

## ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN BISNIS MODEL CANVAS (BMC) DAN SWOT

*Detty Agustin Riscal<sup>1</sup>, Sri Sahbany<sup>2</sup>*

<sup>1,2</sup>Politeknik Medica Farma Husada Mataram

[dettyriscal1@gmail.com](mailto:dettyriscal1@gmail.com)

---

**Keywords:** BMC,  
SWOT, Business  
Development  
Strategy

### **Abstract**

*Cinnamonstory.id is a handover and dowry decoration business that was formed in 2017. The objectives of this study are analyzing the mapping of the 9-element Business Model Canvas (BMC) business model with SWOT analysis (Strength, Weakness, Opportunity and Threats); Formulate a business model development strategy Cinnamonstory.id using the SWOT matrix. The analysis method in this study uses a combination of BMC analysis approach and SWOT matrix in formulating Cinnamonstrody.id business development strategy. The results of the SWOT analysis show that Cinnamonstory.id in Quadrant II is a diversification. The results of the study show training, design innovation, affordable, responsive services, and effective digital marketing are the keys to Cinnamonstory.id success, develop Cinnamonstory.id by joining a network of vendors, offering consulting and leasing, recruiting and training employees, and establishing partnerships with suppliers, seek new ideas, develop distinctiveness, improve operational efficiency, manage suppliers, and provide superior customer service in Cinnamonstory.id. and analyze customer feedback and sales data, allocate funds for promotions and investments, and develop marketing strategies and partnerships through social media.*

---

**Kata kunci:**  
BMC, SWOT,  
Strategi  
Pengembangan  
Bisnis

### **Abstrak**

Cinnamonstory.id adalah bisnis hias seserahan dan mahar yang dibentuk pada tahun 2017. Tujuan penelitian ini yaitu menganalisis pemetaan model bisnis 9 elemen Business Model Canvas (BMC) dengan analisis SWOT (Strenght, Weakness, Opportunity dan Threats), merumuskan strategi pengembangan model bisnis Cinnamonstory.id menggunakan matrik SWOT. Metode analisis dalam penelitian ini menggunakan kombinasi pendekatan analisis BMC dan matriks SWOT dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis Cinnamonstrody.id. Hasil analisis SWOT memperlihatkan Cinnamonstory.id berada pada Kuadran II adalah strategi diversifikasi. Hasil penelitian menunjukkan pelatihan, inovasi desain, layanan terjangkau, responsif, dan pemasaran digital efektif adalah kunci sukses Cinnamonstory.id, mengembangkan Cinnamonstory.id dengan bergabung dalam jaringan vendor, menawarkan

---

---

konsultasi dan penyewaan, merekrut serta melatih karyawan, dan menjalin kerjasama dengan pemasok, mencari ide baru, mengembangkan ciri khas, meningkatkan efisiensi operasional, mengelola pemasok, dan memberikan layanan pelanggan unggul di Cinnamonstory.id. dan menganalisis feedback pelanggan dan data penjualan, mengalokasikan dana untuk promosi dan investasi, serta mengembangkan strategi pemasaran dan kemitraan melalui media sosial.

---

## **Pendahuluan**

Bisnis sekarang tidak lagi dianggap sebagai pekerjaan yang hanya dilakukan oleh kalangan tertentu. Di era digital ini, bisnis memiliki jangkauan yang sangat luas. Perubahan pola pikir masyarakat tentang perkembangan bisnis telah membuka semangat baru bagi semua orang untuk memanfaatkan peluang yang ada. Setiap individu pada dasarnya memiliki potensi yang merupakan gabungan dari keterampilan-keterampilan yang dimilikinya (Rahayu et al., 2022). Dalam dunia usaha, para pelaku bisnis harus dibekali dengan berbagai keterampilan yang mendukung pengembangan usaha. Pelaku bisnis, terutama UMKM pada tahap awal, perlu memiliki perencanaan bisnis yang dituangkan dalam sebuah model bisnis (Agustin et al., 2021).

