

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN
METODE SWOT DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
PADA DATANET *DIGITAL PRINTING***



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan Gelar Sarjana
Program Strata-1 Pada Program Studi Teknik Industri Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Palembang**

Oleh :

**Riko Herdian
15 2021 013**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
2025**

SKRIPSI

**ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN
METODE SWOT DAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)
PADA DATANET *DIGITAL PRINTING***

Dipersembahkan Dan Disusun Oleh :

**Riko Herdian
152021013**

Telah Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Pada Tanggal 14 Agustus 2025

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing Utama



Nidya Wisudawati, S.T.,M.T.,M. Eng

Dewan Penguji

Ketua Penguji



Merisha Hastarina, S.T.,M.Eng

Anggota Peguji



Bayu Wahyudi, S.T.,M.T

**Laporan Skripsi Ini Telah Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Teknik (S.T.)**

Palembang, 30 Agustus 2025

Ketua Program Studi Teknik Industri



**Merisha Hastarina, S.T.,M.Eng
NBM/NID : 1240553/0230058401**



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS TEKNIK
PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI

Jl. Jendral A. Yani 13 Ulu Palembang 30263. Telp (0711) 518764
Website : teknikindustri.um-palembang.ac.id

Bismillahirrahmanirrahim

Nama : Riko Herdian
NRP : 152021013
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan
Metode SWOT Dan *Business Model Canvas* (BMC)
Pada *Datanet Digital Printing*

Telah Mengikuti Ujian Sidang Sarjana Program Studi Tekni Industri
Periode Ke- 15 Tanggal Empat Belas Agustus Tahun Dua Ribu Dua Puluh
Lima.

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Palembang, 30 Agustus 2025
Pembimbing Pendamping

Nidya Wisudawati, S.T., M.T., M. Eng
NBM/NIDN:1240723/0205088903

Ir. Masayu Rosvidah, S.T., M.T
NBM/NIDN:1189341/0210117503

Mengetahui,
Dekan
Fakultas Teknik

Ketua Program Studi
Teknik Industri



Ir. A. Junaidi, M.T.
NBM/NIDN:763050/0202026502



Merisha Hastarina, S.T., M.Eng
NBM/NIDN:1240553/0230058401

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

“ Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan? ”

-QS. Ar-Rahman: 13-

“ Jika jalannya terlihat terlalu mudah mungkin kamu berada di jalan yang salah “

-Monkey D Luffy-

From Zero To Hero

-Jokowi-

PERSEMBAHAN:

Dengan penuh rasa syukur dan hormat, skripsi ini ditunjukkan dan dipersembahkan kepada:

1. Orang Tua Dan Keluargaku tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan yang membantu saya selama proses perkuliahan.
2. Dosen Pembimbing ibu Nidya Wisudawati, S.T.,M.T.,M.Eng dan ibu Ir. Masayu Rosyidah, S.T.,M.T yang selalu memberikan bimbingan dan masukan dan juga dukungan terhadap penyelesaian skripsi ini.
3. Teman dan Sahabat jurusan Teknik Industri Angkatan 2021

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang diajukan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Teknik pada Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penulis menyadari bahwa penyusunan ini skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang
2. Bapak Ir. A Junaidi, M.T selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Muhammadiyah Palembang
3. Ibu Merisha Hastarina, S.T., M.Eng selaku Ketua Program Studi Teknik Industri
4. Ibu Nidya Wisudawati, S.T., M.T., M.Eng. selaku Sekretaris Program Studi sekaligus Dosen Pembimbing Pertama.
5. Ibu Ir. Masayu Rosyidah, S.T., M.T., selaku Dosen Pembimbing Kedua.
6. Bapak/Ibu dosen Program Studi Teknik Industri yang telah memberikan wawasan dalam hal teori dan semua pihak yang membantu dalam kegiatan menyangkut penyusunan skripsi.

