWOT analysis to identify strengths and weaknesses. The study aims to provide insights for business owners in developing effective business strategies and improving customer satisfaction. The data was collected through observation, in-depth interviews, and documentation, and analyzed using qualitative and SWOT analysis methods. The results show that the target customer segment is students in and around the campus, the value proposition is providing convenient services for internet-related needs, and the channels used are WhatsApp Business and Facebook. The study also identifies areas for improvement in customer relationship management and cost structure. The research discusses the evaluation of the Business Model Canvas (BMC) implementation in Seventeen Voucher service business and its analysis using SWOT analysis. The study found that affordable prices, promotions, and social media usage for promotion are factors that attract customers. Quality of service, reliability, responsiveness, and assurance are also important factors in customer satisfaction. Pricing is determined by observing the market and adjusting to customer demand. The BMC helps simplify and communicate business strategies effectively. Overall, the study provides valuable insights for business owners in developing effective business strategies and improving customer satisfaction. The use of the BMC and SWOT analysis methods can help businesses identify their strengths and weaknesses, and develop strategies to improve their performance. The findings of this study can be useful for businesses in various industries, especially those targeting student customers and in the business progress.

Keywords: Analysis, SWOT and Business Model Canvas

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada bisnis Usaha Jasa Seventeen Voucher sebelum dan setelah implementasi, dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan. Studi ini bertujuan untuk memberikan wawasan bagi pemilik bisnis dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi, dan dianalisis menggunakan metode kualitatif dan analisis SWOT. Hasil studi menunjukkan bahwa segmen pelanggan target untuk bisnis layanan Seventeen Voucher adalah mahasiswa di sekitar kampus. Proposisi nilai bisnis adalah menyediakan layanan yang nyaman untuk kebutuhan terkait internet, dan saluran yang digunakan adalah WhatsApp Business dan Facebook. Studi ini juga mengidentifikasi area untuk perbaikan dalam manajemen hubungan pelanggan dan struktur biaya. Penelitian ini juga membahas evaluasi penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada bisnis layanan Seventeen Voucher dan analisisnya menggunakan analisis SWOT. Studi menemukan bahwa harga terjangkau, promosi, dan penggunaan media sosial untuk promosi adalah faktor yang menarik pelanggan. Kualitas layanan, keandalan, responsivitas, dan jaminan juga merupakan faktor penting dalam kepuasan pelanggan. Penentuan harga ditentukan dengan mengamati pasar dan menyesuaikan dengan permintaan pelanggan. *Business Model Canvas* membantu menyederhanakan dan mengkomunikasikan strategi bisnis secara efektif. Secara keseluruhan, studi ini memberikan wawasan yang berharga bagi pemilik bisnis dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penggunaan metode BMC dan analisis SWOT dapat membantu bisnis mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan mereka, dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kinerja mereka. Studi ini juga menekankan pentingnya memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, dan menyediakan layanan berkualitas tinggi untuk memenuhi kebutuhan dalam kemajuan bisnis.

Kata Kunci: Analisis, SWOT dan Business Model Canvas

1. Pendahuluan

1.1 Latar belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mendorong masyarakat untuk melakukan aktivitas dengan lebih mudah. Kehidupan manusia yang berawal dari kesederhanaan kini telah menjadi kehidupan manusia yang tergolong sangat modern. Di zaman yang semakin

maju, semua kegiatan bisa dilakukan dengan praktis. Teknologi informasi dan komunikasi merupakan penunjang yang membuatnya sangat mudah untuk digunakan. Dunia informasi saat ini tampaknya terkait erat dengan teknologi. Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi di masyarakat semakin meningkat setiap tahunnya (Kasemin, 2016).

Dunia informasi saat ini berkembang pesat. Pengguna internet juga semakin meningkat. Komunikasi yang membutuhkan waktu lama kini sangat mudah dan cepat. Salah satu bidang teknologi informasi dan komunikasi adalah ponsel dan internet. Keduanya saling bergantung satu sama lain saat menggunakan Internet. Namun sebagai media informasi dan komunikasi, diperlukan kuota internet sebagai sarana komunikasi untuk dapat menggunakan internet melalui ponsel.

