

ABSTRAK

STRATEGI BISNIS PRODUK OLAHAN PADA UMKM PISANG SALE AZYA DENGAN PENDEKATAN BISNIS MODEL CANVAS

OLEH

Arfa Nur Iqlima

185009008

Dosen Pembimbing

Candra Nuraini

Unang Atmadja

Penelitian ini berfokus pada UMKM Pisang Sale Azya, usaha mikro di bidang pengolahan dan pemasaran pisang sale, produk khas Jawa Barat yang memiliki nilai ekonomis dan budaya penting. Meskipun UMKM ini berpotensi besar sebagai penggerak ekonomi lokal, terdapat sejumlah masalah signifikan, seperti keterbatasan kapasitas sumber daya manusia khususnya dalam pemasaran digital, serta tantangan kompetisi pasar dan regulasi yang terus berkembang. Pendekatan penelitian mengintegrasikan kerangka Business Model Canvas (BMC) dan analisis SWOT untuk menggali kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi secara menyeluruh. Hasil penelitian menunjukkan kekuatan UMKM terletak pada bahan baku lokal, kemitraan dengan petani, dan kualitas produk yang terjaga, namun menghadapi kelemahan dalam pemasaran digital dan pengelolaan SDM. Peluang pasar berkembang pesat terutama dalam ranah digital, sementara ancaman datang dari persaingan produk industri besar dan regulasi ketat. Rekomendasi strategi difokuskan pada peningkatan kapasitas digital, pengembangan distribusi online, dan efisiensi produksi guna mendorong adaptasi bisnis yang berkelanjutan dan pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Penelitian ini memberikan kontribusi penting sebagai acuan pengembangan model bisnis adaptif yang memperkuat posisi UMKM sebagai pelestari budaya sekaligus penggerak ekonomi di era globalisasi.

Kata kunci : Sale pisang, Strategi, Pendekatan Bisnis Model Canvas

ABSTRACT

BUSINESS STRATEGY OF PROCESSED PRODUCTS IN UMKM AZYA BANANA SALE USING THE CANVAS MODEL BUSINESS APPROACH

By

**Arfa Nur Iqlima
185009008**

Supervisor

**Candra Nuraini
Unang Atmadja**

This study focuses on UMKM Pisang Sale Azya, a micro-enterprise engaged in the processing and marketing of Pisang Sale, a traditional banana product that holds significant economic and cultural value in West Java. Despite its considerable potential as a driver of local economic growth, the business faces several critical challenges, such as limited human resource capacity, particularly in digital marketing, alongside the pressures of market competition and evolving regulations. The research employs an integrated approach using the Business Model Canvas (BMC) framework and SWOT analysis to comprehensively explore the strengths, weaknesses, opportunities, and threats faced by the UMKM. Findings reveal strengths in local raw material availability, farmer partnerships, and maintained product quality, yet weaknesses persist in digital marketing skills and human resource management. Market opportunities are rapidly expanding, especially in digital domains, while threats arise from competition with large-scale industrial products and stringent regulatory frameworks. Strategic recommendations emphasize enhancing digital capabilities, developing online distribution channels, and improving production efficiency to foster sustainable business adaptation and empower local economic welfare. This study contributes as a foundational guide for developing adaptive business models that reinforce UMKM's role as cultural preservers and economic drivers in the era of globalization

*.
Keywords: Sale Pisang, Strategy, Business Model Canvas Approach*