

ABSTRAK

Toyyibah 2024, Analisis Pengembangan Bisnis Melalui Bussiness Model Canvas Pada Franchise Martabak Hawaii Kabupaten Sampang, Tesis Ekonomi Syariah (ES) Program Magister (S2), Pascasarjana Institut Agama Islam Negeri Madura, Pembimbing Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM, Dr. Sakinah, M.E.I

Kata Kunci: *Pengembangan Bisnis, Bussiness Model Canvas*

Persaingan di dunia usaha semakin ketat, mendorong perlunya pengembangan usaha dengan strategi baru untuk bersaing dan bertahan. Pengembangan usaha memerlukan pemahaman tentang teknologi, pasar, dan model bisnis yang tepat. Dalam bisnis, strategi menjadi kata kunci karena strategi adalah salah satu elemen paling penting dalam pengembangan bisnis agar bisnis mampu bertahan dan berkompetisi. Model bisnis seperti Business Model Canvas (BMC) menjadi alat penting dalam merumuskan strategi bisnis yang efektif. Martabak Hawaii adalah contoh usaha yang sukses dengan strategi pemasaran yang menarik dan kualitas produk yang unggul. Untuk mengoptimalkan pendapatan dan daya saing yang lebih baik, peneliti melakukan penelitian lebih lanjut tentang Martabak Hawaii dengan menggunakan BMC sebagai alat analisis model bisnis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan, memaparkan, mencatat, menganalisa kondisi yang ada dan sedang terjadi. Dilihat dari jenisnya ini termasuk penelitian lapangan (*field research*). *Field research* digunakan dengan cara menggali data yang bersumber dari lokasi atau penelitian lapangan. Yaitu penelitian yang dilakukan di lapangan dalam kancah yang sebenarnya

Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa *franchise* Martabak Hawaii Sampang telah menerapkan strategi pemasaran, pengembangan produk, penetapan harga, promosi, dan pelayanan pelanggan yang terintegrasi. Hasil yang keuda menunjukkan *Business Model Canvas* pada pengembangan usaha franchise Martabak Hawaii di Sampang adalah bahwa model bisnis tersebut mencakup *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya). Sedangkan hasil yang ketiga menunjukkan bahwa faktor internal pada bisnis ini memiliki kekuatan diversifikasi pelanggan, kualitas premium, jaringan luas, dan promo rutin. Namun kelemahannya yaitu keterbatasan produk dan ketergantungan pada martabak, serta kendala infrastruktur sewa dan kontrol biaya yang tidak efisien. Sedangkan faktor eksternal mempunyai peluang kerjasama dengan pemerintah dan pengembangan *franchise*. Namun acamannya persaingan dengan produk sejenis dan ketergantungan pada media sosial. Dengan memahami dan mengimplementasikan elemen-elemen kesembilan dengan dibantu analisis SWOT dengan baik, *franchise* Martabak Hawaii dapat meningkatkan profitabilitas dan pertumbuhan bisnisnya.

ABSTRACT

Toyyibah 2024, Analysis of Business Development Through Business Model Canvas in the Martabak Hawaii Franchise in Sampang Regency, Thesis, Islamic Economics (ES), Postgraduate Program (S2) IAIN Madura, Supervisor Dr. H. Rudy Haryanto, SST. MM, Dr. Sakinah, M.E.I

Keywords: Business Development, Business Model Canvas

Competition in the business world is increasingly fierce, encouraging the need for business development with new strategies to compete and survive. Business development requires an understanding of technology, markets, and the right business model. Business models, such as the Business Model Canvas (BMC), are important tools in formulating effective business strategies. Martabak Hawaii is an example of a successful business with an attractive marketing strategy and superior product quality. To optimize revenue and compete better, further research on Martabak Hawaii using BMC as a business model analysis tool is an interesting thing to do.

This research uses a descriptive qualitative approach, namely, research that describes and aims to obtain a complete picture (descriptive) of something that is being studied. This research aims to describe, explain, record, analyze the conditions that exist and are happening. Dilibat of this type includes field research (ield research). Field research is used by exploring data sourced from locations or field research. That is, research conducted in the field in the actual scene.