Internet tidak hanya memberikan kemudahan dalam komunikasi dan informasi tetapi memberikan kemudahan dalam kepentingan tertentu salah satunya usaha jasa seventeen voucher. Adapun yang ditawarkan pada jasa ini yaitu menjual isi ulang pulsa internet, isi ulang pertukaran data internet, isi ulang pulsa listrik, isi ulang diamond game, bayar belanja di shopee, buka lapak, toko pedia transfer antar bank dan pembayaran lainnya seperti DANA, ShopeePay, OVO dan Topup lainnya semua bisa di aplikasi Happy Pay. Usaha jasa ini dilakukan dalam ponsel dan dilengkapi oleh aplikasi Happy Pay yang mendukung didalamnya menjadikan usaha ini berjalan lancar. Usaha ini terbilang cukup menguntungkan. Namun untuk mengantisipasi permasalahan dalam usaha ini maka perlu diteliti dengan menggunakan Business Model Canvas tujuannya yaitu untuk mempermudah melihat masalah yang terjadi pada usaha jasa ini.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dari artikel ini adalah bagaimana penerapan Business Model Canvas (BMC) pada usaha jasa Seventeen Voucher sebelum dan setelah dapat diungkapkan melalui analisis SWOT untuk mengetahui kelebihan dan kelemahan usaha jasa tersebut.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memberikan informasi tentang penerapan Business Model Canvas (BMC) pada usaha jasa Seventeen Voucher. Artikel ini juga bertujuan untuk mengevaluasi kelebihan dan kelemahan usaha jasa tersebut melalui analisis SWOT. Dengan demikian, artikel ini dapat memberikan wawasan bagi pemilik bisnis dalam mengembangkan strategi bisnis yang efektif dan meningkatkan kepuasan konsumen. Selain itu, artikel ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti atau mahasiswa yang tertarik untuk melakukan penelitian tentang penerapan BMC pada usaha jasa.

2. Landasan teori

2.1 Teori Bisnis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) bisnis adalah usaha komersial dalam perdagangan. Bisnis adalah kegiatan menjalankan usaha yang telah dirancang sebelumnya oleh individu atau kelompok bisnis. Bisnis juga adalah kegiatan menjual barang atau jasa untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan bagi pelaku bisnis. Adapun pengertian bisnis menurut para ahli di bawah ini:

1. Bisnis menurut Fauziah Yaniz

Bisnis adalah bentuk transaksi perdagangan yang menggunakan media elektronik untuk membantu berjalannya suatu bisnis yang menghubungkan perusahaan dengan konsumen (Yaniz, 2020)

2. Bisnis menurut Zainal

Menurut Zainal (2013) Kata bisnis dalam Al-Qur'an biasanya yang digunakan al-tijarah, al-bai', tadayantum, dan isytara. Tetapi yang seringkali digunakan yaitu al-tijarah dan dalam bahasa arab *tijaraha*, berawal dari kata dasar *tajara*, *tajran* wa *tijarata*, yang bermakna berdagang atau berniaga (Zainal, 2016).

3. Bisnis menurut Mahmud Machfoedz

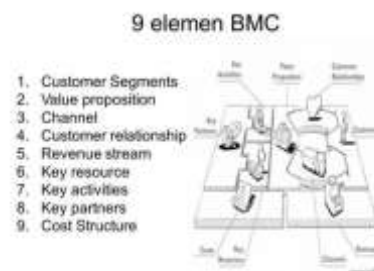
Menurut Mahmud Machfoedz, bisnis merupakan usaha perdagangan yang dilakukan sekelompok orang yang sudah terorganisasi untuk bisa mendapatkan laba dengan memproduksi dan menjual suatu barang atau jasa. Hal itu bertujuan untuk bisa memenuhi kebutuhan konsumen (Machfoedz, 2020)

4. Bisnis menurut Griffin

Bisnis adalah sebuah penyedia kebutuhan konsumen dengan melihat apa yang paling diperlukan dan diinginkan. Bisnis juga merupakan jumlah usaha yang meliputi pertanian, produksi, komunikasi, konstruksi, distribusi, transportasi, usaha jasa dan pemerintah yang bergerak untuk membuat dan memasarkan barang/jasa kepada konsumen dengan tujuan memperoleh laba (Griffin, 2018)

2.2 Business Model Canvas

Menurut Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation, Business Model Canvas* adalah sebuah strategi dalam manajemen yang berupa menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. BMC terdiri dari sembilan blok, yaitu: *customer segments, value propositions, channel, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, cost structure*. (Sukarno, 2021) Digambarkan pada gambar di bawah ini:



Gambar 1.1 *Business Model Canvas*

3. Metodologi

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif yaitu untuk memperoleh data secara faktual, akurat dan sistematis. Sedangkan pendekatan yang dilakukan yaitu studi kasus melalui pengamatan, pengumpulan data, analisis data, pengolahan data dan laporan hasil (Hakim, 2013). Dalam penelitian ini digunakan *business model canvas* untuk

mengetahui elemen-elemen penting sebagai pemecah masalah pada usaha jasa seventeen voucher. Adapun teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dengan konsumen. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT pada masing-masing elemen *business model canvas* (BMC).

