

ANALISIS BISNIS MODEL KANVAS DAN CAPAIAN PENJUALAN

(Studi Pada PT. Karya Satria Malang)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

Dalam Menyelesaikan Program Sarjana

Disusun Oleh

SANDITIA ANITA BUDIARSO

NIM. 19032000080



PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG

2021

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. Hiduplah kamu seperti akan mati besok, berbahagialah kamu seperti hidup
Selamanya
2. Mengalahkan hingga sampai tidak ada seorang pun yang sanggup
Mengalahkanmu, Merendahkan hingga tak seorang pun merendahkanmu
3. Di dunia nyata, orang pintar adalah orang yang melakukan
kesalahan dan mau belajar sehingga bisa terus maju dan berkembang,
sedangkan di sekolah, orang pintar adalah orang yang tidak boleh melakukan
kesalahan
Jadi belajarlh dari dunia nyata agar bisa menjadi seseorang yang sukses

Kupersembahkan

Kepada:

Adik, Kakak tercinta

Almamaterku

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Bisnis Model Kanvas dan Capaian Penjualan
(Studi pada PT. Karya Satria Malang)

Disusun Oleh : Sanditia Anita Budiarmo

NIM : 19032000080

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Universitas : MERDEKA MALANG

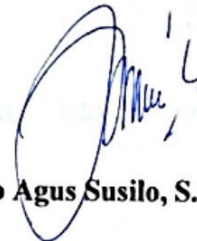
Disetujui Tanggal : 05 Agustus 2021

Dosen Pembimbing I



Dr. Wahyu Wiyani, M.Si

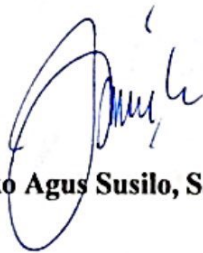
Dosen Pembimbing II



Eko Agus Susilo, S.Sos., M.Si.

Mengetahui, An. D e k a n,

Ketua Program Studi Administrasi Bisnis



Eko Agus Susilo, S.Sos., M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi Oleh Sanditia Anita Budiarmo ini telah di presentasikan di Hadapan Tim

Penguji

Hari : Kamis

Tanggal : 12 Agustus 2021

Tempat : *Zoom Meeting*

Susunan Tim Penguji

Ketua



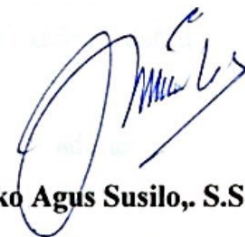
Dr. Roos Widjajani, M.Si.

Sekretaris



Dr. Yuntawati Fristin, M.AB.

Anggota,



Eko Agus Susilo, S.Sos., M.Si.

Mengesahkan

Dekan FISIP Unmer Malang



Dr. SUKARDI, M.Si.

PERNYATAAN ORISINALITAS NASKAH SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sanditia Anita Budiarmo

NIM : 19032000080

Program Studi : Administrasi Bisnis

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas : Merdeka Malang

Mengatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa sepanjang pengetahuan mengenai skripsi yang telah saya susun sekarang ini:

1. Masih belum pernah diajukan oleh orang lain dalam rangka memperoleh gelar akademik Sarjana Strata I
2. Tidak memiliki kesamaan dengan karya-karya tulis ilmiah yang sudah ditulis dan diterbitkan orang lain
3. Setiap kutipan yang bersumber dari karya orang lain pada naskah ini, selalu disebutkan sumber referensinya dan tertulis secara resmi dalam daftar pustaka

Atas dasar pernyataan tersebut, apabila di dalam naskah ini terbukti ada unsur - unsur plagiasi, maka saya bersedia menyatakan karya tulis ilmiah akademik skripsi ini digugurkan dan dengan segala konsekuensi yang menyertainya termasuk pembatalan gelar akademik yang diperoleh, bahkan bersedia untuk diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU Nomor 20 Tahun 2003 Tentang Sisdiknas Pasal 25 Ayat 2 dan Pasal 70) serta **Panduan Pencegahan Plagiasi** yang telah ditetapkan oleh lewat Keputusan Dekan FISIP Unmer Malang Nomor; Kep. 12.A/FISIP/UM/VII/2016 tanggal 7 Juli 2016.

Malang, Juli 2021



Yang menyatakan

Sanditia Anita Budiarmo
Sanditia Anita Budiarmo

ABSTRAK

Sanditia Anita Budiarmo
Fakultas ILMU SOSIAL dan POLITIK Universitas Merdeka Malang
2021

ANALISIS BISNIS MODEL KANVAS DAN CAPAIAN PENJUALAN
(Studi pada PT. Karya Satria Malang)
Dr. Wahyu Wiyani, M.Si
Eko Agus Susilo, S.Sos., M.Si.