Usaha hias seserahan dan mahar adalah jenis usaha yang berkaitan dengan dekorasi benda-benda yang digunakan sebagai seserahan atau mahar dalam acara pernikahan. Seserahan dan mahar biasanya berupa barang atau uang yang diberikan oleh keluarga pengantin pria kepada keluarga pengantin wanita sebagai tanda keseriusan dalam pernikahan. Usaha ini semakin populer karena semakin banyak pasangan yang ingin memberikan hadiah yang istimewa dan personal dalam pernikahan mereka. Usaha ini menawarkan berbagai pilihan dekorasi dan bahan yang bisa disesuaikan dengan tema dan warna yang diinginkan oleh pasangan pengantin. Dalam usaha hias seserahan dan mahar, keunikan dan kualitas produk menjadi faktor utama dalam menarik minat pelanggan. Kreativitas dalam menawarkan dekorasi yang unik dan personal bagi pasangan pengantin dapat menjadi nilai tambah dan membedakan usaha Cinnamonstory.id dari pesaing.

Dalam artikel penelitian yang dilakukan oleh (Hambali A,& Andarini,S 2021;Hairiyah,N, & Amalia.R.R 2021; Awaluddin,R 2021.; Fajar & Ramadhani 2020;

Octavanny, 2021; Zaratrzhembsky et al., 2020.) strategi bisnis yang diperoleh melalui dua metode pendekatan analisis yaitu analisis BMC dan SWOT.

Dengan melakukan analisis SWOT, pemilik usaha hias seserahan dan mahar dapat mengembangkan strategi usaha yang lebih baik, memperbaiki kelemahan, mengoptimalkan kekuatan, mengambil peluang yang ada, dan mengatasi ancaman yang muncul. Meskipun usaha hias seserahan dan mahar menjanjikan, belum banyak penelitian yang dilakukan terkait usaha ini di Indonesia. Oleh karena itu, penelitian pada usaha hias seserahan dan mahar dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif tentang usaha ini.

Cinnamonstory.id adalah usaha hias seserahan dan mahar yang dibentuk pada tahun 2017. Pada tahun tersebut, belum banyak usaha serupa sehingga Cinnamonstory.id cukup berkembang. Namun, seiring berjalannya waktu, usaha serupa terus bermunculan. Sebagai usaha kecil yang belum memiliki karyawan tetap, sampai saat ini Cinnamonstory masih dikelola oleh pemiliknya sendiri. Pemilik mengerjakan hampir seluruh tugas, mulai dari mencari bahan, membeli properti, menghias seserahan dan mahar, mengambil foto dan video, membuat konten, meng-upload konten, hingga pemasaran. Dua pemilik usaha ini membagi tugas secara fleksibel. Pekerja lepas akan dipanggil jika kedua pemilik tidak mampu menangani pesanan yang berlebihan. Selain itu, bahan baku untuk menghias seserahan masih harus dipesan dari luar daerah dan harganya pun cukup mahal. Oleh karena itu diperlukan pendekatan manajemen strategi untuk membantu memperluas jangkauan pasar usaha ini.

Tujuan utama penelitian ini ialah untuk (1) menganalisis model bisnis Cinnamonstory.id dengan menggunakan pendekatan BMC berdasarkan kondisi bisnis saat ini, (2) menganalisis apa saja elemen BMC Cinnamonstory.id yang perlu diperbaiki berdasarkan metode analisis SWOT, serta (3) menganalisis strategi dan program perbaikan yang dapat dilakukan dari hasil penyempurnaan BMC dalam pengembangan bisnis Cinnamonstory.id setelah menggunakan metode analisis SWOT.

## **Metode**

Perumusan strategi pengembangan bisnis di Cinnamonstory.id dilakukan dengan penelitian kualitatif dan pendekatan deskriptif. Metode yang digunakan meliputi

analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Cinnamonstory.id. Selain itu, digunakan juga matriks EFAS-IFAS untuk menentukan posisi bisnis, serta Business Model Canvas.

#### Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah metode yang digunakan untuk secara sistematis mengidentifikasi berbagai faktor guna merumuskan strategi. Analisis ini didasarkan pada logika untuk memaksimalkan kekuatan (strengths) dan peluang (opportunities), sambil meminimalkan kelemahan (weaknesses) dan ancaman (threats) (Hendrawan et al., 2023). Tahapan analisis SWOT meliputi:

1. Melakukan wawancara dengan pemangku kepentingan untuk menyusun faktor-faktor SWOT.
2. Menyusun dan menyebarkan kuesioner kepada konsumen dan pemangku kepentingan yang telah ditentukan, yaitu owner Cinnamonstory.id (2 orang) dan supplier.
3. Menghitung bobot hasil kuesioner dari konsumen dan pemangku kepentingan menggunakan Matriks IFAS & EFAS.
4. Menentukan hasil kuadran strategi SWOT.

Matriks IFAS dan EFAS digunakan untuk menghitung bobot faktor internal dan eksternal, yang kemudian ditentukan dalam diagram analisis SWOT agar dapat mengetahui letak kuadran strategi. Matriks IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) digunakan untuk mengidentifikasi faktor-faktor internal perusahaan yang berhubungan dengan kekuatan dan kelemahan Perusahaan (Wira Sakti et al., n.d. 2021). Matriks EFAS (External Factor Analysis Strategy) digunakan untuk memahami kekuatan dan kelemahan perusahaan dengan menganalisis faktor-faktor eksternal perusahaan.

#### Analisis BMC

Business Model Canvas (BMC) adalah alat visual yang menggambarkan proses bisnis yang akan dijalankan. BMC merupakan metode yang efektif karena analisisnya mampu menjelaskan berbagai aspek secara menyeluruh, mulai dari pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, hingga nilai atau produk yang ditawarkan. BMC melambangkan suatu proses strategi dalam manajemen yang terdiri dari sembilan blok

bangunan dalam bentuk chart visual (Fitriani et al., 2020). Sembilan blok tersebut adalah: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya.

Tahapan analisis BMC meliputi:

1. Pemetaan sembilan elemen bisnis BMC.
2. Menganalisis sembilan elemen bisnis BMC dengan SWOT.
3. Melakukan analisis matriks interaksi SWOT.

## Hasil dan Pembahasan

### 1. Hasil Penelitian

#### Hasil Analisis Matriks Evaluasi Factor Internal

Tabel 1. Matriks Evaluasi Faktor Internal

Faktor Strategi Internal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kekuatan (S)</b>			
Inovasi dan keunikan produk seserahan	0,15	4	0,6
Update ilmu mengikuti kelas online	0,11	3	0,33
Harga kompetitif dibanding pesaing	0,11	3	0,33
Pelayanan pelanggan yang baik dan responsif	0,13	4	0,52
<b>Sub total</b>	0,5		1,78
<b>Kelemahan (W)</b>			
Keterbatasan bahan baku	0,09	2	0,18
Bahan baku dipesan dari luar kota	0,1	2	0,2
Keterbatasan sumber daya manusia	0,15	2	0,3
Modal besar	0,16	2	0,32
<b>Sub total</b>	0,5		1
<b>Total</b>	1		0,78

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 1 Menunjukkan kekuatan dengan nilai tertinggi adalah inovasi dan keunikan produk seserahan. Hal tersebut bisa dipahami mengingat yang menjadi ciri khas hias seserahan dan mahar Cinnamonstory.id adalah gaya menghias seserahannya yang unik, kekinian dan berbeda dari vendor lain sehingga konsumen akan lebih tertarik. Sedangkan kelemahan utama adalah dari segi modal. Hias seserahan dan mahar memerlukan bahan yang berkualitas serta memerlukan waktu dan keterampilan yang

cukup untuk memproduksinya sehingga menyebabkan diperlukannya modal yang besar.

Hasil matriks IFAS menunjukkan skor nilai kekuatan usaha Cinnamonstory.id lebih besar 0,78 dibanding nilai kelemahan. Hal tersebut menunjukkan bahwa kekuatan lebih besar daripada kelemahan yang dimiliki.