Penelitian ini dilaksanakan di kampus Institut Shanti Bhuana Bengkayang, Kalimantan Barat. Adapun alasan pemilihan lokasi ini adalah karena dekat dengan konsumen yang pembelinya banyak dan juga adanya perkembangan pada usaha jasa ini sehingga menarik peneliti untuk meneliti di tempat ini.

3.1 Data

Data diperoleh dengan melalui pengamatan dan pencarian sumber-sumber informasi seperti referensi dan diolah untuk memperoleh data dilakukannya observasi, wawancara mendalam dan dokumentasi untuk mendapatkan data yang relevan kemudian baru dilakukannya pengolahan data(Rifa'i, 2017).

Data yang dijadikan penelitian yaitu lima orang responden sebagai pelanggan setia seventeen voucher, selama penelitian berlangsung dapat dilihat pada tabel 1.1

Tabel 1.1 Data Responden

No	Nama	Umur	Alamat
1	A	19 Th	ISB
2	N	22 Th	ISB
3	R	19 Th	ISB
4	R	19 Th	ISB
5	S	20 Th	ISB

3.2 Metode Analisis

Dalam penelitian ini, terdapat dua metode analisis yang digunakan, yaitu metode analisis kualitatif dan analisis SWOT. Metode analisis kualitatif digunakan untuk mengumpulkan data secara faktual, akurat, dan sistematis melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi (Apriyanti, 2013). Sedangkan analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kelebihan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari elemen bisnis model kanvas yang dijadikan patokan dalam penelitian ini. Dalam analisis SWOT, sembilan elemen bisnis model kanvas yang menjadi keterkaitan dari *Customer segment*, *Value proposition*, *Channels*, *Customer relationship*, *Revenue streams*, *Key resources*, *Key activities*, *Key partners*, dan *Cost structure* dianalisis untuk melihat permasalahan lebih sederhana dan memetakannya sehingga mudah dipahami untuk menciptakan manajemen strategis dan mendefinisikan serta lebih mudah dikomunikasikan lewat ide dan konsep bisnis secara cepat dan lebih mudah.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Usaha seventeen voucher merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa. Lokasi penelitian usaha ini bertempat di kampus Institut Shanti Bhuana, Kabupaten Bengkayang. Lokasi ini merupakan lokasi yang berada di

Kabupaten Bengkayang. Bengkayang merupakan salah satu kabupaten yang berada di Provinsi Kalimantan Barat. Bengkayang memiliki beragam usaha, seperti toko pakaian, kuliner, toko sembako, usaha jasa agen kuota, cafe, warkop, salon sampai pada usaha seventeen voucher dan masih banyak lagi.

Usaha seventeen voucher ini ada karena melihat permintaan dan kebutuhan mahasiswa/mahasiswi di kampus Institut Shani Bhuana. Melihat adanya peluang yang cukup besar maka dibukannya usaha seventeen voucher ini. Untuk melihat lebih dalam lagi bagaimana pengembangan usaha ini maka dilakukannya penelitian ini.

4.2 Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang dilakukan melalui proses observasi, wawancara dan dokumentasi dari responden kemudian diolah menjadi satu data untuk melihat hasil penerapan BMC pada usaha jasa seventeen voucher berdasarkan hasil tanggapan dari konsumen yang juga sebagai pelaku pembeli dapat dilihat pada gambar 1.2

Business Model Canvas		Designed by: Seventeen Voucher		
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
Vendor jasa kuota, Distributor, Aplikasi Mobile	Menghubungkan pemilik dan pembeli melalui promosi dan media sosial	Menyediakan jasa isi pulsa, kuota, token listrik, tranfer antar bank, bayar air.	Diskon dan juga promo diawal bulan dan komunikasi.	Mahasiswa di lingkungan Kampus Shanti Bhuana, luar kampus
	Key Resources		Channels	
	Aplikasi DANA dan Happy Pay Vendor dan Distributor		WA Grup dan story, Facebook Story dan Aplikasi Mobile	
	Cost Structure		Revenue Streams	
	Laporan Usaha setiap bulan		Aplikasi Mobile (DANA dan Happy Pay)	

