DAFTAR ISI

DAFTAR RIWAYAT HIDUP ..... **i**
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS ..... **vi**
SURAT PERNYATAAN PUBLIKASI ..... **vi**
ABSTRAK ..... **iv**
ABSTRACT ..... **v**
KATA PENGANTAR ..... **vi**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang **1**
1.2 Identifikasi Masalah **2**
1.3 Batasan Masalah **3**
1.4 Rumusan Masalah **4**
1.5 Tujuan Penelitian **4**
1.6 Manfaat Penelitian **5**

BAB II KAJIAN PUSTAKA **7**
2.1 Model Bisnis 7
2.1.1 Pengertian Model Bisnis 7
2.1.2 Elemen-Elemen Model Bisnis 8
2.1.3 Pentingnya Model Bisnis bagi UMKM Kuliner 12
2.3.2 *Google Business Profile* sebagai Saluran Digital Marketing 29

BAB III METODE PENELITIAN **35**
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian 35
3.5.1 Wawancara Mendalam 41
3.5.3 Dokumentasi 43

3.8 Keabsahan Data 50
3.9 Jadwal Penelitian 51

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian 54
4.1.1 Produk dan Layanan 55
4.2 Hasil Wawancara Mendalam dengan Pemilik 55
4.2.1 Kondisi Operasional Bisnis 55
4.2.2 Masalah Utama yang Dihadapi 56
4.2.3 Keunggulan Kompetitif Berdasarkan Wawancara Pemilik 56
4.2.4 Persepsi Pemilik terhadap Peluang dan Ancaman Bisnis 58
4.3 Hasil Wawancara Mendalam dengan Pelanggan 58
4.3.2 Penilaian Pelanggan terhadap Produk dan Layanan 59
4.3.4 Pemetaan Segmen Pelanggan dari Wawancara 61
4.4 Matriks Temuan Wawancara sebagai Dasar Analisis SWOT 62
4.5 Analisis SWOT Cooking by Juju *Snack Box & Catering* 66
4.5.1 *Strengths* (Kekuatan) 67
4.5.2 *Weaknesses* (Kelemahan) 70
4.5.3 *Opportunities* (Peluang) 73
4.5.4 *Threats* (Ancaman) 76
4.5.5 Kuantifikasi Faktor SWOT: Pemberian Bobot dan Rating 78
4.5.6 Matriks SWOT Cooking by Juju *Snack Box & Catering* 88
4.5.7 Rumusan Strategi Berdasarkan Matriks SWOT 89
4.5.8 Kesimpulan Analisis SWOT dan Relevansinya terhadap Lean Canvas 91
4.6 Model Bisnis *Lean Canvas* Kondisi Eksisting 94
4.6.1 Analisis Sembilan Elemen *Lean Canvas* - Kondisi Eksisting 94
4.7 Model Bisnis *Lean Canvas* Usulan 97
4.7.1 Perubahan Strategis pada Setiap Elemen - Model Usulan 98
4.7.2 Perbandingan *Lean Canvas* Eksisting dan Model Usulan 101
4.8 Implementasi Elemen *Channels: Google Business Profile* 102
4.8.1 Tahap Persiapan Implementasi 102
4.8.2 Proses Pembuatan *Google Business Profile* 103

4.8.3 Hasil Implementasi dan Tampilan Profil 105
4.8.4 Optimasi Lanjutan *Google Business Profile* 107
4.8.5 Keterkaitan Implementasi dengan *Lean Canvas* Usulan 109

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 112
5.1 Kesimpulan 112
5.2 Saran 113

DAFTAR PUSTAKA 115

UNIVERSITAS NEGERI MEDAN
UNIMED
THE Character Building UNIVERSITY