### Hasil Analisis Matriks Evaluasi Factor Internal

Tabel 2: Matriks Evaluasi Faktor Eksternal

Faktor Strategi Eksternal	Bobot	Rating	Bobot X Rating
<b>Kesempatan (O)</b>			
Cepat berkembang dengan memanfaatkan teknologi digital	0,15	4	0,6
Trend seserahan / mahar sedang naik	0,08	4	0,32
kerjasama dengan vendor pernikahan	0,13	3	0,39
Potensi meningkatkan jangkauan geografis dengan pengiriman lebih luas	0,09	3	0,27
<b>Sub total</b>	0,45		1,58
<b>Ancaman (T)</b>			
Vendor baru makin banyak bermunculan	0,08	4	0,32
Vendor lain menawarkan harga yang lebih murah	0,13	3	0,39
Fluktuasi harga bahan baku dan biaya produksi	0,18	3	0,54
Vendor lain yang memiliki modal besar	0,16	4	0,64
<b>Sub total</b>	0,55		1,89
<b>Total</b>	1		-0,31

Sumber: Data Diolah (2024)

Tabel 2 menunjukkan kesempatan dengan nilai tertinggi dengan adanya teknologi digital. Jadi promosi bisa dilakukan melalui sosial media, sehingga jangkauan promosi lebih luas. Sedangkan ancaman utama dari vendor lain yang memiliki modal besar, sehingga pesaing memiliki bahan hias seserahan dan mahar lebih baik kualitasnya.

Dari data tabel di atas dimana nilai ancaman lebih besar 0,31 dibandingkan peluang. Hal tersebut menunjukkan bahwa ancaman yang ada lebih besar dibandingkan dengan peluang yang ada.

Setelah menganalisis faktor internal dan eksternal langkah selanjutnya adalah memasukkan nilai selisih dari faktor kekuatan dan kelemahan (0,78) serta peluang dan ancaman (-0,31) pada kuadran matrik SWOT sebagaimana gambar berikut :

Gambar 1: Hasil Analisis Matriks SWOT Kualitatif



Berdasarkan hasil perhitungan pada faktor eksternal dan internal yang ada pada usaha Cinnamosnstory.id yakni dengan nilai kekuatan sebesar 1,75 lebih besar daripada kelemahan sebesar 1. Untuk nilai kesempatan sebesar 1,6 lebih kecil daripada ancaman sebesar 1,85. Berdasarkan perhitungan tersebut maka didapatkan strategi peluang usaha yang sesuai dengan diagram Cartesius analisis SWOT.

Diagram ini memberikan peran sebagai tahap analisis yang dilakukan setelah perhitungan pada tabel IFE dan tabel EFE. Untuk mengetahui faktor internal yakni dengan cara total kekuatan total kekuatan 1,75 dikurangi dengan total kelemahan 1 dibagi 2 sehingga diperoleh nilai IFE 0,38. Sedangkan untuk faktor eksternal total peluang 1,6 dikurang dengan total ancaman 1,85 dibagi dua maka diperoleh nilai 0,13. Berdasarkan diagram cartesius analisis SWOT diatas maka diperoleh usaha mahar dan seserahan Cinnamonstory.id terletak pada kuadran II yakni nilai 0,38 faktor internal dan -0,13 untuk faktor eksternal. Kuadran II yaitu kuadran diantara kekuatan dan ancaman sehingga strategi yang dapat digunakan oleh usaha Cinnamonstory.id adalah

strategi diversifikasi dimana Cinnamonstory.id dituntut untuk melakukan perubahan guna menutup kelemahan dan mengejar peluang yang ada. Dengan mengetahui posisi tersebut berdasarkan matriks analisis SWOT maka perusahaan dapat mengambil suatu keputusan dalam menjalankan usaha mahar dan hias seserahan yaitu : terus berinovasi, pertahankan ciri khas, terus pertahankan harga kompetitif, cari distributor lain yang menawarkan harga lebih murah, dan terus melayani konsumen dengan ramah.

### Analisis Business Canvas (BMC)

Cinnamonstory.id mendesain model bisnisnya menggunakan Business Model Canvas untuk mengetahui konsep dasar dalam berkembang. Berikut hasil analisis BMC terhadap Binsis hias seserahan dan mahar yang telah diidentifikasi dari hasil SWOT.

