

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS DAN PENGEMBANGAN PASAR TAPIS LAMPUNG DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS

Oleh :

Fajar Wahyudi

Persaingan yang ketat dalam industri ekonomi kreatif tapis dengan seluruh pesaingnya baik dari segi usaha sejenis kain-kain tradisional maupun dari industri fashion menuntut kinerja manajemen profesional serta pengetahuan penuh atas usahanya guna mengevaluasi serta menentukan strategi bersaing di era globalisasi ini. UMKM-UMKM baik yang baru berkembang maupun sudah lama ini perlu pengetahuan strategi bisnis dan pengembangan pasar yang lebih baik. Penelitian ini

bertujuan untuk mengetahui rancangan model usaha baru sebagai bentuk strategi pengembangan pasar pada Tapis Lampung dengan pendekatan *business model canvas (BMC)*. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara sedangkan perumusan strategi dengan melakukan pembagian kuesioner kemudian analisisnya menggunakan *Business Model Canvas* yang setiap *building block* juga dianalisis dengan Matrik IFE & EFE, Matrik IE, Matrik SWOT dan *Blue Ocean Strategy* yang digabungkan dengan *Business Model Canvas*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis dan posisi pasar dari Tapis Lampung saat ini adalah pada tahap posisi mempertahankan dan memelihara (*Hold and Maintain*) ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas* yang dianalisis dengan Matriks IFE dan matriks EFE menghasilkan Matriks IE pada perusahaan Tapis Lampung terletak pada kuadran V, alternatif strategi yang tepat digunakan pada kuadran ini adalah Strategi penetrasi pasar dan pengembangan produk. Hasil analisis Matriks SWOT dan *Blue Ocean strategy* adalah Tapis Lampung harus terus berinovasi dan menjaga kualitas pada produk-produknya serta lebih jeli dalam membaca pergerakan pasar dan penempatan produknya serta dapat memaksimalkan penggunaan fasilitas delivery order, memaksimalkan digitalisasi market sebagai media informasi dan penyimpanan informasi, branding usaha serta aktivitas promosi dan juga pemanfaatan sosial media dalam menciptakan hubungan baik dengan pelanggan secara berkelanjutan,

membentuk team khusus marketing produk pada aktivitas kunci yang melibatkan digitalisasi marketing, mengadakan fasilitas membership card serta penempatan dan peningkatan SDM yang kompeten.

Kata kunci : *Marketing Development, Strategic Business, Business Model Canvas, Matriks IFE, Matriks EFE, Matrik IE, Matriks SWOT, Blue Ocean Strategy, Tapis Lampung*

ABSTRACT

STRATEGIC BUSINESS AND MARKETING DEVELOPMENT OF TAPIS LAMPUNG WITH BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH

**By:
Fajar Wahyudi**

Tight competition in the creative economy industry but with all its competitors both in terms of business like traditional fabrics and from the fashion industry requires professional management performance and full knowledge of its efforts to evaluate and determine competitive strategies in this globalization era. MSMEs, both newly developing and long-term, need better knowledge of business strategies and market development. This research

aims to find out the design of new business models as a form of strategy market development in Tapis Lampung with a business model canvas (BMC) approach. This study uses qualitative methods by conducting interviews while formulating strategies by distributing questionnaires and then analyzing it using Business Model Canvas where each building block is also analyzed with IFE & EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix and Blue Ocean Strategy combined with Business Model Canvas

The results showed that the description of the business model and market position of Tapis Lampung at this time was in the position of maintaining and maintaining (Hold and Maintain) in terms of aspects of the Business Model Canvas analyzed by the IFE Matrix and the EFE matrix produced an IE Matrix in the Jaya Bakery company lies in quadrant V, the right alternative strategy used in this quadrant is the market penetration strategy and product development. The results of the SWOT matrix analysis and the Blue Ocean strategy are Tapis Lampung must continue to innovate and maintain the quality of its products and be more observant in reading market movements and product placement and can maximize the use of delivery order facilities, maximize market digitalization as a medium of information and information storage, branding business and promotional activities and also the use of social media in creating good relationships with customers on an ongoing basis, forming a special team of marketing products in key activities that involve marketing digitalization, holding membership card facilities and competent placement and enhancement of HR.

Keywords : Marketing Development, Strategic Business, Business Model Canvas, IFE Matrix, EFE Matrix, IE Matrix, SWOT Matrix, Blue Ocean Strategy, Tapis Lampung