Gambar 1.2 Penerapan BMC

Agar dapat memahami gambar diatas maka disajikan penjelasan dibawah ini yaitu sembilan elemen BMC:

- *Customer segments*
Berdasarkan *customer segments* diatas adalah mahasiswa yang berada di lingkungan maupun luar lingkungan Kampus Institut Shanti Bhuana yang terletak di Kabupaten Bengkayang.
- *Value proposition*
Menyediakan jasa isi pulsa, kuota, token listrik mengirim antar bank juga bayar air yang dapat membantu mahasiswa dalam maupun luar asrama dengan sebagai penyedia jasa terdekat dengan konsumen sebagai kebutuhan mahasiswa dalam melakukan berbagai kegiatan yang diperlukan pada koneksi internet.
- *Channel*
Media yang digunakan untuk memperkenalkan jasa ini adalah *whatsapp business*, *whatsapp grub* dan juga *facebook* yang dapat dipesan melalui poster yang sudah disebarakan sehingga konsumen dapat menghubunginya ataupun melalui *messenger facebook* yang dapat diakses tanpa kuota untuk menghubungi penyedia jasa seventeen voucher.
- *Customer relationship*
Menarik dan mempertahankan pelanggan dapat dilakukan menggunakan promosi dan diskon setiap

awal bulan. Dengan begitu konsumen akan tertarik lagi untuk selalu memakai dan menggunakan jasa seventeen voucher.

- **Revenue streams**
Aplikasi mobile seperti aplikasi DANA dan Happy Pay sebagai sarana operasi dan juga pemasukan dari usaha jasa ini.
- **Key resource**
Sumber daya utama dari usaha ini yaitu aplikasi yang digunakan yaitu DANA dan Happy Pay, vendor usaha yang membantu berjalannya usaha ini.
- **Key activities**
Merupakan semua yang menjadi bagian dalam perusahaan harus menjalankan setiap aktivitas yang ada dalam perusahaan untuk memperoleh keuntungan dari setiap aktivitas yang dijalankan. Karena merupakan kunci yang terpenting dalam bisnis perusahaan Aktivitas yang dilakukan untuk yaitu menghubungkan pemilik dan pembeli dengan promosi WA, Instagram dan Facebook dan menjalin hubungan yang baik dengan pembeli dengan menjalankan SOP pada jasa yang dijalankan serta memberikan proposisi nilai.
- **Key partners**
Merupakan hubungan kerjasama antara pihak yang satu dan lainnya, yang mana salah satu perusahaan tersebut bertindak sebagai pemasok bahan baku, dan satunya lagi bertindak sebagai produksi bahan baku dan bertindak juga sebagai penjual bahan jadi dari hasil produksi. Sehingga kedua perusahaan yang sudah menjalin kerjasama mendapatkan keuntungan yang sama sesuai dengan ketentuan yang telah disetujui bersama dalam surat perjanjian(Siregar, 2016). **Key Partners** pada jasa ini yaitu Vendor jasa voucher kuota (Istana Ponsel dan RA Phone), Zaklin dan Klara sebagai distributor, Aplikasi Dana dan Happy pay.
- **Cost structure**
Merupakan kegiatan yang dilakukan dengan melibatkan biaya yang relevan ketika proses pengoperasian, mengelola bisnis pada perusahaan dapat dibedakan menjadi dua kelas yaitu terpacu biaya dan nilai yang bersifat tetap dalam skala dan lingkup ekonomi.
Dari dana seventeen voucher dibuatnya hasil laporan keuangan setiap bulan.
Dari hasil analisis ditemukannya beberapa hal yang terkait menjadi sebelum dan setelah dilakukannya penerapan BMC pada usaha jasa seventeen voucher yaitu dengan melihat analisis SWOT nya terlebih dahulu untuk melihat kekuatan dan kelemahan usaha ini.