7. Yang tercinta kedua orang tua penulis, Bapak Gunawan dan Ibu Asmawati serta keluarga yang telah memberikan dukungan dan mendoakan dalam penulisan skripsi ini.

8. Teristimewa, untuk pemilik nama Agnes Anugrah, terima kasih telah berkontribusi banyak dalam penulisan skripsi ini, yang selalu membantu, menemani, meluangkan waktu dan tenaga, serta memberikan semangat untuk penyelesaian skripsi ini.

Demi kesempurnaan skripsi ini, saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya skripsi ini dapat bermanfaat.

Palembang, Agustus 2025

Peneliti

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh pihak lain untuk mendapatkan karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebut dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S-1) dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku (UU) No. 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan pasal 70.

Palembang,

Mahasiswa



Nama : Riko Herdian

NIM : 152021013

ABSTRAK

ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN METODE SWOT DAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA DATANET DIGITAL PRINTING

Riko Herdian

Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang

rikoherdian12@gmail.com

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis Datanet Digital Printing Palembang menggunakan pendekatan SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC). Datanet merupakan usaha digital printing yang telah beroperasi sejak tahun 2005 namun menghadapi tantangan berupa meningkatnya jumlah kompetitor dan belum optimalnya strategi pemasaran digital. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Hasil analisis SWOT menunjukkan adanya kekuatan seperti harga kompetitif dan pelayanan cepat, namun terdapat kelemahan dalam manajemen pemasaran dan digitalisasi. Peluang muncul dari pertumbuhan industri kreatif dan *e-commerce*, sementara ancaman berasal dari persaingan yang ketat dan perubahan teknologi. Analisis BMC menunjukkan perlunya penguatan di elemen *customer relationship* dan *channels*. Strategi yang dihasilkan antara lain optimalisasi media sosial, peningkatan kemitraan, dan inovasi layanan berbasis digital. Penelitian ini memberikan rekomendasi strategi pengembangan yang dapat memperkuat posisi Datanet di pasar lokal serta meningkatkan daya saing melalui pendekatan model bisnis yang lebih adaptif dan berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, SWOT, *Business Model Canvas*, UKM, Digital Printing

ABSTRACT

ANALYSIS OF BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGIES USING SWOT AND BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) AT DATANET DIGITAL PRINTING

Riko Herdian

*Teknik Industri, Universitas Muhammadiyah Palembang
rikoherdian12@gmail.com*

This study aims to analyze the business development strategy of Datanet Digital Printing Palembang using SWOT and Business Model Canvas (BMC) approaches. Datanet is a digital printing business operating since 2005, facing challenges such as increasing competition and suboptimal digital marketing strategies. This research uses a descriptive qualitative approach with data collected through observation, interviews, and questionnaires. SWOT analysis reveals strengths like competitive pricing and fast service, while weaknesses include underdeveloped marketing management and limited digitalization. Opportunities arise from the growth of the creative industry and e-commerce, whereas threats include intense competition and rapid technological changes. The BMC analysis highlights the need to strengthen customer relationships and distribution channels. The resulting strategies include optimizing social media usage, increasing partnerships, and innovating digital-based services. This research offers strategic recommendations to enhance Datanet's market position and competitiveness through a more adaptive and sustainable business model approach.

Keywords: *Business Strategy, SWOT, Business Model Canvas, Digital Printing, UKM.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.6 Sistematika Penulisan.....	5
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Usaha Kecil dan Menengah.....	7
2.1.1 Karakteristik UKM.....	7
2.1.2 Peranan UKM Terhadap Perekonomian Indonesia.....	8
2.2 <i>Datanet Digital Printing</i>	9