Tabel 3: 9 Elemen BMC

Key partners	Key activities	Value propositions	Customer relationship	Customer segment
1.Wedding organizer 2.Supplier	1.Memikirkan tema dan desain 2.Proses pembuatan 3.Pemasaran 4.Membuat konten promosi Instagram 5.Pelayanan kepada customer 6.Pembelian dan pemesanan bahan baku	1.Merek dagang 2.Harga terjangkau 3.Keunikan dan kekhasan desain 4.Service 5.Letak gallery strategis	1.Potongan harga 2.Bantuan personal oleh owner/karyawan	Masyarakat umum
	<b>Key resources</b>  1.Fasilitas produksi 2.Sumber daya manusia terdiri dari owner 3.Sumber daya intelektual yang dimiliki berupa merek, logo usaha, akun Instagram 4.Bahan baku 5.Tempat produksi 6.Sumber daya		<b>Channel</b>  1.Gallery pribadi 2.Gallery mitra 3.Delivery order 4.Pemanfaatan media sosial Instagram 5.Word of mouth (WOM)	

	finansial			
<b>Cost structure</b>		<b>Revenue streams</b>		
1.Produksi 2.Promosi 3.pemasaran		Penjualan produk		

Sumber: Data diolah (2024)

### BMC Cinnamonstory.id

Berdasarkan pengisian 9 blok BMC dapat diketahui lebih detail terkait key partner, key activities, value proposition, customers relationship, customers segments, key resources, channels, cost structure, revenue stream dari Cinnamonstory.id. 9 blok BMC tersebut untuk selanjutnya dianalisis 9 elemen BMC dengan SWOT.

Tabel 4 : Analisis 9 Elemen BMC dengan SWOT

Unsur	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
<b>Key Partner</b>	- Reputasi dan Pengalaman	-Konflik kepentingan	-Ekspansi pasar	-Persaingan antar vendor
<b>Key Activities</b>	-Efisiensi Operasional	- Kompleksitas operasional	-Teknologi baru	- Ketergantungan pada pemasok
<b>Key Resources</b>	-Sumber daya Kualitas tinggi	-Keterbatasan pada sumber daya tertentu	-Inovasi dalam penggunaan sumber daya	-Ketidakpastian pasokan
<b>Values Proportions</b>	-Kualitas produk	-Biaya produksi tinggi	-Inovasi produk	-Perubahan preferensi
<b>Costumer Relationship</b>	-Layanan konsumen yang baik	-Harga yang tidak kompetitif	-Pemasaran melalui media sosial	-Perubahan tren pasar
<b>Channels</b>	-Konten yang berkualitas	-Biaya iklan yang tinggi	-Pemasaran digital dan influencer	- Ketergantungan pada platform tertentu
<b>Costumer Segments</b>	-Konsumen dari dalam dan luar daerah	-Belum dikenal banyak masyarakat	-Pelaku pasar terbuka lebar	-Pesaing yang terus bertambah
<b>Cost Struktur</b>	-Optimalisasi biaya bahan	-Biaya produksi	-Investasi strategis dalam eskpansi	-Biaya operasional

	baku berkualitas	belum efisien	pasar dan inovasi produk	yang semakin meningkat
<b>Revenue Streams</b>	-Manfaatkan reputasi dan kreativitas untuk meningkatkan penjualan	-Belum adanya diversifikasi produk	-Segment pasar baru	-Strategi penjualan

Sumber: Data diolah (2024)

### Analisis Strategi Pengembangan Model Bisnis

Strategi pengembangan model bisnis analisis 9 elemen Business Model Canvas terhadap SWOT. Berikut merupakan perumusan strategi pengembangan yang dihasilkan melalui matrik SWOT.