4.3 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah analisis untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman yang ada pada usaha yang dijalankan(Ratnawati, 2020). Analisis ini juga dapat membantu peneliti untuk menemukan apa yang menjadi keunggulan dari usaha untuk menciptakan

peluang dan menghindari ancaman. Berikut ditampilkan pada Tabel 1.2

Tabel 1.2 Matriks Analisis SWOT

Matriks SWOT	Strength (S)	Weakness (W)
	Komunikasi baik, cepat, terpercaya, mudah dijangkau, pelayanan baik, promosi baik, waktu fleksibel, harga relatif murah.	Stok saldo sering kuraang, Belum luas pemasarannya.
Opportunities (O) Banyaknya mahasiswa yang membutuhkan.	Strategi (S-O) Mempertahankan komunikasi dan memperbanyak konsumen melalui teman dan konsumen.	Strategi(W-O) Menyediakan stok saldo lebih banyak lagi dan memperluas pasar usaha.
Threats (T) Banyak pesaing dan penipuan online.	Strategi (S-T) Memperkuat komunikasi dan meningkatkan kualitas rasa percaya konsumen.	Strategi(W-T) Putar modal dan juga mencari investor.

Dari tabel tersebut dapat dilihat kekuatan, kelemahan, peluang juga ancaman yang ada. Kekuatan yang sangat berpengaruh pada usaha tersebut yaitu ada tiga (3) yaitu promosi, kualitas pelayanan dan juga harga.

4.3.1 Promosi

Menurut Laksana (2019:129) promosi adalah suatu kegiatan komunikasi dari muka ke muka atau dari mulut ke mulut untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dipunya. Promosi juga sebagai media sarana untuk melakukan kegiatan mempromosikan produk jasa yang akan dijual dan ditawarkan kepada masyarakat yang membutuhkan. Tujuan dari promosi ini sendiri untuk meningkatkan relasi antara pemilik dan pembeli, bukan hanya meningkatkan relasi saja tetapi juga meningkatkan pendapatan usaha. Selain itu, promosi juga berfungsi untuk membentuk jaringan usaha agar menyebarluas, membentuk teman kerja atau kelompok kerja dalam usaha (Laksana, 2019). Adapun media sosial yang menjadi sasaran promosi usaha jasa seventeen voucher adalah *facebook, messenger dan whatsapp business*. Melakukan promosi untuk melihat apakah produk jasa yang dijual unggul atau tidak, menguntungkan atau merugikan. Promosi sangat penting dilakukan agar calon konsumen tertarik melakukan pembelian pada produk jasa yang ditawarkan.

4.3.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan yang diterapkan pada usaha jasa seventeen voucher dapat dibagi menjadi empat yaitu:

- Kualitas pelayanan dalam bentuk fisik (*Tangible*)
Kemampuan usaha seventeen voucher dalam menunjukkan keberadaannya kepada konsumen dan

masyarakat. Yang dimaksud adalah bagian dari sarana dan prasarana yang ada baik dari fisik maupun lingkungan usaha. Bukti fisik dapat diartikan sebagai bentuk atau wujud nyata dari apa yang digunakan seperti pelayanan baik yang diberikan kepada konsumen, sehingga konsumen puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan ini sendiri menjadi bentuk penilaian dalam menentukan pengembangan usaha yang dijalankan.

- Kualitas pelayanan dalam bentuk kehandalan (*reliability*)
Yaitu kemampuan usaha seventeen voucher dalam memberikan pelayanan kepada konsumen ketika melakukan pembelian bagian dari apa yang telah menjadi *Standart Operating Procedure* (SOP). Kinerja harus sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan seperti bentuk pelayanan.
- Kualitas dalam bentuk ketanggapan (*responsiveness*)
Suatu tanggapan kepada konsumen ketika melakukan pembelian yaitu merespon pesanan konsumen dengan cepat agar konsumen tidak merasa kecewa dengan pelayanan yang diberikan, ini juga dapat merugikan pemilik jika terlambat merespon konsumen, akan lebih baik jika pemilik cekatan dalam merespon karena akan meningkatkan relasi dan pendapatan. Selain itu, jika mendapatkan konsumen yang cerewet berikan respon yang mudah untuk dimengerti oleh konsumen, apabila memberikan tanggapan yang tidak baik maka konsumen juga akan merasa kecewa atau tidak puas dengan kualitas pelayanan.
- Kualitas pelayanan dalam bentuk jaminan (*Assurance*)
Merupakan kualitas pelayanan yang diberikan kepada semua konsumen seventeen voucher ketika melakukan pembelian atau transaksi gagal atas kesalahan pemilik usaha maka akan memberikan jaminan mengembalikan uang atau diganti dengan pengisian ulang. Akan tetapi apabila kesalahan itu ditanggung oleh konsumen maka konsumen sendiri yang akan mengganti rugi (Putranusa, 2019)