2.3 Strategi dan Pengembangan Bisnis.....	10
2.4 Analisis SWOT.....	11
2.3.1 Faktor-Faktor dalam Analisis SWOT.....	13
2.3.2 Prosedur Analisis SWOT	15
2.3.3 Matriks IFAS & EFAS.....	18
2.3.4 Kuadran SWOT.....	19
2.3.5 Matriks SWOT	21
2.5 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	22
2.5.1 Langkah-Langkah <i>Business Model Canvas</i>	24
2.5.2 Daftar Pertanyaan BMC.....	26
2.6 Penelitian Terdahulu.....	27
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	31
3.1 Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
3.2 Sumber Data	32
3.3 Metode Pengumpulan Data	32
3.4 Metode Pengolahan Data.....	33
3.4.1 Langkah-Langkah Analisis SWOT	34
3.4.2 Langkah-Langkah <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	37
3.5 Diagram Alir Penelitian.....	38
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Pengumpulan Data	40
4.1.2 Penentuan Populasi dan Sampel Data	40
4.1.3 Penentuan Bobot dan <i>Rating</i>	48
4.1.4 Identifikasi Kategori.....	49

4.1.5 Matriks SWOT	51
4.1.6 Analisis Strategi	53
4.1.7 Kebijakan Strategis	54
4.2 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	58
4.2.1 Model Bisnis Eksisting	58
4.2.2 Pengembangan Model Bisnis	62
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Faktor <i>Internal</i>	64
4.3.2 Faktor <i>Eksternal</i>	65
4.3.3 Strategi dalam pengembangan Datanet <i>Digital Printing</i>	65
4.3.4 Impelementasi	67
BAB 5 PENUTUP	73
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Daftar Pertanyaan Elemen <i>Business Model Canvas</i>	26
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	27
Tabel 4. 1 Hasil Studi Literatur dan Observasi	41
Tabel 4. 2 Hasil Studi Literatur dan Observasi (Lanjutan)	42
Tabel 4. 3 Pernyataan Faktor <i>Internal</i>	43
Tabel 4. 4 Pernyataan Faktor <i>Eksternal</i>	43
Tabel 4. 5 Hasil Kuesioner Faktor <i>Internal</i>	44
Tabel 4. 6 Hasil Kuesioner Faktor <i>Internal</i> (Lanjutan).....	45
Tabel 4. 7 Hasil Kuesioner Faktor <i>Internal</i> (Lanjutan).....	46
Tabel 4. 8 Hasil Kuesioner Faktor <i>Eksternal</i>	48
Tabel 4. 9 Tabel Bobot dan <i>Rating</i> Faktor <i>Internal</i>	48
Tabel 4. 10 Bobot dan <i>Rating</i> Faktor <i>Eksternal</i>	49
Tabel 4. 11 Analisis IFAS	50
Tabel 4. 12 Analisis EFAS.....	50
Tabel 4. 13 Matriks SWOT UKM Datanet Digital Printing	52
Tabel 4. 14 Ringkasan Tabel Bobot dan Rating	53
Tabel 4. 15 Tabel Analisis SWOT Datanet <i>Digital Printing</i>	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Logo Datanet <i>Digital Printing</i>	9
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Datanet <i>Digital Prinitng</i>	10
Gambar 2. 3 Langkah-Langkah Analisis SWOT	15
Gambar 2. 4 Kuadran SWOT	20
Gambar 2. 5 Matriks SWOT	22
Gambar 2. 6 Kerangka <i>Business Model Canvas</i>	25
Gambar 3. 1 Lokasi Penelitian	31
Gambar 3. 2 Diagram Alir Penelitian	39
Gambar 4. 1 Kuadran SWOT UKM Datanet <i>Digital Printing</i>	54
Gambar 4. 2 Gambar Business Model Canvas Datanet <i>Digital Printing</i> Saat Ini	62
Gambar 4. 3 Usulan <i>Business Model Canvas</i>	63
Gambar 4. 4 <i>Landing Page</i> 1	68
Gambar 4. 5 <i>Landing Page</i> 2	68
Gambar 4. 6 <i>Landing Page</i> 3	68
Gambar 4. 7 <i>Landing Page</i> 4	69
Gambar 4. 8 <i>Landing Page</i> 5	69
Gambar 4. 9 <i>Landing Page</i> 6	69
Gambar 4. 10 <i>Landing Page</i> 7	70
Gambar 4. 11 <i>Bundling Package</i> Jam Dinding & Mug	70
Gambar 4. 12 <i>Bundling Package</i> ID Card	71
Gambar 4. 13 <i>Bundling Package</i> Kaos dan Topi	71

