



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**PENGEMBANGAN BISNIS KULINER DENGAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*, SWOT, DAN
SMART GOALS (STUDI PADA UMKM LAKUTENAN)**



PINGGI LARESTI

NIM: 2205421076

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**Skripsi yang Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Administrasi Bisnis**

**PROGRAM STUDI D4 ADMINISTRASI BISNIS TERAPAN
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

2026



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

PINGGI LARESTI. Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan *Business Model Canvas*, SWOT, dan SMART Goals (Studi pada UMKM Lakutenan). Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta 2026

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis eksisting, menentukan posisi strategis melalui analisis SWOT, merumuskan tujuan pengembangan bisnis dengan *framework* SMART Goals, serta menyusun pembaruan *Business Model Canvas* (BMC) pada UMKM Lakutenan di Kecamatan Cimanggis, Kota Depok. Integrasi ini digunakan sebagai kerangka komprehensif untuk menganalisis dan mengembangkan model bisnis usaha tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur terhadap tujuh informan (pemilik, karyawan, dan pelanggan), observasi fisik dan digital, *focus group discussion* (FGD), serta studi dokumen. Data dianalisis menggunakan NVivo 15 melalui koding melalui triangulasi sumber dan teknik. Hasil analisis menunjukkan bahwa BMC eksisting unggul pada ketersediaan produk, kualitas bahan baku premium, dan pelayanan personal yang kuat, namun terkendala pada pencatatan transaksi manual, keterbatasan aset fisik, konten pemasaran digital yang belum konsisten, dan SDM yang terpusat pada pemilik. Berdasarkan skor IFAS (2,08) dan EFAS (1,17) pada analisis SWOT, UMKM Lakutenan berada pada Kuadran I dengan Strategi SO (*strength-opportunity*) yang menunjukkan posisi pertumbuhan agresif. SMART Goals menghasilkan empat tujuan yang dilaksanakan secara paralel, mendahulukan penguatan internal melalui aset fisik, operasional dan sistem digital, serta optimalisasi pemasaran dan *branding*, sebelum memperluas jaringan kemitraan. Hal ini ditujukan agar UMKM Lakutenan lebih siap dalam memperluas pasar dan memenuhi permintaan baru. Keempat tujuan tersebut menjadi dasar penyusunan BMC baru yang *applicable* sesuai kapasitas riil untuk mendukung keberlanjutan dan skalabilitas bisnis.

Kata kunci: Analisis SWOT, *Business Model Canvas*, Pengembangan Bisnis, SMART Goals, UMKM Bakery.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

PINGGI LARESTI. *Business Development Using the Business Model Canvas, SWOT, and SMART Goals Approach (A Case Study on Lakutenan MSME).* Department of Business Administration Jakarta State Polytechnic 2026.

This study aims to identify the existing business model, determine the strategic position through SWOT analysis, formulate development objectives using the SMART Goals framework, and design an updated Business Model Canvas (BMC) for the Lakutenan MSME in Cimanggis, Depok. This integration serves as a comprehensive framework to analyze and develop the business model. Using a descriptive qualitative case study approach, data were collected through semi-structured interviews with seven informants (owner, employees, and customers), physical and digital observations, focus group discussions (FGD), and document studies. Data were analyzed using NVivo 15 through coding and as well as source and technical triangulation. The results show that the existing BMC excels in product availability, premium raw materials, and strong personalized service, but faces constraints in manual transactions, limited physical assets, inconsistent digital marketing content, and owner-centralized human resources. Based on the IFAS (2.08) and EFAS (1.17) scores in the SWOT analysis, Lakutenan MSME occupies Quadrant I with an SO (Strength-Opportunity) Strategy, indicating aggressive growth. The SMART Goals generated four objectives executed in parallel, prioritizing internal reinforcement through physical assets, operational and digital systems, marketing and branding optimization before expanding partnerships. This is intended to ensure that Lakutenan MSME is better prepared to expand its market and fulfill new demands. These objectives subsequently form the foundation for a new, applicable BMC that aligns with real business capacity to support long-term sustainability and scalability.

Keywords: SWOT Analysis, Business Model Canvas, Business Development, SMART Goals, Bakery MSME



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengembangan Bisnis Kuliner dengan Pendekatan *Business Model Canvas*, SWOT, dan SMART Goals (Studi pada UMKM Lakutenan).” Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Terapan (S.Tr) pada Program Studi Administrasi Bisnis Terapan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan skripsi ini terdapat partisipasi yang terlibat, dukungan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsu Rizal, SE, MM selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Wahyudi Utomo, S.Sos., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta.
3. Yanita Ella Nilla Chandra, S.A.B., M.Si selaku Kepala Program Studi Administrasi Bisnis Terapan serta selaku dosen pembimbing satu, atas segala bimbingan, arahan dan ilmu yang diberikan dalam penyusunan skripsi penulis.
4. Titik Purwinarti, S.Sos, M.Pd selaku dosen pembimbing dua, atas segala arahan dan bimbingan dalam penyelarasan kepenulisan skripsi penulis.
5. Seluruh dosen Program Studi Administrasi Bisnis Terapan yang telah memberikan ilmu sehingga dapat diterapkan dalam pengerjaan skripsi.
6. Nanik Widayanti selaku pemilik dari UMKM Lakutenan yang telah bersedia untuk berkolaborasi dalam skripsi penulis dan mengajarkan penulis bagaimana perjuangan dalam merintis usaha.
7. Karyawan UMKM Lakutenan yang bersedia membantu dan memberikan dukungan dalam proses penyusunan skripsi penulis.
8. Seluruh informan penelitian yang telah bersedia meluangkan waktu dan tenaga dalam membantu penyusunan skripsi penulis.
9. Orang tua penulis yaitu Wero Sambik dan Partini, serta kedua saudara penulis yaitu Akbar Kukuh dan Tuppo Alfi yang telah memberikan dukungan, motivasi, serta doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10. Teman-teman kuliah penulis yaitu Putri Fiana, Yasmin, Dayu, Salsa, Sahira, Fajar Ayu, Dian, Nindya, Oktavia, Vindy, Nanda, Arikah, Neyla, Ajeng, Inaya, Nurhasanah, Sekar, Dwi, Zhahrotun, Azhim, Aby, Alfian, dan Verdy yang telah memberikan dukungan dan bantuan selama proses penyusunan skripsi.
11. Teman-teman program studi Administrasi Bisnis Terapan Angkatan 2022 yang hadir dalam perjalanan perkuliahan penulis dengan saling membantu dan menyemangati sejak awal perkuliahan.
12. Teman-teman UKM Mars Project yang memberikan motivasi dan membantu penulis selama berkuliah maupun saat menyusun skripsi.
13. Serta seluruh pihak yang mewarnai perjalanan perkuliahan penulis tetapi tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pembaca.