4.3.3 Harga

Penetapan harga merupakan bagian paling penting dalam usaha, harga sendiri sebagai nilai tukar untuk melakukan pembelian guna memuaskan keinginan konsumen (Zulkarnaen, 2018). Harga juga sebagai penentu usaha akan berkembang atau tidaknya. Karena jika harga terlalu mahal konsumen enggan untuk membeli. Jadi harga disesuaikan dengan harga yang ada di pasar. Untuk usaha seventeen voucher sendiri melakukan pengecekan harga di pasar yaitu dengan melakukan observasi untuk melihat harga di pasar kemudian ditetapkan pada usaha seventeen voucher dan disesuaikan dengan lingkungan sekitar sesuai dengan permintaan dan kebutuhan konsumen (Nasution, 2019)

5. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengevaluasi penerapan *Business Model Canvas* pada usaha jasa Seventeen Voucher dan dianalisis menggunakan analisis SWOT untuk melihat kekuatan dan kelemahan pada bisnis ini. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam dengan konsumen untuk menemukan elemen penting dalam pengembangan bisnis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga yang terjangkau, promosi, dan penggunaan media sosial untuk promosi menjadi faktor yang menarik minat konsumen. Kualitas pelayanan, keandalan, responsivitas, dan jaminan juga menjadi faktor penting dalam kepuasan konsumen. Penentuan harga dilakukan dengan mengamati pasar dan menyesuaikan dengan permintaan. *Business Model Canvas* membantu menyederhanakan dan mengkomunikasikan strategi bisnis secara efektif.

Daftar Pustaka

- Apriyanti, D. , S. V. I. , S. Y. D. (2013). Pengkajian Metode Analisis Amonia Dalam Air Dengan Metode Salicylate Test Kit. *Ecolab*, 7(2), 60–70.
- Griffin, R. W. Dan E. R. J. (2018). Bisnis. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 98–107.
- Hakim, L. N. (2013). Ulasan Metodologi Kualitatif: Wawancara Terhadap Elit. *Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 4(2), 165–172.
- Kasemin, H. K. (2016). *Agresi Perkembangan Teknologi Informasi*. Prenada Media.
- Laksana. (2019). Promosi. *Bina Sarana Informatika*, 1(16), 8–11. https://Repository.Bsi.Ac.Id/Index.Php/Unduh/Item/243964/File_10-Bab-Ii-Landasan-Teori.Pdf
- Machfoedz, M. (2020). *Modul Pertemuan 1 Ruang Lingkup Bisnis*. https://Lms-Paralel.Esaunggul.Ac.Id/Pluginfile.Php?File=/445233/Mod_Resource/Content/29/Modul+Pertemuan+1+Pengantar+Bisnis.Pdf
- Nasution, Amri. M. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt.Dyza Sejahtera Medan. *Warta*, 1(18), 1829–7463.
- Putranusa, G. D. (2019). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Empiris Pada Coffee Toffee Magelang) Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Magelang 2019*. http://Eprintslib.Ummgl.Ac.Id/961/1/15.0101.0105_Bab%20i_Bab%20ii_Bab%20iii_Bab%20v_Daftar%20pustaka.Pdf
- Ratnawati, S. (2020). Analisis Swot Dalam Menentukan Strategi Pemasaran (Studi Kasus Di Kantor Pos

- Kota Magelang 56100). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 58–70.
- Rifa'i, Y. (2017). *Pengertian Data Dan Pengolahan Data*. Poltektegal. File:///C:/Users/Acer/Downloads/Bab%20iii%20yusuf%20rifa'i.Pdf
- Siregar, Z. H. , F. S. E. (2016). Analisis Model Bisnis Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Terhadap Usaha Mikro Agribisnis Keramat Bey Berry Ciwidey. *Eproceedings Of Management*, 3(1).
- Sukarno, R. B. H. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Manova*, 1v(2), 51–61.
- Yaniz, F. (2020). Strategi Komunikasi Bisnis Online Shop“Shoppe”Dalam Meningkatkan Penjualan. *Abiwara*, 1(2), 45–53. <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/abiwara/article/viewfile/792/439>
- Zainal. (2016). *Pengertian Bisnis Menurut Para Ahli*. <https://kangtofa.wordpress.com/2016/02/10/pengertian-bisnis-menurut-para-ahli/>
- Zulkarnaen, W. , A. N. N. (2018). Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mea (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106–128.