Gambar 4. 14 <i>Bundling Package</i> Topi dan Totebag	72
Gambar 4. 15 <i>Bundling Package</i> Kaos dan Lanyard	72

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor industri kreatif merupakan salah satu bidang yang mampu menunjang keberhasilan pembangunan ekonomi di Indonesia, sehingga tidak mengherankan jika para pelaku bisnis di dalamnya mengalami peningkatan yang signifikan (Syafitri & Nisa, 2024). Berdasarkan Peraturan Presiden Republik Indonesia tahun (2015) tentang ekonomi kreatif, pemerintah menunjukkan komitmennya untuk membangun ekonomi kreatif yang berfokus pada pertumbuhan industri kreatif Perpres (2015). Salah satu sektor industri kreatif yang memiliki potensi besar untuk berkembang adalah industri percetakan (Nugraha et al., 2023).

Industri percetakan di Indonesia saat ini bahkan tergolong sebagai bisnis yang tidak akan punah, karena terus berkembang seiring kemajuan teknologi (Nugraha et al., 2023). Menurut Bhinneka (2024), pertumbuhan industri digital printing di Indonesia mencapai 14,9%, sebanding dengan nilai industri global sebesar USD 47 miliar. Peralihan dari mesin cetak tradisional ke digital membuat bisnis percetakan semakin efisien dan berkembang (Marchelinka, 2023) Menurut (Septianan et al., 2024), bisnis *digital printing* memberikan peluang besar untuk meraih keberhasilan, namun di sisi lain juga menantang para pelaku usaha untuk terus berinovasi di tengah persaingan yang semakin ketat. Salah satu pelaku utama di bidang ini adalah Datanet *Digital Printing*.

Datanet *Digital Printing* merupakan bisnis yang bergerak dalam industri *Digital Printing* yang berdiri sejak 2005, menyediakan layanan cetak seperti baliho,

stiker, baju, spanduk, dan *id card*. Dengan komitmen pada kualitas dan kecepatan, Datanet melayani korporasi, UKM, dan instansi pemerintah. Meski telah beroperasi sejak tahun 2005, Datanet *Digital Printing* masih menghadapi tantangan besar dalam pengembangan bisnisnya, seperti meningkatnya kompetitor dan strategi pemasaran yang belum optimal. Berdasarkan data *internal* dan hasil wawancara bersama *owner* Datanet Digital Printing, Datanet *Digital Printing* mengalami penurunan penjualan sebesar 19% dalam tiga tahun terakhir. Datanet *Digital Printing* juga belum memanfaatkan *platform digital* dan media sosial secara maksimal untuk memperluas pasar, baik di dalam maupun luar Palembang.

Melalui permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk menganalisis strategi pengembangan bisnis yang diterapkan oleh Datanet *Digital Printing* Palembang dalam merancang strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya saing penjualan dan menciptakan keunggulan kompetitif. Penelitian sebelumnya oleh Nurairin & Yan Orgianus, (2022) menggunakan metode SWOT dan QSPM untuk menyusun prioritas strategi pada industri garmen. Sementara itu, Assylla & Nugraha, (2022) menerapkan pendekatan SWOT dan TOPSIS dalam merancang strategi pemasaran produk bakery. Adapun penelitian oleh Sonny Nugroho et al., (2022) menggunakan metode *Value Chain* untuk meningkatkan nilai jual pada industri pakaian.