Tabel 5: Model Bisnis Analisis 9 Elemen Business Model Canvas terhadap SWOT

	<b>Strength (Kekuatan)</b>	<b>Weakness (Kelemahan)</b>
Faktor internal	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Reputasi dan Pengalaman</li> <li>2. Efisiensi Operasional</li> <li>3. Sumber daya Kualitas tinggi</li> <li>4. Kualitas produk</li> <li>5. Layanan konsumen yang baik</li> <li>6. Konten yang berkualitas</li> <li>7. Konsumen dari dalam dan luar daerah</li> <li>8. Optimalisasi biaya bahan baku berkualitas</li> <li>9. Manfaatkan reputasi dan kreativitas untuk meningkatkan penjualan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Konflik kepentingan</li> <li>2. Kompleksitas operasional</li> <li>3. Keterbatasan pada sumber daya tertentu</li> <li>4. Biaya produksi tinggi</li> <li>5. Harga yang tidak kompetitif</li> <li>6. Biaya iklan yang tinggi</li> <li>7. Belum dikenal banyak Masyarakat</li> <li>8. Biaya produksi belum efisien</li> <li>9. Belum adanya diversifikasi produk</li> </ol>
Faktor Eksternal		
<b>Opportunities (peluang)</b>	<b>Strategi-SO (Menggunakan Kekuatan untuk memanfaatkan Peluang)</b>	<b>Strategi-WO (Menggunakan kelemahan untuk memanfaatkan Peluang)</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ekspansi pasar</li> <li>2. Teknologi baru</li> <li>3. Inovasi dalam penggunaan sumber daya</li> <li>4. Inovasi produk</li> <li>5. Pemasaran melalui media sosial</li> <li>6. Pemasaran digital dan influencer</li> <li>7. Pelaku pasar terbuka lebar</li> <li>8. Investasi strategis dalam</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terus belajar dan update ilmu agar produk lebih punya ciri khas dan keunikan tersendiri serta makin konsisten kedepannya</li> <li>2. Mengembangkan jasa baru dengan harga terjangkau</li> <li>3. Memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan</li> <li>4. Mencoba menjangkau pasar</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mulai bekerjasama dengan banyak vendor wedding besar</li> <li>2. Menambah varian jasa</li> <li>3. Menambah sumber daya manusia</li> <li>4. Menambah jumlah pemasok agar bahan baku selalu ready stock dan apabila memungkinkan</li> </ol>

<p>eskpansi pasar dan inovasi produk</p> <p>9. Segment pasar baru</p> <p><b>Threats (ancaman)</b></p> <p>1.Persaingan antar vendor</p> <p>2.Ketergantungan pada pemasok</p> <p>3. Ketidakpastian pasokan</p> <p>4. Perubahan preferensi</p> <p>5. Perubahan tren pasar</p> <p>6. Ketergantungan pada platform tertentu</p> <p>7. Pesaing yang terus bertambah</p> <p>8. Biaya operasional yang semakin meningkat</p> <p>9. Strategi penjualan</p>	<p>yang lebih luas lagi</p> <p><b>Strategi-ST</b> (Menggunakan kekuatan agar dapat terhindar dari ancaman)</p> <p>1.Terus berinovasi, pertahankan ciri khas,</p> <p>2.Terus pertahankan harga kompetitif</p> <p>3. Cari distributor lain yang menawarkan harga lebih murah</p> <p>4. Terus melayani konsumen dengan ramah.</p>	<p>pemasok berasal dari daerah yang sama yaitu sekitaran Mataram</p> <p><b>Strategi-WT</b> (Menggunakan kelemahan agar dapat menghindari ancaman)</p> <p>1. Melakukan evaluasi produk secara menyeluruh</p> <p>2. Berani mengeluarkan modal besar untuk menambah distributor, karyawan dan promosi</p> <p>3. Belajar lagi tentang pemasaran agar jangkauan pengiriman dan promosi produk semakin luas.</p>
---	--	--

Sumber : Data diolah (2024)

## 2. Pembahasan

Hasil interaksi matriks SWOT selanjutnya dirumuskan dengan memperoleh empat strategi pengembangan yang kemudian dianalisis seperti di bawah ini.

### 1. S-O Strategy

Dalam pengembangan usaha pada S-O Strategy, memerlukan hal berikut:

- a. Mengikuti Pelatihan, Workshop dan seminar terkait dekorasi, riset pasar untuk memahami tren terkini, inovasi ciri khas dan keunikan tersendiri dan kolaborasi dengan bisnis serupa dan menciptakan desain eksklusif.
- b. Layanan konsultasi dekorasi dengan harga terjangkau, menawarkan paket ekonomis untuk seserahan dan mahar tapi tetap berkeaulitas, menawarkan opsi sewa untuk dekorasi seserahan dan mahar serta memberikan layanan pengiriman dan penataan seserahan ke Lokasi acara.
- c. Responsif terhadap pelanggan melalui berbagai saluran komunikasi, memberikan opsi kustominasasi pada setiap seserahan dan mahar, menjamin kualitas tinggi pada setiap produk dan control kualitas yang ketat sebelum dikirim. Mengumpulkan feedback dari pelanggan untuk terus meningkatkan pelayanan.

