

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Bisnis JoyCurls

JoyCurls adalah bisnis yang bergerak dibidang *fashion*, lebih tepatnya aksesoris. JoyCurls merupakan usaha bisnis yang dibangun oleh mahasiswa Wrap Entrepreneurship Telkom University pada tanggal 12 Juni 2024. Pada awalnya, bisnis ini dibentuk dengan tujuan utama yaitu untuk mengurangi limbah kain yaitu kain perca, namun ketika bisnis ini dikembangkan tujuan utama juga ikut berubah untuk mengurangi kerontokan atau kerusakan rambut bagi wanita yang memakai *Scrunchie* .

JoyCurls merupakan produk *Scrunchie* lokal yang menggunakan kualitas kain satin yang lembut sehingga bisa mengurangi kerusakan rambut seperti kerontokan pada rambut. Logo JoyCurls memiliki makna tersendiri yaitu “*Joy*” yang artinya kebahagiaan sedangkan “*Curls*” adalah rambut ikal. Dengan begitu JoyCurls dapat diartikan sebagai produk *Scrunchie s* yang akan membuat pengguna merasa bahagia dan ceria saat menggunakannya.

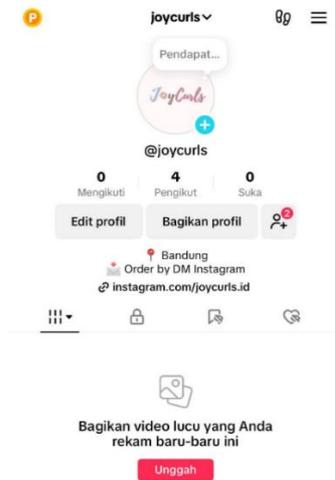
JoyCurls sendiri merupakan solusi bagi setiap masalah rambut yang dialami oleh setiap perempuan yang memiliki berbagai macam bentuk rambut. JoyCurls memiliki Tagline yaitu *no more frizzies, just happy frizzies* yang artinya ucapkan selamat tinggal pada rambut kusut, dengan JoyCurls kamu akan selalu merasa ceria. *Scrunchie* JoyCurls tersedia dengan desain yang menarik serta sersedia dengan berbagai warna dan ukuran dengan *packaging* yang menarik dan *reusable* sehingga meminimalisir limbah dan menjaga kelestarian lingkungan.

Saat ini JoyCurls telah menjalankan usaha dan melakukan pemasaran dan promosi di media sosial Instagram dan Tiktok. JoyCurls lebih berfokus melakukan pemasaran di platfrom Instagram dengan *followers* untuk saat ini berkisar 1.449, dan *following* sebanyak 8, dan telah mengupload postingan sebanyak 15 postingan.



Gambar 1.1 Instagram JoyCurls

Penulis 2024



Gambar 1.2 Tiktok JoyCurls

Penulis 2024

1.1.2 Deskripsi Produk

JoyCurls adalah *Scrunchie* ikat rambut yang dirancang khusus untuk menjaga kesehatan rambut dan menambah sentuhan gaya dalam setiap penampilan. Dibuat dengan kain yang lembut, bahan yang digunakan yaitu satin, cotton foam dan organza

1. Bahan Satin

Satin adalah jenis kain yang sangat bagus untuk dijadikan produk *Scrunchie* karena memiliki permukaan halus, berkilau, dan terlihat mewah. Keistimewaan satin terletak pada kilapnya, yang dihasilkan dari tenunan khusus yang disebut “*satin weave*”

a. *Scrunchie* Satin Besar

Scrunchie yang dibuat dari bahan kain satin ini memiliki ukuran mulai dari medium dan big. *Scrunchie* dengan ukuran besar cocok untuk rambut yang tebal dan Panjang serta memiliki diameter 10 cm sehingga cocok dijadikan sebagai ikat rambut dan aksesoris tangan.



Gambar 1.3 Satin Besar Burgundy

Penulis 2024



Gambar 1.4 Satin Besar Colorfull

Penulis 2024

b. ***Scrunchie* Satin kecil**

Scrunchie satin yang berukuran kecil lebih seimbang untuk berbagai gaya rambut sehari-hari dan cocok untuk rambut dengan ketebalan sedang atau tipis yang memberikan tampilan yang lebih rapi dan praktis. *Scrunchie* kecil berbahan satin ini memiliki diameter 7 cm yang cocok dijadikan sebagai ikat rambut atau sebagai aksesoris tangan.