Dari beberapa penelitian diatas terdapat beberapa kesamaan dan perbedaan dalam mengembangkan strategi pengembangan bisnis. Pada penelitian ini akan menggunakan analisis *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. Menurut (Prabowo et al., 2025) ***Business Model Canvas (BMC)*** digunakan untuk

membuat kerangka strategi bisnis dan mengembangkan strategi pemasaran baru, sementara itu, analisis SWOT digunakan untuk mengkaji kondisi *internal* dan *eksternal* perusahaan dengan mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Melalui pendekatan ini, Datanet *Digital Printing* dapat mengetahui aspek yang perlu diperbaiki serta potensi pasar yang bisa dimanfaatkan lebih luas.

Berdasarkan apa yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis dengan Metode SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC) pada Datanet *Digital Printing* Palembang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apa saja faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Datanet *Digital Printing* Palembang?
2. Bagaimana strategi bisnis yang efektif berdasarkan posisi Datanet *Digital Printing* Palembang untuk dapat meningkatkan usahanya?
3. Bagaimana strategi inovasi *Business Model Canvas* pada Datanet *Digital Printing* Palembang?

1.3 Batasan Masalah

Mengingat adanya keterbatasan waktu dan anggaran, penting untuk menetapkan batasan dalam penelitian ini, agar fokus dalam penyelesaian masalah

dan penyelesaiannya dapat dilakukan tepat waktu. Oleh karena itu, pembahasan dalam penelitian ini akan dibatasi pada hal-hal berikut:

1. Penelitian ini akan menggunakan data 3 tahun terakhir
2. Penelitian ini akan berfokus pada strategi pengembangan bisnis di Datanet *Digital Printing* dan terbatas pada tahap implementasi.
3. Diasumsikan bahwa data penjualan selama 3 bulan terakhir mencerminkan kondisi penjualan yang normal dan tidak dipengaruhi oleh faktor *eksternal*, seperti promosi besar-besaran, dan peringatan hari besar nasional.
4. Penelitian hanya menganalisis bentuk persaingan *online* antar pelaku usaha percetakan digital.

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada Datanet *Digital Printing* Palembang.
2. Untuk mengetahui strategi bisnis apa yang seharusnya dikembangkan oleh Datanet *Digital Printing* Palembang untuk dapat meningkatkan usahanya.
3. Untuk membuat strategi inovasi *Business Model Canvas* pada Datanet *Digital Printing* Palembang.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas

Penelitian ini tidak hanya bermanfaat bagi mahasiswa sebagai individu, tetapi juga bagi universitas dalam hal memperkaya pengetahuan, mengembangkan sumber daya manusia, dan memperkuat keterlibatan dengan masyarakat dan industri.

2. Bagi Masyarakat

Penelitian ini membantu UKM untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan internal mereka serta peluang dan ancaman dari lingkungan eksternal. Dengan pemahaman yang lebih baik tentang posisi mereka di pasar, UKM dapat mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing mereka, yang pada gilirannya dapat membantu mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

3. Bagi Mahasiswa

Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat memperluas dan memperdalam pengetahuannya tentang topik tertentu khususnya Analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC). Proses penelitian memungkinkan mahasiswa untuk mengeksplorasi lebih dalam dan mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang subjek yang diminati.

1.6 Sistematika Penulisan

Adapun sistematika penulisan skripsi adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab 1 ini menjelaskan secara singkat mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab 2 ini memuat kajian literatur deduktif dan induktif yang dapat membuktikan bahwa topik skripsi yang diangkat memenuhi syarat dan kriteria yang telah dijelaskan diatas.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Pada bab 3 ini menguraikan mengenai metode dan cara dalam melakukan penelitian ini, mulai dari pendahuluan, identifikasi masalah, studi pustaka, pengumpulan data, pengolahan data hingga pada penarikan kesimpulan dan pemberian saran.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab 4 ini berisi tentang data-data yang dikumpulkan dalam penelitian dan pengolahan data yang digunakan sebagai dasar pada pembahasan masalah dan mengemukakan analisis hasil pengolahan data dan pemecahan masalah.