Depok, 03 Juli 2026
Penulis

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Pinggi Laresti
NIM 2205421076



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Pokok-Pokok Permasalahan.....	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II LANDASAN TEORI	11
2.1 Kerangka Teori	11
2.1.1 UMKM.....	11
2.1.2 Bisnis	12
2.1.3 Bisnis Kuliner	12
2.1.4 Pengembangan Bisnis	13
2.1.5 <i>Business Model Canvas</i>	13
2.1.3 Manajemen Strategi	25
2.1.5 Analisis SWOT	26
2.1.5 SMART Goals	31
2.2 Hasil Penelitian yang Relevan	34
2.2.1 Penelitian Terdahulu	34
2.3 Deskripsi Konseptual	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	42



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1.1 Waktu Penelitian.....	42
3.1.2 Tempat Penelitian	42
3.2 Kerangka Penelitian	43
3.3 Metode Penelitian	45
3.4 Fokus Penelitian.....	45
3.5 Informan Penelitian	46
3.6 Jenis dan Sumber Data.....	47
3.7 Teknik Pengumpulan dan Keabsahan Data.....	48
3.8 Instrumen Penelitian.....	50
3.9 Analisis Data	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	52
4.1 Rekapitulasi Informan Penelitian	52
4.1.1 Profil Informan	52
4.2 Hasil Analisis Data	53
4.2.1 Identifikasi <i>Business Model Canvas</i> Eksisting.....	53
4.2.2 Analisis SWOT	111
4.2.3 Analisis <i>SMART Goals</i>	135
4.3 Pembahasan.....	148
4.3.1 <i>Business Model Canvas</i> baru	148
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	155
5.1 Kesimpulan.....	155
5.2 Saran	157
DAFTAR PUSTAKA	159
DAFTAR LAMPIRAN	164
Lampiran 1. Pedoman Wawancara	164
Lampiran 2. Catatan Observasi	170
Lampiran 3. Kuesioner SWOT.....	184
Lampiran 4. <i>Focus Group Discussion</i>	186
Lampiran 5. <i>Informed Consent</i>	187
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	188

Hak Cipta :

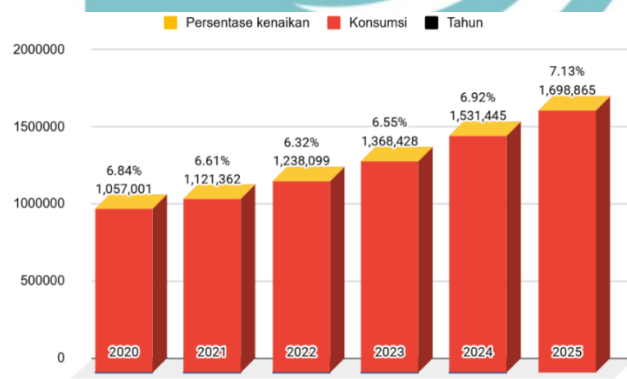
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu usaha yang bergerak di bidang kuliner kota Depok adalah UMKM Lakutenan. Jenis usaha UMKM Lakutenan adalah *bakery* yang berfokus pada pengolahan roti dan kue yakni donat, *custom cake*, *bento cake*, *hampers*, *snack*, serta produk minuman kemasan. Produk UMKM Lakutenan menjawab kebutuhan akan makanan manis yang dapat dipersonalisasi sesuai permintaan, seperti *bento cake* dengan *desain* khusus maupun *hampers* yang kini berkembang dari tradisi musiman menjadi bagian dari strategi komunikasi dan *personal branding*.

Merujuk pada Statistik Ekonomi dan Keuangan Indonesia yang diterbitkan oleh Bank Indonesia dan disusun oleh Saputra (2026) terkait dengan kontribusi industri makanan-minuman terhadap PDB nasional adalah sebagai berikut pada gambar 1.1:



Gambar 1. 1 Grafik Kontribusi Industri Makanan-Minuman terhadap PDB Nasional

Sumber: Penulis, data diolah 2026

Gambar 1.1 di atas adalah grafik yang menunjukkan bahwa kontribusi sektor makanan-minuman terus mengalami pertumbuhan dan memiliki peran terhadap pendapatan negara. Merujuk pada Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (2026) mencatat jumlah usaha penyediaan makanan-minuman secara nasional pada tahun 2024 sebanyak 5,28 juta usaha, meningkat sebesar 8,71% dibandingkan tahun 2023 yang berjumlah 4,85 juta usaha. Badan Pusat Statistik Indonesia (2025:29) menyatakan bahwa Jawa Barat adalah provinsi dengan jumlah usaha penyediaan



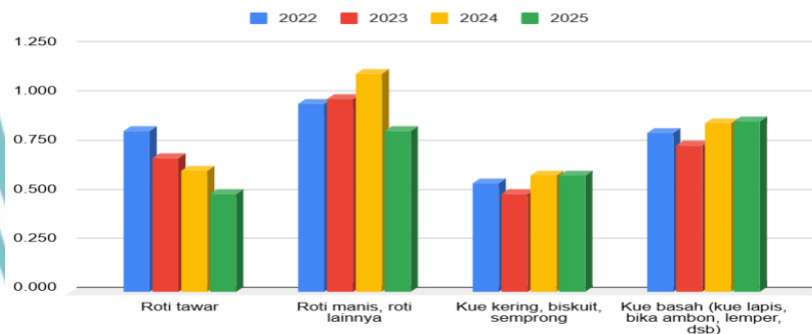
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

makanan-minuman terbanyak yang mencapai 1.231.975 juta atau 23,35% dari total keseluruhan jumlah usaha makanan-minuman di Indonesia

Salah satu kota di Provinsi Jawa Barat yang juga mengalami peningkatan adalah Kota Depok. Badan Pusat Statistik Kota Depok (2026a) mengungkapkan jika usaha makanan-minuman seperti UMKM Lakutenan di Kota Depok mencapai 59% dari total industri. Didukung data Dinas Koperasi dan UMKM Kota Depok, (2024) menunjukkan bahwa unit usaha UMKM kuliner yang mengikuti pelatihan WUB (Wirausaha Baru) tahun 2024 mencapai 68% dari total usaha binaan atau setara dengan 4.084 unit usaha. Badan Pusat Statistik Kota Depok (2026b) melaporkan jika rata-rata pengeluaran per kapita dalam sebulan untuk makanan-minuman di Kota Depok meningkat dari Rp394.988 pada tahun 2022 menjadi Rp480.654 pada tahun 2025.