Persaingan bisnis yang sangat tajam seperti saat ini merupakan tantangan besar bagi perusahaan untuk tetap dapat bertahan dan meningkatkan penjualan yang diinginkan. Penjualan sebagai salah satu kegiatan penting yang dilakukan oleh setiap perusahaan. Perusahaan harus merencanakan serta melakukan pengendalian secara baik untuk mencapai tujuan perusahaan yaitu peningkatan penjualan. Dalam meningkatkan penjualan perusahaan harus menerapkan strategi yang tepat dimana strategi tersebut harus disusun pada tahap awal seperti halnya dalam penggambaran kertas kerja Bisnis Model Kanvas.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran yang jelas mengenai sistem sembilan elemen bisnis model kanvas yang akan meningkatkan penjualan pada Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang. Tahap selanjutnya dilakukan pengembangan dengan menggunakan analisis *Paired Sample t-Test* yang diawali dengan melihat penjualan perusahaan sebelum menggunakan Bisnis Model Kanvas dan setelah menggunakan Bisnis Model Kanvas. Setelah dilakukannya analisis tersebut maka dapat diketahui pencapaian perusahaan apakah dapat meningkatkan penjualan atau tidak.

Metode penelitian yang digunakan yaitu menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif, yaitu penelitian yang menggunakan penggambaran, penjelasan, dan meringkas berbagai variabel penelitian menurut kejadian yang ada. Penelitian ini dilakukan di perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bisnis Model Kanvas sangat membantu dalam meningkatkan penjualan, hal tersebut dapat terlihat bahwa adanya peningkatan penjualan sebesar 1.299 proyek yang dikerjakan oleh perusahaan PT. Karya Satria Malang. Strategi Bisnis Model Kanvas dilakukan perusahaan dengan cara menerapkan sembilan elemen bisnis yaitu *Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure*. Tingkat Penjualan yang terjadi pada Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang sebelum dan sesudah menggunakan Bisnis Model Kanvas adalah 0.03 ($p < 0.05$). Berdasarkan statistika deskriptif penjualan dapat disimpulkan bahwa Tingkat Penjualan Pada Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang mengalami perbedaan ketika menggunakan Bisnis Model Kanvas.

Kata Kunci : *Bisnis Model Kanvas, Penjualan, Paired Sample t-Test*

ABSTRACT

Sanditia Anita Budiarmo

Fakultas ILMU SOSIAL dan POLITIK Universitas Merdeka Malang

2021

CANVAS MODEL BUSINESS ANALYSIS AND SALES RESULTS

(Study at PT. Karya Satria Malang)

Dr. Wahyu Wiyani, M.Si

Eko Agus Susilo, S.Sos., M.Si.

Business competition is very sharp as it is today is a big challenge for companies to stay afloat and increase the desired sales. Sales as one of the important activities carried out by every company. Companies must plan and control properly to achieve company goals, namely increasing sales. In increasing sales, the company must apply the right strategy where the strategy must be prepared at an early stage as in the description of the Business Model Canvas work paper.

This study aims to find out a clear picture of the nine element canvas business model system that will increase sales at PT. The work of Satria Malang City. The next stage is development using Paired Sample t-Test analysis which begins by looking at the company's sales before using the Business Model Canvas and after using the Business Model Canvas. After doing the analysis, it can be seen whether the company's achievements can increase sales or not.

The research method used is descriptive quantitative research, namely research that uses descriptions, explanations, and summarizing various research variables according to existing events. This research was conducted at the company PT. The work of Satria Malang City. The results of this study were obtained from interviews with leaders and employees of the company PT. The work of Satria Malang City.

The results show that the Canvas Business Model is very helpful in increasing sales, it can be seen that there is an increase in sales of 1,299 projects carried out by the company PT. The work of Satria Malang. The Business Strategy Canvas Model is carried out by the company by implementing nine business elements, namely Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, Cost Structure. The level of sales that occurred in the company PT. The work of Satria Kota Malang before and after using the Canvas Business Model was 0.03 ($p < 0.05$). Based on sales descriptive statistics, it can be concluded that the level of sales at PT. The work of Satria Malang City experienced a difference when using the Canvas Business Model.