BAB 5 PENUTUP

Bab 5 ini mengemukakan kesimpulan dan saran mengenai penelitian yang penulis sampaikan sebagai hasil pemikiran yang mungkin berguna bagi penulis, perusahaan, dan pembaca.

DAFTAR PUSTAKA

- Assylla, S., & Nugraha. (2022). Perancangan Strategi Pemasaran dengan Pendekatan Analisis SWOT dan Metode TOPSIS. *Jurnal Riset Teknik Industri*, 2, 129–140. <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1283>
- Bhinneka. (2024). *Bisnis Digital Printing di Indonesia, Peluang Usaha Menjanjikan di Tahun 2024*. Bhinneka. <https://www.bhinneka.com/blog/bisnis-digital-printing-di-indonesia/>
- Dwi Fatimah, F. N. (2020). Teknik Analisis SWOT. In *ANAK HEBAT INDONESIA*. ANAK HEBAT INDONESIA.
- Farhan Abdulaziz, M., Sudiana, K., & Eka Fitria, S. (2022). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (BMC) Dan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Dan Threats (SWOT) Pada Usaha Kecil Kue Ny Lina Di Kota Bogor. *E-Proceeding of Management*, 9(2), 161–171. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/17621/17365>
- Hambali, I. R., Kadji, M. A., Nani, S., Niode, I., Payu, B. R., & Rahman, E. (2017). *Identifikasi Karakteristik Permasalahan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (UMKM) Dan Alternatif Kebijakan Strategis Pengembangannya Di Kabupaten Boalemo*. <https://lens.org/147-981-696-940-270>
- Hastuti, H. D., & Sari, L. (2023). Penerapan Analisis SWOT Terhadap Penentuan Strategi Peningkatan Daya Saing Saleh Pisang Nazen Rawalo. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.26858/jab.v2i1.43157>

- Iwan, K., Kurniawan, A., & Waisarayutt, C. (2019). SWOT Analysis For Determining Sustainability Development Strategy Of The Local Enablers Community, a Social Business Ecosystem At Universitas Padjadjaran, Jatinangor, Indonesia. *Walailak Procedia*, 1, 1–13. <http://wjst.wu.ac.th/index.php/wuresearch>
- Johansyah, B. (2020). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN ANALISIS SWOT DAN BUSINESS CANVAS MODEL DI PT. BIRO KLASIFIKASI INDONESIA (PERSERO) CABANG MAKASSAR*. Hasanuddin.
- Kurniawan, R. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Analisis SWOT Pada Pengguna Indihome di FEB UMSU. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Lady Rara Prastiwi, I., Soenarjanto, B., & Susiantoro, A. (2022). Strategi Pengembangan UMKM Desa Pekarungan Berbasis Analisis SWOT. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 1–13.
- Marchelinka, S. (2023). Sejarah Penerbitan Dan Percetakan Di Indonesia. *Hypothesis (Multidisciplinary Journal Of Social Sciences)*, 02(1), 258–264.
- Mujiono, M. (2021). *Business Model Canvas : Panduan Praktis Kelola Bisnis BUM Desa* (Vol. 1, Issue 1). Penerbit Elmarkazi. <https://play.google.com/books/reader?id=euULLQAAAEAJ&pg=GBS.PA3>
- Munthe, A., Yarham, M., & Siregar, R. (2023). Peranan UMKM terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(3), 593–614.
- Novitasari, D., & Wijaya, A. halim. (2021). Sistem Informasi Pemesanan dan