Usaha *bakery* di Kota Depok menunjukkan fluktuasi permintaan selama empat tahun terakhir seperti pada gambar 1.2:



Gambar 1. 2 Grafik Rata-rata Konsumsi Perkapita Seminggu Produk Bakery Kota Depok 2025

Sumber: Penulis, data diolah 2026

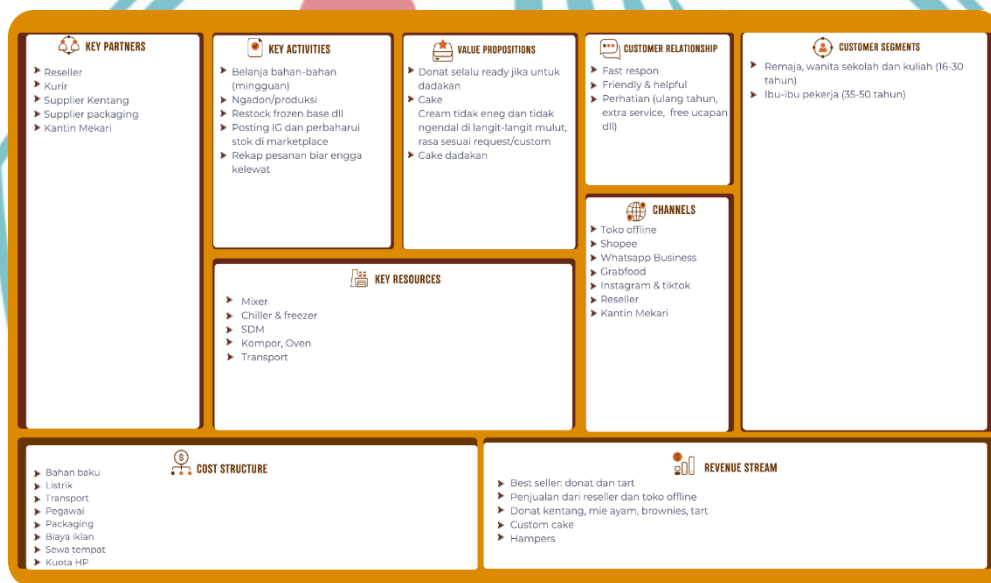
Gambar 1.2 di atas menyajikan data dari Badan Pusat Statistik (2026) mengenai grafik yang menunjukkan adanya pergeseran tren konsumsi produk *bakery* di Kota Depok selama periode 2022- 2025. Konsumsi kue basah dan kue kering cenderung meningkat, sedangkan roti tawar menurun dan roti manis mengalami fluktuasi. Kondisi tersebut mengindikasikan perubahan preferensi konsumen sekaligus sebagai peluang bagi UMKM Lakutenan dengan produk unggulan donat dan kue untuk terus beradaptasi dan menyusun strategi pengembangan bisnis yang tepat.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Salah satu cara menyusun strategi pengembangan bisnis adalah dengan mendapatkan model bisnis yang paling sesuai (fit) dengan kondisi eksisting usaha. Merujuk pada Osterwalder & Pigneur (2010:14-15) mengungkapkan bahwa pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) digunakan sebagai *blueprint* strategi yang akan diimplementasikan melalui struktur organisasi, proses, dan sistem. Terdiri atas sembilan blok bagian yang saling berkaitan dalam menjalankan model bisnis. Berikut adalah *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh UMKM Lakutenan pada gambar 1.3:



Gambar 1.3 Business Model Canvas yang dimiliki oleh UMKM Lakutenan

Sumber: Penulis, data diolah 2026

Gambar 1.3 adalah *Business Model Canvas* yang pernah dibuat oleh UMKM Lakutenan sebagai perencanaan bisnisnya. Akan tetapi, masih terdapat kesenjangan antara model bisnis yang direncanakan dengan kondisi aktual usaha yang menunjukkan urgensi evaluasi dan pengembangan model bisnis yang lebih sesuai. Sebagaimana Osterwalder & Pigneur (2010:210) yang mengatakan jika model bisnis yang kompetitif saat ini dapat menjadi ketinggalan zaman dimasa mendatang, sehingga dibutuhkan pemahaman yang berkelanjutan terhadap lingkungan bisnis dan mengembangkan hipotesis tentang masa depan sebagai panduan untuk merancang model bisnis yang relevan. Sejalan dengan Blank dalam Better Organisations (2020) yang menegaskan bahwa “*no business plan survives the first contact with customer.*” Tidak ada rencana bisnis yang bertahan setelah pertama



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kali berhadapan dengan pelanggan. Dengan demikian, evaluasi *Business Model Canvas* UMKM Lakutenan menjadi penting untuk mendapatkan pedoman perencanaan pengembangan yang sesuai dengan kondisi di lapangan.

Blok pertama adalah segmentasi pelanggan (*customer segment*), deskripsi pelanggan masih secara umum dan terbatas pada usia, jenis kelamin, dan pekerjaan tanpa menggambarkan kebutuhan dan perilaku pelanggan. Selain itu, jangkauan pasar 81% berasal dari satu kecamatan dengan *market share* sebesar 0,5% dan pencapaian sebesar 33% dari persentase pertumbuhan penduduk di Kota Depok tahun 2024 (Badan Pusat Statistik Kota Depok, 2025:42). Permasalahan ini turut ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni dkk. (2025) menyebutkan bahwa jangkauan pasar UMKM V- Fie *Bakery* hanya mewakili 36% wilayah Kabupaten Bangkalan atau hanya dua dari 18 kecamatan. Selain itu, Hambali & Andarini (2021) di Piring Seng Coffee & Co dan Juwita dkk. (2024) di UMKM kuliner Kota Bogor mengungkapkan bahwa pengelompokan segmentasi pelanggan masih bersifat umum sehingga *value*, pelayanan, dan promosi belum optimal.

Blok kedua adalah proposisi nilai (*value proposition*). Berdasarkan wawancara menunjukkan penyampaian nilai yang belum dikomunikasikan secara aktif di media sosial menimbulkan persepsi harga mahal. Kendala ini turut ditemui pada Hambali & Andarini (2021) yang menyebutkan jika penyampaian nilai kurang konsisten di mana terbatasnya SDM sehingga kegiatan penyampaian tersebut tidak dilakukan dengan maksimal. Selain itu, salah satu nilai yang direncanakan berupa layanan *cake* dadakan hanya dapat dilayani ketika pemilik sedang berada di toko dan memiliki waktu luang yang cukup untuk menambah pesanan sebab seluruh pesanan *custom cake* hanya dikerjakan oleh pemilik.