The results showed that the development strategies of franchise businesses such as Martabak Hawaii in Sampang, include marketing, product development, pricing, promotion, and customer service. Martabak Hawaii has used various strategies, such as innovative menu development and employee training, to maintain and increase market share. The Business Model Canvas analysis shows that Martabak Hawaii's business model includes marketing strategy, unique value proportion, distribution channels, customer relationships, revenue sources, key resources, key activities, and cost structure. By understanding and implementing these elements well, Martabak Hawaii can increase its profitability and business growth. SWOT analysis provides an overview of the internal and external conditions of the business, and assists in identifying strategies to maximize strengths and opportunities, and address weaknesses and threats. This research is in line with the Business Model Canvas (BMC) approach and SWOT analysis in updating the business model of micro and small enterprises.

ملخص البحث

طيبة ٢٠٢٤، تحليل تطوير الأعمال من خلال قماش نموذج الأعمال في امتياز منطقة سامبانج مارتاباك هاواي ، برنامج الماجستير في أطروحة الاقتصاد الشرعي) الدراسات العليا في معهد مادورا الإسلامي الحكومي، المشرف د. إتش. رودى هاريانتو، مم. د. سكينه، مي

الكلمات المفتاحية: تطوير الأعمال، قماش نموذج الأعمال

وتشند المنافسة في الشركات، مما يدفع إلى الحاجة إلى تطوير المشاريع باستراتيجيات جديدة للمنافسة والبقاء. يتطلب تطوير المؤسسات فهم التقنيات والأسواق ونماذج الأعمال الصحيحة. أصبحت نماذج الأعمال، مثل لوحة نموذج الأعمال ، أداة مهمة في صياغة استراتيجيات الأعمال الفعالة. مارتاباك هاواي هو مثال على مشروع ناجح مع استراتيجية تسويق جذابة وجودة منتج فائقة. لتحسين الإيرادات والمنافسة بشكل أفضل، يعد إجراء المزيد من الأبحاث حول مارتاباك هاواي باستخدام كأداة لتحليل نماذج الأعمال أمراً مثيراً للاهتمام.

يستخدم هذا البحث منهجاً نوعياً وصفيًا، وهو البحث التوضيحي الذي يهدف إلى الحصول على صورة كاملة (وصفية) لشيء قيد البحث. يهدف هذا البحث إلى وصف وشرح وتسجيل وتحليل الظروف الحالية والحالية. انطلاقاً من هذا النوع، فإنه يشمل البحث الميداني (البحث الميداني). يتم استخدام البحث الميداني عن طريق استخراج البيانات من المواقع أو البحث الميداني. وهي البحوث التي أجريت في هذا المجال في الساحة الحقيقية

تظهر نتائج البحث أن استراتيجيات تطوير أعمال الامتياز مثل مارتاباك هاواي في سامبانج، تشمل التسويق وتطوير المنتجات والتسعير والعروض الترويجية وخدمة العملاء. استخدمت مارتاباك هاواي استراتيجيات مختلفة، مثل تطوير القائمة المبتكرة وتدريب الموظفين، للحفاظ على حصتها في السوق وزيادتها. يوضح تحليل الأعمال التجارية نموذج قماش أن نموذج أعمال مارتاباك هاواي يتضمن استراتيجية التسويق ونسب القيمة الفريدة وقنوات التوزيع وعلاقات العملاء ومصادر الإيرادات والموارد الرئيسية والأنشطة الرئيسية وهيكل التكلفة. من خلال فهم وتنفيذ هذه العناصر بشكل جيد، يمكن لمارتاباك هاواي زيادة ربحية ونمو أعمالها. يوفر تحليل نظرة عامة على الظروف الداخلية والخارجية للعمل، ويساعد في تحديد الاستراتيجيات لتحقيق أقصى قدر من نقاط القوة والفرص، وكذلك التغلب على نقاط الضعف والتحديات. يتماشى هذا البحث مع نهج الأعمال التجارية نموذج قماش وتحليل في تحديث نموذج الأعمال الصغيرة ومتناهية الصغر.