- Inventaris Berbasis Web untuk Layanan Percetakan Online dengan Metode TAM. *Tech-E*, 5(1), 87–92. <https://doi.org/10.31253/te.v5i1.665>
- Nugraha, G. I. K., Firdaus, M. R., & Ratri, A. M. (2023). Eksistensi Industri Percetakan dan Penerbitan di Masa Pandemi Covid-19 : Sebuah Prespektif. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 10(1), 79–86.
- Nurairin, D. A., & Yan Orgianus. (2022). Perbaikan Strategi Pengembangan Perusahaan dengan Metode Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM). *Jurnal Riset Teknik Industri*, 161–170. <https://doi.org/10.29313/jrti.v2i2.1335>
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., & Smith, A. (2012). *Business Model Generation*. PT. Elex Media Komputindo.
- Perpres. (2015). Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 6 Tahun 2015 tentang Ekonomi Kreatif. In *Sekretariat Negara*. <https://peraturan.bpk.go.id/Details/41725/perpres-no-6-tahun-2015>
- Prabowo, D. A., Wolok, E., & Junus, S. (2025). Penerapan business model canvas sebagai alternatif strategi bisnis pada UKM Rumah Karawo. *JUTIN (Jurnal Teknik Industri Terintegrasi)*, 8(1), 416–425.
- Sagala, P. M., Tarigan, K. M. B., Andarini, S., & Kusumasari, I. R. (2024). Analisis Pentingnya Perencanaan dan Pengembangan Bisnis dalam Meningkatkan Kinerja Perusahaan. *Karya: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 150–159.
- Septianan, E. W., Nugroho, A. D., & Wahjoedi, T. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Jasa Digital Printing Melalui Analisis SWOT di CV. PAPERKU. *Social Sciences Journal*, 2(2), 128–140.

- Sonny Nugroho, Denny Siregar, Didin Sjarifudin, & Muhendra, R. (2022). Analisis dan pengembangan strategi bisnis menggunakan metode value chain (Studi Kasus: PD. XYZ). *JENIUS: Jurnal Terapan Teknik Industri*, 3(2), 114–122. <https://doi.org/10.37373/jenius.v3i2.321>
- Sudarta Bachtiar, T., & Bakhrul Muchtasib, A. (2022). Pengaruh Pengetahuan Riba, Motivasi Konsumen dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Penggunaan PayLater dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus Generasi Milenial Muslim Pengguna ShopeePayLater di Jabodetabek). *Prosiding SNAM PNJ*.
- Suhartini, Mochammad Basjir, & Nur Robbi. (2023). Rancangan Strategi Produk Furniture dengan Pendekatan SWOT untuk Meningkatkan Daya Saing. *Journal of Research and Technology*, 8(2), 259–266. <https://doi.org/10.55732/jrt.v8i2.769>
- Suyadi, Syahdanur, & Suryani, S. (2023). Analisis Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Bengkalis-Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 29(Upaya pengembangan umkm), 3–10. <http://jurnal.unpad.ac.id/sosiohumaniora/article/view/12249/6227>
- Syafitri, A. D. A., & Nisa, F. L. (2024). Perkembangan serta Peran Ekonomi Kreatif di Indonesia dari Masa ke Masa. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Manajemen*, 2(3), 189–198. <https://doi.org/10.59024/jise.v2i3.810>
- Tisyani, A. S., & Sushandoyo, D. (2023). E-Commerce Platforms as Business Agility Reinforcement To Compete In The Market: Cases Of Indonesian MSME. *Journal Integration of Management Studies*, 1(1), 83–92. <https://doi.org/10.58229/jims.v1i1.23>

- Wardhana. (2024). Pengertian Strategi dan Kebijakan dalam bisnis. *Https://Www.Researchgate.Net/Publication/382064818*, July. https://www.researchgate.net/publication/382064818_Pengertian_Strategi_Dan_Kebijakan_Dalam_Bisnis
- Wiswata, 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
- Yan, W. J., & Chiou, S. C. (2020). Dimensions of customer value for the development of digital customization in the clothing industry. *Sustainability (Switzerland)*, 12(11), 1–27. <https://doi.org/10.3390/su12114639>
- Yosepa, H., Samsudin, A., & Ramdan, A. M. (2020). Pengembangan Sumber Daya Manusia (SDM) terhadap Tingkat Etos Kerja Karyawan pada Hotel Santika Sukabumi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 742. <https://doi.org/10.26740/jim.v8n3.p742-747>