Blok ketiga adalah saluran distribusi (*channels*), meskipun UMKM Lakutenan memiliki saluran distribusi melalui toko *offline*, WhatsApp Business, *marketplace* (ShopeeFood, toko Shopee, dan Grab), media sosial (Instagram/TikTok). Akan tetapi, pengelolaan konten pemasaran diberbagai *media* di atas belum konsisten dan pembaruan stok di *marketplace* belum terjadwal rutin, menyebabkan *channel* digital belum optimal dalam mengonversi pelanggan baru.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Temuan ini sejalan dengan Rahayu dkk. (2022) menemukan promosi dan distribusi yang belum optimal membatasi konversi pelanggan. Selain itu, Haya dkk. (2025) mengungkapkan bahwa pemanfaatan media sosial yang kurang interaktif tanpa sistem pemesanan digital dapat memperkecil jangkauan pasar.

Blok keempat adalah hubungan pelanggan (*customer relationship*). Pengelolaan *customer database* saat ini masih tersimpan secara manual di dalam obrolan WhatsApp Business dan buku tulis. Akibatnya, berdampak pada belum adanya program loyalitas seperti member dengan *reward* ataupun program loyalitas lainnya yang terdata dan dapat digunakan sebagai *data driven*. Sejalan dengan Anggraeni dkk. (2025) yang mengandalkan rekomendasi mulut ke mulut tetapi belum memiliki program loyalitas untuk menjaga pelanggan loyal tersebut. Setiyowati dkk. (2025) mengungkapkan bahwa minimnya program loyalitas dan *feedback* pelanggan menjadi kendala dalam menjaga hubungan dengan pelanggan.

Blok kelima adalah arus pendapatan (*revenue streams*). Pendapatan dominan saat ini berasal dari toko *offline* dan WhatsApp Business sementara *channels digital* lainnya belum berkontribusi signifikan. Hal ini sejalan dengan Setiyowati dkk. (2025) yang mengemukakan adanya ketergantungan pada satu produk saja. Sejalan dengan Rahayu dkk. (2022) yang menyebutkan bahwa pendapatan UMKM Nasi Goreng Miroso hanya berasal dari penjualan langsung.

Blok keenam adalah sumber daya utama (*key resources*). Pemilik menyampaikan bahwa tujuan jangka panjang dengan membuka cabang ketika usaha “sudah besar” belum dipecah menjadi target *terukur* yang lebih kecil. Pembagian fokus kerja SDM yang terpusat di pemilik serta dominan di produksi mengurangi waktu untuk operasional lainnya, ditambah dengan fasilitas penyimpanan *showcase chiller* yang digunakan untuk bahan baku dan produk jadi turut memengaruhi optimalisasi stok. Permasalahan ini sejalan dengan Yudha dkk. (2023) yang mengungkapkan keterbatasan SDM pada taraf manajemen dalam pembagian fokus kerja antara tim manajemen dan operasional yang belum berjalan sesuai tanggung jawab masing-masing. Selain itu, Setiyowati dkk. (2025) mengungkapkan keterbatasan investasi pada fasilitas pengolahan modern turut menghambat produktivitas usaha.

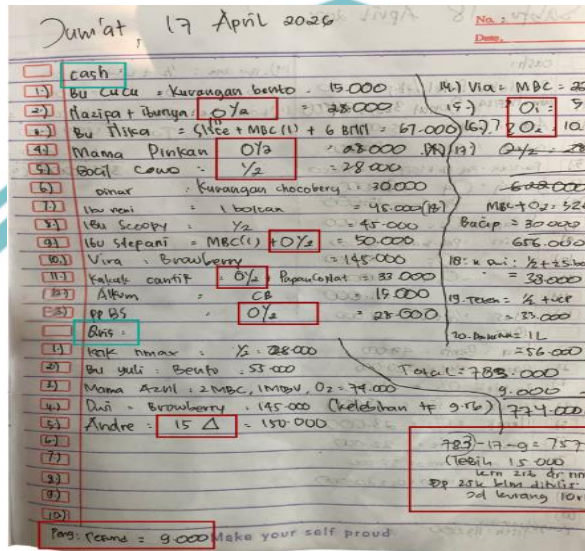


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Blok ketujuh adalah aktivitas utama (*key activities*). Kegiatan pencatatan transaksi dilakukan secara manual menggunakan buku tulis dan belum terstandarisasi seperti gambar 1.3 berikut:



Gambar 1. 4 Pencatatan Transaksi Penjualan Manual di Buku Tulis

Sumber: Pemilik UMKM Lakutenan, 2026

Sistem pencatatan manual menyebabkan ketidakakuratan data seperti selisih kas masuk dan jumlah produk terjual, serta belum mampu untuk merangkum penjualan per kategori untuk mendukung laporan keuangan formal dan dapat mengakibatkan inefisiensi pengelolaan transaksi serta keuangan. Permasalahan tersebut sejalan dengan Auliansyah (2024) yang menemukan UMKM Gethuk Bu Nur masih menggunakan pencatatan manual tanpa pengelolaan keuangan terstruktur. Selain itu, Pembaruan konten media sosial dan stok *marketplace* UMKM Lakutenan juga belum konsisten dilakukan. Penelitian Anggraeni dkk. (2025) dan Haya dkk. (2025) turut menemukan jika kegiatan promosi sebagai bagian aktivitas utama, belum dilakukan dengan konsisten.

Blok kedelapan adalah kemitraan utama (*key partnership*), tantangan UMKM Lakutenan adalah bagaimana menjalin kerja sama dengan unit bisnis lain seperti kafe atau *coffee shop* sebagai *supplier* kue-kue manis sehingga dapat memperluas kemitraan dan menambah model pendapatan. Setiyowati dkk. (2025) juga menyebutkan tantangan yang serupa bahwa industri Pindang hanya mengandalkan komunitas lokal tanpa kerja sama dengan pihak eksternal.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Blok kesembilan adalah struktur biaya (*cost structure*), sebagai usaha manufaktur yang mana kenaikan bahan baku dan biaya tenaga kerja sangat memengaruhi harga jual produk. Kendala ini sejalan dengan Anggraeni dkk. (2025), yang menemukan tingginya biaya tenaga kerja dan operasional menjadi kendala pembiayaan yang harus diperhatikan dalam model bisnis UMKM V-Fie Bakery. Sejalan dengan Setiyowati dkk. (2025) yang juga menyebutkan biaya tenaga kerja dan energi yang tinggi memengaruhi pengelolaan anggaran dan penentuan harga.