- d. Meningkatkan pemasaran digital, berkolaborasi dengan vendor pernikahan lain, membuka cabang atau membentuk kemitraan dengan toko-toko dekorasi atau pernikahan di berbagai kota.
2. W-O Strategy
    - a. Bergabung dengan jaringan vendor pernikahan, membuat paket bundling dengan vendor pernikahan, membangun sistem referral di mana vendor yang merujuk ke Cinnamonstory.id. Berpartisipasi dalam event atau pameran pernikahan yang diselenggarakan oleh vendor besar.
    - b. Menyediakan jasa konsultasi dekorasi hias seserahan dan mahar, menawarkan layanan penyewaan dekorasi hias seserahan dan mahar
    - c. Merekrut karyawan yang berbakat untuk memperkaya variasi dan kualitas produk yang ditawarkan, memberikan pelatihan berkala kepada tim untuk meningkatkan keterampilan, menambah tim untuk bagian manajemen dan operasional, mengembangkan tim layanan pelanggan.
    - d. Menjalin Kerjasama dengan banyak pemasok bahan baku, mengutamakan pemasok di sekitar Mataram untuk hemat biaya, membangun Cadangan stok bahan baku untuk mengantisipasi lonjakan permintaan dan gangguan rantai pasokan
  3. S-T Strategy
    - a. Selalu mencari ide-ide baru untuk produk dekorasi seserahan dan mahar, mempertahankan dan mengembangkan ciri khas Cinnamonstory.id yang membedakan dengan kompetitor, secara berkala melakukan riset pasar untuk mengidentifikasi tren baru.
    - b. Meningkatkan efisiensi operasional untuk mengurangi biaya produksi, memberikan penawaran khusus atau diskon, memanfaatkan pembelian bahan baku dalam jumlah besar, secara rutin menganalisis harga kompetitor.
    - c. Melakukan riset untuk menemukan pemasok lain, menjalin hubungan baik dengan berbagai pemasok, tidak tergantung pada satu pemasok saja, mengutamakan pemasok lokal.
    - d. Memberikan pelatihan layanan pelanggan, menanggapi pertanyaan, permintaan, dan keluhan pelanggan dengan cepat dan efisien melalui berbagai

saluran komunikasi, melakukan follow-up setelah transaksi selesai untuk memastikan pelanggan puas.

#### 4. W-T Strategy

- a. Mengumpulkan dan menganalisis feedback dari pelanggan tentang kepuasan mereka terhadap hias seserahan dan mahar. Meninjau data penjualan untuk melihat produk mana yang paling laris dan mana yang kurang diminati. Memeriksa kualitas bahan baku yang digunakan. Melakukan riset pasar tren dekorasi seserahan dan mahar terkini.
- b. Mengalokasikan dana untuk promosi yang luas dan agresif, investasi dalam peralatan dan teknologi yang dapat meningkatkan efisiensi produk dan kualitas produk
- c. Mengikuti kursus dan pelatihan tentang digital marketing, mengembangkan strategi pemasaran konten, menjalin kemitraan dengan influencer dan media online yang relevan, menyelidiki pasar potensial di luar Mataram dan mengembangkan strategi pengiriman yang efektif untuk melayani pelanggan di wilayah yang lebih luas. Menggunakan media sosial secara efektif untuk berinteraksi dengan pelanggan

