UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Kanvas Model Bisnis (BMC) dan Analisis ABC pada Pengembangan Model Bisnis Minimarket Bahan Bangunan
ELSANI RANA ISYAHNUNI, Rika Fatimah, P.L., ST., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI i
DAFTAR TABEL iv
DAFTAR GAMBAR v
DAFTAR LAMPIRAN vi
ABSTRAK vii
ABSTRACT viii
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Lingkungan Eksternal 1
1.2 Lingkungan Internal 5
1.3 Rumusan Masalah 7
1.4 Pertanyaan Penelitian 8
1.5 Tujuan Penelitian 8
1.6 Manfaat dan Batasan Penelitian 9
1.7 Sistematika Penulisan 10
BAB II LANDASAN TEORI 11
2.1 Material Bangunan 11
2.2 Toko Ritel 14
2.2.1 Minimarket 17
2.3 Kanvas Model Bisnis (BMC) 18
2.3.1 Segmen Pelanggan (*Customer Segments*) 19
2.3.2 Proposisi Nilai (*Value Propositions*) 20
2.3.3 Saluran Perantara (*Channels*) 20
2.3.4 Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*) 21
2.3.5 Sumber Pendapatan (*Revenue Streams*) 21
2.3.6 Sumber Daya Utama (*Key Resources*) 22
2.3.7 Aktivitas Kunci (*Key Activities*) 22
2.3.8 Mitra Kunci (*Key Partnership*) 23
2.3.9 Struktur Biaya (*Cost Structure*) 23
2.4 Analisis ABC 24
2.5 Hubungan Analisis ABC dan Kanvas Model Bisnis (BMC) 27
2.6 Penelitian Terdahulu 29
2.7 Kerangka Penelitian 32
BAB III METODE PENELITIAN 33

UNIVERSITAS
GADJAH MADA
Kanvas Model Bisnis (BMC) dan Analisis ABC pada Pengembangan Model Bisnis Minimarket Bahan Bangunan
ELSANI RANA ISYAHNUNI, Rika Fatimah, P.L., ST., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

3.1 Desain Penelitian 33
3.2 Metode Pengumpulan Data 35
3.2.1 Data Primer 35
3.2.2 Data Sekunder 39
3.3 Instrumen Penelitian 41
3.3.1 Instrumen Observasi 41
3.3.2 Instrumen Wawancara 42
3.3.3 Data Kuantitatif untuk Analisis ABC 44
3.4 Metode Analisis Data 46
3.4.1 Analisis Data Kualitatif Deskriptif 47
3.4.2 Analisis Data Kuantitatif Deskriptif (Analisis ABC) 49
3.4.3 Integrasi Hasil Analisis BMC dan Analisis ABC 53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 54
4.1 Profil Objek Penelitian dan Narasumber 54
4.1.1 Profil Observasi Toko Bahan Bangunan Tradisional 54
4.1.2 Profil Wawancara Pemilik Toko Bahan Bangunan Tradisional 55
4.1.3 Profil Observasi Toko Bahan Bangunan Modern 56
4.1.4 Profil Wawancara Pelanggan 57
4.2 Perancangan Model Bisnis BasMart Menggunakan Kanvas Model Bisnis (BMC) 57
4.2.1 Observasi Toko Bahan Bangunan Tradisional 57
4.2.2 Wawancara Pemilik Toko Bahan Bangunan Tradisional 65
4.2.3 Model Bisnis Toko Bahan Bangunan Tradisional Saat Ini 82
4.2.4 Observasi Toko Bahan Bangunan Modern 84
4.2.5 Wawancara Konsumen Bahan Bangunan 92
4.2.6 Pemetaan Temuan untuk Perancangan Model Bisnis BasMart 103
4.3 Pengelompokan Prioritas Produk BasMart Berdasarkan Analisis ABC 106
4.3.1 Identifikasi Produk Prioritas 107
4.3.2 Pengelompokan Produk Berdasarkan Analisis ABC 117
4.3.3 Dukungan Analisis ABC terhadap Penentuan Proposisi Nilai BasMart 125
4.3.4 Dukungan Analisis ABC terhadap Penentuan Sumber Daya Utama BasMart 127
4.4 Rancangan Model Bisnis BasMart 130
4.4.1 Segmen Pelanggan 130
4.4.2 Proposisi Nilai 133
4.4.3 Saluran Perantara 139
4.4.4 Hubungan Pelanggan 140
4.4.5 Sumber Pendapatan 143
4.4.6 Sumber Daya Utama 144

Kanvas Model Bisnis (BMC) dan Analisis ABC pada Pengembangan Model Bisnis Minimarket Bahan Bangunan
ELSANI RANA ISYAHNUNI, Rika Fatimah, P.L., ST., M.Sc., Ph.D.
Universitas Gadjah Mada, 2026 | Diunduh dari http://etd.repository.ugm.ac.id/

4.4.7 Aktivitas Kunci 147
4.4.8 Mitra Kunci 149
4.4.9 Struktur Biaya 151
4.5 Pembahasan 155
BAB V KESIMPULAN 158
5.1 Simpulan 158
5.2 Implikasi Manajerial 161
5.3 Keterbatasan 164
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya 166
DAFTAR PUSTAKA 168
LAMPIRAN 172