Berdasarkan uraian kondisi di atas, pengembangan bisnis Lakutenan dipengaruhi oleh faktor internal dan eksternal. Akmalia dkk. (2025) menyebutkan jika faktor internal mencakup manajemen pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, serta operasional sedangkan faktor eksternal meliputi oleh kondisi pasar, tingkat persaingan, kebijakan pemerintah, serta tren ekonomi. Secara internal, keterbatasan manajemen SDM dan waktu pemilik yang masih dominan di produksi turut menghambat optimalisasi aktivitas pengelolaan *channel* digital. Sementara itu, kebutuhan *upgrade* peralatan *showcase chiller* dan *freezer* menunjukkan perlunya investasi aset fisik sebagai penunjang operasional.

Kondisi tersebut menegaskan perlunya analisis strategis yang terstruktur. Berdasarkan wawancara, pemilik UMKM Lakutenan belum pernah menyusun analisis lingkungan maupun evaluasi model bisnis secara berkelanjutan. Oleh karena itu, pendekatan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT menjadi pendekatan yang relevan untuk mengevaluasi kondisi usaha secara menyeluruh. Auliansyah (2024) pada UMKM Gethuk Bu Nur mengevaluasi dan mengembangkan strategi model bisnis melalui integrasi *Business Model Canvas* dan analisis SWOT. Rekomendasi strategis berdasarkan pemetaan kuadran SWOT selanjutnya menjadi dasar penyusunan tujuan pengembangan bisnis melalui pendekatan *SMART Goals*. Merujuk pada penelitian terdahulu yang dilakukan Prasetyo (2024) melalui *workshop* kepada pemilik UMKM Kuliner Ngabotram, *framework SMART Goals* membantu pemilik usaha menentukan tujuan yang spesifik, terukur, realistis dalam waktu efisien demi meningkatkan profit usaha secara optimal.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini dibatasi pada analisis pengembangan bisnis UMKM Lakutenan berdasarkan sembilan blok *Business Model Canvas* (BMC). Dilanjutkan dengan analisis SWOT untuk mengetahui posisi strategi dan menghasilkan alternatif strategi yang digunakan untuk penyusunan tujuan bisnis yang terukur melalui *SMART Goals* sebagai dasar penyusunan *Business Model Canvas* yang baru. baru. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan antara model bisnis dan kendala yang ada melalui integrasi ketiga pendekatan tersebut. Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat topik penelitian mengenai “*Pengembangan Bisnis Kuliner dengan Pendekatan Business Model Canvas, SWOT, dan SMART GOALS (Studi pada UMKM Lakutenan).*”

1.2 Pokok-Pokok Permasalahan

Adapun pokok-pokok permasalahan pada penelitian ini sebagai berikut:

- a. UMKM Lakutenan belum melakukan analisis mendalam terhadap sembilan blok *Business Model Canvas* yang telah dimilikinya, sehingga terdapat kesenjangan antara model bisnis yang direncanakan dengan kondisi aktual usaha yang menghambat operasional dan belum optimalnya pengembangan bisnis.
- b. Segmentasi pelanggan masih bersifat umum dan belum menggambarkan kebutuhan serta perilaku konsumen secara mendalam, sehingga jangkauan pasar masih terbatas dan potensi pasar yang lebih luas belum optimal.
- c. Keunggulan produk seperti bahan baku berkualitas, *cream* yang dan testimoni pelanggan belum dikomunikasikan secara aktif di media sosial. Hal ini menyebabkan persepsi harga mahal yang timbul (*judging*) sebelum mencoba. Selain itu, *value ‘cake dadakan’* pun tidak dapat dilaksanakan dengan optimal karena kekurangan SDM yang menangani *custom cake*.
- d. Pengelolaan *Channels* pemasaran digital belum dilakukan secara konsisten akibat keterbatasan waktu dan pemahaman pemasaran digital, sehingga konversi pelanggan baru melalui *media* digital belum optimal.
- e. Belum terbentuknya *customer database* yang terpusat dan dapat diakses secara aktif, menyebabkan pengelolaan hubungan pelanggan sepenuhnya bergantung



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

pada pemilik, belum dikelola secara kolektif, dan belum tersedia program loyalitas untuk mempertahankan pelanggan UMKM Lakutenan.

- f. Pendapatan usaha masih terkonsentrasi pada toko *offline* dan WhatsApp Business, sementara *Channels* digital lainnya serta peluang kemitraan eksternal belum dioptimalkan sebagai sumber pendapatan yang signifikan.
- g. Pemilik mengalami kondisi terhambat (*bottleneck*) akibat keterbatasan manajemen waktu karena terlalu banyak terlibat dalam kegiatan produksi dan operasional, sehingga mengurangi kapasitas pemilik dalam menjalankan fungsi manajerial, dan strategis usaha.
- h. Pencatatan transaksi penjualan masih dilakukan secara manual dan belum terstandarisasi, sehingga mengakibatkan ketidakakuratan data, serta belum tersedianya laporan keuangan sebagai dasar pengambilan keputusan.
- i. Pemilik belum pernah menyusun analisis lingkungan dan situasional usaha sebagai dasar pengembangan bisnis yang terencana dan terukur, di mana tujuan usaha UMKM Lakutenan untuk membuka cabang masih bersifat umum dan belum terukur berdasarkan jangka waktu dan bagaimana proses langkah-langkah untuk mencapai tujuan tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, pokok-pokok permasalahan, dan pembatasan masalah, penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana kondisi eksisting model bisnis UMKM Lakutenan berdasarkan analisis sembilan blok *Business Model Canvas*?
- b. Bagaimana posisi strategis UMKM Lakutenan berdasarkan analisis SWOT ditinjau dari faktor internal dan eksternal usaha?
- c. Bagaimana tujuan yang terukur dalam pengembangan bisnis UMKM Lakutenan berdasarkan SMART Goals?
- d. Bagaimana pembaruan *Business Model Canvas* sebagai dasar pengembangan bisnis UMKM Lakutenan?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengidentifikasi kondisi eksisting model bisnis UMKM Lakutenan berdasarkan sembilan blok *Business Model Canvas*.
- b. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi pengembangan bisnis UMKM Lakutenan serta menentukan posisi strategis melalui analisis SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis.
- c. Untuk menyusun tujuan pengembangan bisnis UMKM Lakutenan yang spesifik, dan terukur menggunakan SMART Goals sebagai panduan pengembangan usaha jangka panjang.
- d. Untuk menyusun *Business Model Canvas* yang baru sebagai dasar pengembangan bisnis UMKM Lakutenan.