### **Kesimpulan**

Strategi yang harus diterapkan berdasarkan hasil matriks IFAS dan EFAS dalam analisis SWOT adalah menggunakan Kuadran II yaitu kuadran diantara kekuatan dan ancaman sehingga strategi yang dapat digunakan oleh usaha Cinnamonstory.id adalah strategi diversifikasi, dimana Cinnamonstory.id dituntut untuk melakukan perubahan guna menutup kelemahan dan mengejar peluang yang ada. Dengan mengetahui posisi tersebut berdasarkan matriks analisis SWOT maka perusahaan dapat mengambil suatu keputusan dalam menjalankan usaha mahar dan hias seserahan yaitu : terus berinovasi, pertahankan ciri khas, terus pertahankan harga kompetitif, cari distributor lain yang menawarkan harga lebih murah, dan terus melayani konsumen dengan ramah. Strategi Pengembangan berdasarkan pemetaan 9 elemen bisnis model BMC yang dilanjutkan analisis matrik interaksi SWOT menghasilkan: S-O, W-O, S-T, dan W-T Strategy dan disimpulkan dalam 5 (lima) strategi pengembangan.

Mengikuti pelatihan, memahami tren terkini, berinovasi dengan desain unik, menawarkan layanan dekorasi terjangkau dan berkualitas, responsif terhadap pelanggan, memastikan kualitas tinggi, serta meningkatkan pemasaran digital dan kolaborasi dengan vendor pernikahan lain adalah kunci sukses bisnis hias seserahan dan mahar Cinnamonstory.id. Mengembangkan Cinnamonstory.id dengan bergabung dalam jaringan vendor pernikahan dan event, menawarkan jasa konsultasi dan penyewaan dekorasi, merekrut serta melatih karyawan, dan menjalin kerjasama dengan pemasok untuk memastikan kelancaran pasokan bahan baku.

Mencari ide baru dan mengembangkan ciri khas, meningkatkan efisiensi operasional, mengelola pemasok dengan baik, serta memberikan layanan pelanggan yang unggul untuk memastikan kepuasan pelanggan di Cinnamonstory.id. Mengumpulkan dan menganalisis feedback pelanggan serta data penjualan, mengalokasikan dana untuk promosi dan investasi, mengikuti pelatihan digital marketing, mengembangkan strategi pemasaran dan kemitraan, serta menggunakan media sosial untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan efisiensi produk di Cinnamonstory.id.

### **Daftar Pustaka**

- Awaluddin, R. (2021). Pelatihan Pengembangan Bisnis Bumdes Dengan Analisis Swot Dan Business Model Canvas Di Desa Lengkong, Kuningan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*. Vol. 04 Nomor 02.116-125.
- Fajar, A., Putra, P., & Ramadhani, F. (2020). Strategi Pengembangan Model Bisnis Klaster Industri Tomat Krispi Daumato Berdasarkan Analisis SWOT dan BMC. *Journal of Industrial View Volume 02, Nomor 01, 33 - 42*
- Fitriani, R., Nugraha, & Djameluddin. (2020). Strategi Pengembangan Sektor Industri Alas Kaki Berbahan Kulit dengan Metode Analisis SWOT dan Bisnis Model Canvas. *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*, 18(1), 34-42.
- Hairiyah, N & Amalia, R.R. 2021. Peningkatan Produktivitas Pemasaran Yamni Honey Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Swot. *Agrointek v.15 No 1. 364-370*
- Hambali, A & Andarini, S (2021). Formulasi Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan SWOT Analisis dalam Upaya meningkatkan daya saing pada Piring Seng Coffee dan Co Tunungan Surabaya. *Journal of Applied Business Administration*. 131-142
- Hendrawan, A. K., Wachidah, S. F., & Restuningsih, A. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan dengan Menggunakan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC). *Jurnal Optimasi Teknik Industri (JOTI)*, 5(1), 32.
- Octavanny, V. (2021). Analisis Model Bisnis pada UMKM Kuliner yang Menerapkan Konsep Sharing Food. *Journal of Research on Business and Tourism*, 1(1), 1-15

- 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.
- Wira Sakti, I., Praptono, B., & Hera Sagita, B. (2021). Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Stco.Theway Dengan Menggunakan Pendekatan Metode Business Model Canvas Dan Analisis Swot. *e-Proceeding of Engineering* : Vol.8, No.4. 4041-4053
- Zaratzhembsky, Z., Abdullah (2020), Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) & Swot Pada Usaha Umkm Dogdag Metalworks Di Bandung. *e-Proceeding of Management* : Vol.7, No.1. 141-149