Keywords: Business Model Canvas, Sales, Paired Sample t-Test

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

1. Hiduplah kamu seperti akan mati besok, berbahagialah kamu seperti hidup
Selamanya
2. Mengalahkan hingga sampai tidak ada seorang pun yang sanggup
Mengalahkanmu, Merendahkan hingga tak seorang pun merendahkanmu
3. Di dunia nyata, orang pintar adalah orang yang melakukan
kesalahan dan mau belajar sehingga bisa terus maju dan berkembang,
sedangkan di sekolah, orang pintar adalah orang yang tidak boleh melakukan
kesalahan
Jadi belajarlh dari dunia nyata agar bisa menjadi seseorang yang sukses

Kupersembahkan

Kepada:

Adik, Kakak tercinta

Almamaterku

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga dapatlah tersusun skripsi ini dengan judul : “Analisis Bisnis Model Kanvas dan Capaian Penjualan (Studi PT. Karya Satria Malang).” Adapun tujuan penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Universitas Merdeka Malang. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis telah banyak menerima bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak sehingga pada kesempatan yang baik ini dengan segala kerendahan hati penulis ingin menghantarkan terima kasih sedalam-dalamnya kepada yang terhormat :

1. Bapak Drs. Sukardi, MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Bapak Eko Agus Susilo, S.Sos, M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Universitas Merdeka Malang
3. Ibu Dr. Wahyu Wiyani, M.Si dan Bapak Eko Agus Susilo, S.Sos, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan pikiran dalam memberikan bimbingan, pengarahan dan dorongan untuk menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu Dr. Roos Widjajani, M.Si. dan Ibu Dr. Yuntawati Fristin, M.AB. Selaku dosen penguji pada kegiatan ujian skripsi saya.
5. Bapak Pimpinan beserta staff atau karyawan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang yang telah banyak memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.

6. Kedua orang tuaku, atas perhatian dan kasih sayang serta doa restunya, baik berupa materiil maupun spiritual.
7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhirnya mengingat keterbatasan pengetahuan yang penulis miliki, penulis menyadari adanya kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun guna kesempurnaan skripsi ini dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak.

Malang, Juli 2021

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN SAMPUL	
LEMBAR LOGO	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PERSETUJUAN DOSEN PENGUJI	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
HALAMAN ABSTRAKSI	xii
1. BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Perumusan Masalah.....	12
C. Tujuan Penelitian.....	12
D. Manfaat Penelitian	13
1. Manfaat Praktis	13
2. Manfaat Teoritis	13
2. BAB II KAJIAN PUSTAKA	
A. Strategi Pemasaran	14
1. Strategi	14
2. Pemasaran	15
3. Strategi Pemasaran	16
B. Bisnis	17
1. Strategi Bisnis	20
2. Model Bisnis	21
C. Bisnis Model Kanvas.....	23
1. Customer Segments	25
2. Value Proposition.....	26
3. Channels.....	26
4. Customer Relationship.....	27

5. Revenue Streams.....	28
6. Key Resources	29
7. Key Activities	30
8. Keys Partnership	31
9. Cost Structure	31
D. Penjualan	32
1. Proses Penjualan	33
2. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penjualan	34
3. Volume Penjualan	38
4. Indikator Volume Penjualan	39
5. Usahan untuk Meningkatkan Volume Penjualan	41
E. Periklanan	41
F. Kerangka Pikir	43
3. BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	44
B. Populasi, <i>Sampling</i> , dan Teknik <i>Sampling</i>	45
1. Populasi	45
2. Sampel	46
3. Teknik <i>Sampling</i>	46
C. Variabel Penelitian	48
D. Jenis Data	48
1. Data Primer	48
2. Data Sekunder	50
E. Teknik Pengumpulan Data	51
1. Penelitian Kepustakaan (<i>Library Research</i>)	51
2. Wawancara	51
3. Observasi	53
4. Dokumentasi	56
F. Analisis Penelitian	56
1. Analisis Deskriptif	57
2. Uji <i>Paired Sample T-test</i>	60

4. BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan	65
1. Sejarah Berdirinya Perusahaan	65
2. Visi dan Misi Perusahaan	66
3. Struktur Organisasi Perusahaan	67
B. Bisnis Model Kanvas	70
1. Perusahaan PT. Karya Satria Sebelum Menggunakan Bisnis Model Kanvas	70
a) <i>Customer Segments</i>	70
b) <i>Proposional Nilai (Value Propositions)</i>	71
c) <i>Saluran (Channels)</i>	72
d) <i>Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)</i>	72
e) <i>Arus Pendapatan (Reveneue streams)</i>	72
f) <i>Sumber Daya Utama (Key Resource)</i>	73
g) <i>Aktivitas Utama (Key Activitie)</i>	73
h) <i>Bangunan Kemitraan (Key Patnership)</i>	74
i) <i>Struktur Biaya (Cost Structure)</i>	74
j) <i>Model Bisnis Kanvas</i>	75
2. Perusahaan PT. Karya Satria Sebelum Menggunakan Bisnis Model Kanvas	76
a) <i>Customer Segments</i>	76
b) <i>Proposional Nilai (Value Propositions)</i>	77
c) <i>Saluran (Channels)</i>	79
d) <i>Hubungan Pelanggan (Customer Relationship)</i>	81
e) <i>Arus Pendapatan (Reveneue streams)</i>	82
f) <i>Sumber Daya Utama (Key Resource)</i>	83
g) <i>Aktivitas Utama (Key Activitie)</i>	85
h) <i>Bangunan Kemitraan (Key Patnership)</i>	86
i) <i>Struktur Biaya (Cost Structure)</i>	88
j) <i>Model Bisnis Kanvas</i>	90
C. Aktivitas Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang	90
1. Proses Pemesanan proyek Jasa Periklanan yang dilakukan	

Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang	90
2. Proses konfirmasi Pembayaran	92
D. Tingkat Penjualan	93
1. Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Sebelum	
Menggunakan Bisnis Model Kanvas	94
2. Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Setelah	
Menggunakan Bisnis Model Kanvas	100
3. Perbedaan Tingkat Penjualan	106
4. Pembahasan Mengenai Uji Statistik <i>Paired Sample T-test</i> ...	108
a) Perolehan Penjualan Sebelum dan Sesudah Menggunakan	
Bisnis Model Kanvas	108
b) Uji <i>Paired Sample Statistics</i>	109
c) Uji <i>Paired Samples Correlations</i>	110
d) Uji <i>Paired Samples Test</i>	111
5. Pembahasan	112
5. BAB III KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	114
B. Saran	115
6. DAFTAR PUSTAKA	
7. LAMPIRAN	
8. DAFTAR RALAT	

DAFTAR TABEL

TABEL	Halaman
1. Tabel Uji Statistik <i>Paired Sample t-Test</i>	61
2. Tabel Uji Statistik <i>Paired Sample t-Test</i> Sebelum Menggunakan Bisnis Model Kanvas	61
3. Tabel Uji Statistik <i>Paired Sample t-Test</i> Setelah Menggunakan Bisnis Model Kanvas	62
4. Lembar Kertas Kerja Sebelum Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Menggunakan Bisnis Model Kanvas	75
5. Lembar Kertas Kerja Setelah Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Menggunakan Bisnis Model Kanvas	90
6. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Bulan Januari 2021	95
7. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Bulan Februari 2021 ...	96
8. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Bulan Maret 2021	97
9. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Sebelum Menggunakan Bisnis Model Kanvas	98
10. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Bulan April 2021	100
11. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Bulan Mei 2021	102
12. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Bulan Juni 2021	103
13. Penjualan Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang Setelah Menggunakan Bisnis Model Kanvas	105
14. Perbandingan Tingkat Penjualan PT. Karya Satria Kota Malang	106
15. Perbandingan Penjualan PT. Karya Satria Kota Malang Sebelum dan Sesudah Menggunakan Bisnis Model Kanvas	108
16. Uji <i>Paired Sample Statistics</i>	109
17. Uji <i>Paired Sample Correlations</i>	110
18. Uji <i>Paired Sample T-test</i>	111
19. Lembar Kertas Kerja Sembilan Elemen Bisnis Model Kanvas PT. Karya Satria Kota Malang	114

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR	Halaman
1. Kerangka Sembilan Elemen Bisnis Model Kanvas	25
2. Faktor Mempengaruhi Kegiatan Penjualan.....	35
3. Kerangka Pikir	43
4. Data Awal Ketika Memasukkan kedalam Aplikasi SPSS	63
5. Langkah Untuk Mengetahui Perhitungan Uji <i>Paired Sample T-test</i>	63
6. Struktur Organisasi Kerja Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang.....	68
7. Contoh Desain Iklan dari Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang	78
8. Contoh Pemasangan Iklan <i>Isidentil</i> Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang	91
9. Contoh Pemasangan Iklan Permananen Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang	92
10. Grafik Tingkat Penjualan yang Diperoleh oleh Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang	107

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN

1. Lampiran Hasil Cek Plagiasi
2. Lampiran *Interview Guide*
3. Lampiran Data Penjualan PT. Karya Satria Kota Malang