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan materi pembelajaran dalam kajian strategi pengembangan usaha.
 - 2) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji bagaimana proses analisis pengembangan bisnis pada UMKM kuliner khususnya di jenis kuliner *bakery*.
- b. Manfaat Praktis
 - 1) Bagi UMKM Lakutenan, penelitian ini menghasilkan analisis pengembangan bisnis yang komprehensif dalam mewujudkan tujuan pengembangan usaha.
 - 2) Bagi pelaku UMKM, penelitian ini dapat menjadi referensi dalam menganalisis pengembangan bisnis khususnya di bidang *bakery*.
 - 3) Bagi Politeknik Negeri Jakarta, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan referensi akademik khususnya yang berkaitan dengan pengembangan bisnis.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

b. Kondisi eksisting model bisnis UMKM Lakutenan

Berdasarkan analisis sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC), kondisi eksisting UMKM Lakutenan menunjukkan kekuatan pada pelanggan loyal yang membantu dalam *word of mouth*, produk yang selalu tersedia khususnya donat, kualitas bahan baku premium, fleksibilitas *custom cake*, serta *hospitality* dalam pelayanan pelanggan. Akan tetapi, didapatkan sejumlah kendala operasional di antaranya pencatatan transaksi dan pesanan yang masih manual sehingga rawan selisih dan kesalahan dalam pengerjaan pesanan, pengelolaan stok yang reaktif, keterbatasan kapasitas *showcase chiller* dan penyimpanan, konten pemasaran digital yang belum konsisten, kualitas produk belum dimanfaatkan sebagai materi pemasaran, hingga minimnya testimoni. Kendala lain meliputi ketidakaktifan saluran *marketplace*, belum adanya program loyalitas pelanggan yang formal, serta sumber daya manusia yang masih terpusat pada pemilik dan produksi sehingga aktivitas di luar produksi seperti pemasaran dan pengelolaan stok belum berjalan optimal. Belum berhasilnya kerja sama dengan B2B seperti kafe dan *coffee shop* karena *branding* usaha dinilai masih belum kuat.

c. Posisi strategis UMKM Lakutenan berdasarkan analisis SWOT

Faktor-faktor pengembangan bisnis UMKM Lakutenan didapatkan melalui analisis faktor internal dan eksternal usaha. Faktor internal mencakup kekuatan berupa ketersediaan produk, kualitas bahan baku, fleksibilitas *custom cake*, hingga pelayanan ramah dan menyenangkan. Adapun kelemahan berupa keterbatasan kapasitas fisik, keterbatasan sumber daya manusia di mana manajemen waktu pemilik yang masih dominan di produksi sehingga aktivitas



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

operasional seperti pencatatan manual, konten pemasaran, *marketplace* belum optimal. Dengan demikian, investasi aset fisik memengaruhi jalannya operasional dan keuangan harian.

Faktor eksternal mencakup peluang berupa aktivitas sosial pelanggan yang berulang, pertumbuhan pengguna media sosial, tren produk *bakery*, dan potensi ekspansi geografis maupun kemitraan. Sedangkan ancaman berupa kenaikan harga bahan baku, perubahan kebijakan pemerintah, penurunan daya beli masyarakat, dan persaingan usaha sejenis. Hasil perhitungan IFAS adalah 2,08 dan EFAS adalah 1,17 yang menempatkan UMKM Lakutenan pada kuadran I dengan strategi agresif yaitu strategi SO. Sehingga, strategi pengembangannya adalah menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang dalam mencapai tujuan/target usaha.

- d. Tujuan yang terukur dalam pengembangan bisnis berdasarkan *SMART Goals*

Berdasarkan strategi SO yang dihasilkan dari analisis SWOT serta kendala nyata yang dialami oleh UMKM Lakutenan, maka dirumuskan empat tujuan *SMART Goals* yang saling berkaitan dalam mendukung pencapaian tujuan masing-masing. Pertama yaitu, penguatan aset fisik yang direalisasikan secara bertahap tetap menjadi paling krusial karena menentukan produktivitas dan jumlah produk yang akan dijual. Kedua adalah penguatan sistem operasional dan pencatatan kasir digital sebagai fondasi awal yang ditargetkan stabil dalam 1–2 bulan, serta delegasi dekorasi *cake* kepada karyawan untuk mengurangi operasional yang terpusat di pemilik. Ketiga adalah pemasaran dan *branding* digital yang dimulai berbarengan dengan *SMART Goals* pertama dan dijalankan secara berkelanjutan sejak bulan pertama. Keempat dan menjadi yang terakhir adalah perluasan jaringan kemitraan yang dilakukan setelah sistem dan *branding* internal lebih efektif dan efisien sehingga menghindari kerja sama yang ditolak kembali serta lebih siap dalam menerima permintaan yang akan datang ke depannya ketika jangkauan pasar menjadi lebih luas.

- e. Pembaruan *Business Model Canvas* sebagai dasar pengembangan bisnis

Pembaharuan *Business Model Canvas* disusun berdasarkan hasil dari *Business Model Canvas* eksisting, analisis SWOT, dan tujuan dalam *SMART*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Goals sebagai langkah pengembangan bisnis yang *applicable* dengan mempertahankan kekuatan yang sudah dimiliki dan memberikan solusi atas kendala ataupun tantangan di dalam model bisnisnya. Perubahan utama berfokus pada implementasi penguatan aset fisik, aplikasi kasir digital, program loyalitas, penyusunan SOP penanganan pesanan, optimalisasi konten pemasaran, reaktivasi *channels marketplace*, hingga perluasan jaringan kemitraan. Pembaharuan *Business Model Canvas* ini menunjukkan bahwa pengembangan bisnis UMKM Lakutenan dapat dilakukan secara realistis dengan mempertimbangkan kapasitas sumber daya yang dimiliki oleh UMKM.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, beberapa saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

a. Saran bagi UMKM Lakutenan

Berikut adalah saran yang dapat menjadi pertimbangan bagi UMKM Lakutenan dalam mengimplementasikan rekomendasi pengembangan bisnisnya,

- 1) Investasi pada aset fisik perlu direncanakan dengan mempertimbangkan anggaran dan keterbatasan ruang toko yang ada, sehingga setiap penambahan alat dapat dioptimalkan tanpa mengorbankan efisiensi ruang operasional.
- 2) UMKM Lakutenan disarankan untuk mengimplementasikan sistem pencatatan digital dalam waktu dekat sebagai prioritas utama dikarenakan sistem ini menjadi fondasi utama dalam mendukung keberhasilan *SMART Goals* serta menjadi jawaban atas kendala dalam pelayanan sehari-hari yang berkaitan dengan akurasi data penjualan, pengerjaan pesanan, hingga pengelolaan stok.
- 3) Penguatan konten pemasaran dan *branding* digital perlu dilakukan secara konsisten, apabila pengerjaan mandiri dirasa sulit UMKM Lakutenan dapat melibatkan *freelance content creator* hingga mulai membuat perencanaan pembagian tugas dalam pembuatan konten dengan karyawan. Selain itu, pembagian tugas yang jelas antara pemilik dan karyawan juga harus dipertimbangkan supaya pemilik tidak menjadi *bottleneck* di usahanya sendiri. Oleh karena itu, pemasaran dan *branding* dapat dilakukan dengan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih optimal baik untuk mengomunikasikan keunggulan produk hingga edukasi konten lainnya secara berkelanjutan tanpa terhambat oleh operasional harian.

- 4) Mengaktifkan kembali *marketplace* dan perluasan jaringan B2B dilakukan secara bertahap, tidak tergesa-gesa, dengan memastikan bahwa sistem sudah siap terlebih dahulu supaya kendala yang sama tidak terulang.
- b. Saran bagi penelitian selanjutnya
 - 1) Analisis pada blok *Channels* dalam penelitian ini bersifat deskriptif terkait konsistensi konten, testimoni, dan keunggulan yang sudah di-*post*. Akan tetapi belum mencakup analisis performa konten secara mendalam seperti *engagement*, *share*, hingga konversi penjualan dari masing-masing media. Penelitian selanjutnya dapat melakukan analisis pemasaran digital yang lebih terperinci untuk memberikan konten yang lebih terukur.
 - 2) SMART *Goals* dan BMC baru yang dihasilkan merupakan rekomendasi strategis yang disusun berdasarkan data lapangan, oleh karena itu SMART *Goals* dapat diterapkan dan diukur efektivitasnya. Penelitian selanjutnya dapat berbentuk studi lanjutan untuk mengukur sejauh mana SMART *Goals* dan BMC baru berhasil dijalankan serta dampaknya terhadap kinerja bisnis UMKM Lakutenan

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, T. (2020). *Mudahnya Belajar Pemasaran* (1 ed.). Depok: PNJ Press (Politeknik Negeri Jakarta).
- Akmalia, F., Kamil, M. F., Dealova, M. P., & Novita, Y. (2025). Faktor Internal dan Eksternal yang Mempengaruhi Keberhasilan Usaha di Indonesia. *Edusola : Journal Education, Sociology and Law*, 1(1). <https://publisherqu.com/index.php/edusola/article/view/2280>
- Anggraeni, L., Alifia, P. N., Rizky, D. P. N., & Indriartiningtias, R. (2025). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) V-Fie Bakery dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). *Metris: Jurnal Sains dan Teknologi*, 26. <http://ejournal.atmajaya.ac.id/index.php/metris>
- Anggraeni, N., Prastyandhari, I. G. A. M., Elianarni, D., Martoyo, A., Wiradnyani, N. K., Sirna, I. K., ... Nugrahani, R. A. G. (2023). *Pengantar Bisnis Kuliner* (Vol. 1). Tohar Media.
- Ardi, A. N. Al, Nadhirah, A., & Saadillah, D. (2024). Analisis Business Model Canvas (BMC) Sebagai Upaya Penguatan Usaha Minuman Sari Mawar Merah. *Journal of Agricultural Socio-Economics (JASE)*, 4(2). <https://doi.org/10.33474/jase.v4i2.21003>
- Aslam, A. P. (2023). *Buku Ajar Metodologi Penelitian*. Makassar: Tahta Media Group.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2026). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Penggunaan Internet 2026*. <https://survei.apjii.or.id/>
- Auliansyah, M. R. (2024). *Penerapan Strategi Model Bisnis Dalam Upaya Mengembangkan Bisnis*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- Badan Pusat Statistik. (2026). Rata-rata Konsumsi Per kapita Seminggu Menurut Kelompok Makanan dan Minuman Jadi Per Kabupaten/kota (Satuan Komoditas). (<https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjEwNyMy/rata-rata-konsumsi-perkapita-seminggu-menurut-kelompok-makanan-dan-minuman-jadi-per-kabupaten-kota.html> diakses pada 22 April 2026)
- Badan Pusat Statistik Indonesia. (2025). *Buku Statistik Penyediaan Makanan Minuman 2024* (Vol. 8).
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2025). *Kota Depok dalam Angka 2025* (Vol. 21).
- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2026a). *Jumlah Industri Menurut Cabang Industri di Kota Depok (Unit)*, 2025. (<https://depokkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTg5IzI=/jumlah-industri-menurut-cabang-industri-di-kota-depok.html> diakses pada 22 April 2026).



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Badan Pusat Statistik Kota Depok. (2026b). Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas di Kota Depok. (<https://depokkota.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjE0IzI=/rata-rata-pengeluaran-per-kapita-sebulan-menurut-kelompok-komoditas-di-kota-depok.html> diakses pada 22 April 2026).
- Better Organisations. (2020). No Business Plan Survives The First Contact with a Customer. (<https://betterorganisations.co.uk/articles/2020/05/no-business-plan-survives-the-first-contact-with-a-customer> diakses pada 22 Juni 2026).
- Darmawan. (2024). *Perencanaan Bisnis* (1 ed.). Jakarta Timur: Bumi Aksara.
- David, F. R., & David, F. R. (2017). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases* (16 ed.). Harlow: Pearson Education.
- Dinas Koperasi dan UMKM Kota Depok. (2024). *Jumlah Usaha Kuliner yang Mengikuti WUB Tahun 2024*.
- Doran, G. T. (1981). There's a S.M.A.R.T. Way to Write Management's Goals and Objectives. *Journal of Management Review*, 70. https://www.eval.fr/wp-content/uploads/2020/01/S.M.A.R.T-Way-Management-Review-eval.fr_.pdf
- Fiantika, F. R., Wasil, M., Jumiyati, S., Honesti, L., Wahyuni, S., Mouw, E., ... Waris, L. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif* (Y. Novita, Ed.). Padang: Global Eksekutif Teknologi.
- Hambali, A., & Andarini, S. (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT Analysis dalam Upaya Meningkatkan Daya Saing pada Piring Seng Coffee & Co Tunjungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*, 5(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.30871/jaba.v5i2.2969>
- Harahap, K., Sinta, V., Oroh, F. N. S., & Hamzah, Z. Z. (2024). *Bisnis Model Canvas* (1 ed.). Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Hasan, M., Harahap, T. K., Hasibuan, S., Rodliyah, I., Thalhah, S. Z., Rakhman, C. U., ... Arisah, N. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Makassar: Tahta Media Grup.
- Haya, H. A. Al, Lishobrina, L. F., Azzam, A. N., Permata, S. I., Kusnandi, F. A., Nabila, E. M., ... Hariyanto, M. P. (2025). Strategi Digitalisasi Pengembangan Usaha UMKM Mie Ayam Yamin Bersaudara Melalui Analisis Business Model Canvas (BMC) dan SWOT. *Seminar Nasional Teknologi Informasi dan Bisnis (SENATIB)*, 2025. <https://doi.org/https://doi.org/10.47701/pv3hs378>
- Husda, N. E., Suhardi, Sukati, I., Oktavia, Y., Maslan, A., Sugianto, W., ... Salsabilla, L. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Research & Development (R & D)* (1 ed.). Batam: UPB Press.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Irawan, P. (2006). *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Depok: DIA FISIP UI.
- Istichanah, I. (2022). Analisis Pestel Dan SWOT Sebagai Dasar Perumusan Strategi Pada PT. Asrinda Arthasangga Reinsurance Brokers. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 383–393. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i2.520>
- Juwita, R., Sari, M. A., Ingriyani, L., Maris, A. W. I., Warsini, S., & Aminah, I. (2024). Business plan for business development and financing opportunities for (micro) small and medium enterprises. *Jurnal Inovasi Hasil Pengabdian Masyarakat (JIPEMAS)*, 7(1), 154–167. <https://doi.org/10.33474/jipemas.v7i1.19499>
- Kalbach, J. (2020). *The Jobs to Be Done Playbook*. New York: Louis Rosenfeld.
- Kementerian Koperasi dan UKM. (2008). *Undang-undang (UU) Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Jakarta.
- Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. (2026). Statistik Usaha Penyediaan Makanan dan Minuman Tahun 2024. (<https://kemenpar.go.id/direktori-statistik/statistik-usaha-penyediaan-makanan-dan-minuman-tahun-2024>, diakses dari 8 Mei 2026)
- Moghadam, S. (2021). *Business Book Series Smart Goals (Smart Business Book Series)*. Toronto: Silk Road Publishing.
- Nazarudin. (2018). *Manajemen Strategik* (1 ed.). Palembang: NoerFikri Offset.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Prasetyo, M. H. (2024). Peningkatan Business Value Melalui Implementasi Konsep SMART GOAL pada UMKM “Ngabotram.” *ARDHI : Jurnal Pengabdian Dalam Negri*, 2(5), 81–88. <https://doi.org/10.61132/ardhi.v2i5.737>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>
- Rahmanita, N. L. P. Y. (2026). Penerapan Strategi SMART Goals Dalam Manajemen Risiko Destinasi Wisata Berbasis Lingkungan: Studi Kasus Tukad Bindu Kota Denpasar. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 12215–12221. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.5645>
- Rajagukguk, K. (2026). Konflik Timur Tengah Picu Harga Plastik di Depok Naik 100 Persen. (<https://mediaindonesia.com/megapolitan/877147/konflik-timur->



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

[tengah-picu-harga-plastik-di-depok-naik-100-persen](#) diakses pada 13 Juni 2026).

Rangkuti, F. (2018). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Rianto, M. R., Handayani, M., Sulistyowati, A., Komariah, N. S., & Sari, R. K. (2025). *Manajemen Strategik dan Implikasi Penelitian Metode SWOT* (1 ed.). Banyumas: PT Pena Persada Kerta Utama.

Safitri, M. D., Abidin, A. Z., & Afifuddin. (2024). Optimalisasi Kinerja Karyawan dalam Pengelolaan Media Digital BUMDES Sekapuk melalui Kerangka Kerja SMART Goals. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jiap.v12i1.22300>

Sagala, P. M., Tarigan, K. M. B., Andarini, S., & Kusumasari, R. I. (2024). Analisis Pentingnya Perencanaan dan Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 150–159. https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/karya_jpm/index

Salsabila, G. (2026). Dolar Tembus Rp18.000, Ini Daftar Barang yang Berpotensi Naik Harga. (<https://ekonomi.bisnis.com/read/20260605/9/1978355/dolar-tembus-rp18000-ini-daftar-barang-yang-berpotensi-naik-harga> diakses pada 13 Juni 2026).

Salwanisa, F. (2023). Ragam Konsep dan Model Bisnis Kuliner di Indonesia. (<https://masterkuliner.com/konsep-model-bisnis-kuliner/#about> diakses pada 22 April 2026).

Sanusi, A., & Sutjipto, M. R. (2025). Strategi Pengembangan Bisnis “Woosh KCIC” menggunakan business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.59141/japendi.v6i3.7282>

Saputra, Y. (2026). VII.1. Produk Domestik Bruto Menurut Lapangan Usaha Atas Dasar Harga Berlaku (Miliar Rp). (<https://www.bi.go.id/id/statistik/ekonomi-keuangan/seki/default.aspx#headingThree> diakses pada 15 Maret 2026).

Setiyowati, H., Harriz, M. A., Junaedi, E., Akbariani, N. V., & Widodo, S. (2025). Digitalizing Pindang Industry with Business Model Canvas for Sustainable Blue Economy. *APTISI Transactions on Technopreneurship*, 7(2), 360–370. <https://doi.org/10.34306/att.v7i2.581>

Sigma Research Indonesia. (2026). Tren Perilaku Konsumen Indonesia 2026. Diambil 16 Juni 2026, dari Sigma Research Indonesia website: <https://sigmaresearch.co.id/tren-perilaku-konsumen-indonesia-2026/>

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (4 ed.; Sutopo, Ed.). Bandung: Alfabeta.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Surbakti, B. M. B., & Haryadi. (2025). Penerapan Business Model Canvas untuk Strategi Pengembangan Usaha Novalia Flowers. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(3), 6149–6163. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i3.2922>
- Trading Economics. (2026). Rupiah Indonesia: Panduan Singkat Indikator Ekonomi dan Keuangan. Diambil 13 Juni 2026, dari Trading Economics website: <https://id.tradingeconomics.com/indonesia/currency>
- Wijoyo, H., Sunarsi, D., Cahyono, Y., & Ariyanto, A. (2021). *Pengantar Bisnis* (Vol. 1; H. Wijoyo, Ed.). Solok: CV Insan Cendekia Mandiri.
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. G. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, Dan Pengembangan Usaha)* (I. K. Sumantra, Ed.). Universitas Mahasaraswati Press. www.unmas.ac.id
- Yudha, M. M., Mariam, I., & Rosalina, E. (2023). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha dengan Pendekatan Business Model Canvas*. 22(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/eb.v22i1.5291>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**