Gambar 1.5 Satin Kecil Colorfull

Penulis 2024



Gambar 1.6 Satin Kecil Burgundy

Penulis 2024

2. **Bahan Cotton Foam**

Jenis kain ini terbuat dari campuran serta katun (*cotton*) dengan proses tertentu yang menghasilkan tekstur lembut dan sedikit kenyal serta memiliki karakteristik yang mirip dengan busa (*foam*), namun tetap mengutamakan kenyamanan yang diberikan oleh serat kain katun.

a. ***Scrunchie* Cotton Foam besar**

Scrunchie yang dibuat dari bahan kain Cotton Foam ini memiliki ukuran mulai dari *medium* dan *big*. *Scrunchie* dengan ukuran besar cocok untuk rambut yang tebal dan Panjang serta memiliki diameter 10 cm sehingga cocok dijadikan sebagai ikat rambut dan aksesoris tangan.



Gambar 1.7 Cotton Foam besar

Penulis 2024

b. ***Scrunchie* Cotton Foam kecil**

Scrunchie Cotton Foam yang berukuran kecil lebih seimbang untuk berbagai gaya rambut sehari-hari dan cocok untuk rambut dengan ketebalan sedang atau tipis yang memberikan tampilan yang lebih rapi dan praktis. *Scrunchie* kecil ini memiliki diameter 7 cm yang cocok dijadikan sebagai ikat rambut atau sebagai aksesoris tangan.



Gambar 1.8 Cotton Foam kecil

Penulis 2024

3. Bahan Organza

Organza adalah jenis kain tipis dan transparan yang terbuat dari serat sutra, polyester, atau nilon. Kain ini memiliki tekstur yang kaku, ringan, dan sedikit mengkilap, sehingga sering digunakan untuk menciptakan efek elegan dan mewah dalam busana. Organza dikenal karena kemampuan memantulkan cahaya dengan indah, yang menambah kesan mewah pada tampilan.

a. *Scrunchie* Organza

Scrunchie yang dibuat dari bahan kain Organza ini memiliki ukuran mulai dari *medium* dan *big*. *Scrunchie* dengan ukuran besar cocok untuk rambut yang tebal dan Panjang serta memiliki diameter 10 cm sehingga cocok dijadikan sebagai ikat rambut dan aksesoris tangan.



Gambar 1.9 Organza Besar

Penulis 2024

b. *Scrunchie* Organza

Scrunchie Organza yang berukuran kecil lebih seimbang untuk berbagai gaya rambut sehari-hari dan cocok untuk rambut dengan ketebalan sedang atau tipis yang memberikan tampilan yang

lebih rapi dan praktis. *Scrunchie* kecil memiliki diameter 7 cm yang cocok dijadikan sebagai ikat rambut atau sebagai aksesoris tangan.



Gambar 1.10 Organza Kecil

Penulis 2024

4. Produk *Bundling*

Scrunchie produk bundling ini adalah strategi pemasaran yang dimana beberapa produk dijual dalam satu paket. Dari satu paket tersebut terdiri dari 3 produk dengan motif dan bahan yang berbeda. Di paket bundling ini JoyCurls menyediakan 2 tipe bundling *big* dan *medium*.



Gambar 1.11 Bundling besar

Penulis 2024



Gambar 1.12 *Bundling* kecil

Penulis 2024

1.1.3 Logo Visi Misi Tagline Tujuan Manfaat

1. Logo



Gambar 1.13 Logo JoyCurls

Penulis 2024

Logo JoyCurls memiliki makna tersendiri yaitu “Joy” yang artinya kebahagiaan sedangkan “Curls” adalah rambut ikal. Dengan begitu JoyCurls dapat diartikan sebagai produk *Scrunchie* yang akan membuat pengguna merasa bahagia dan ceria saat menggunakannya. JoyCurls sendiri merupakan solusi

bagi setiap masalah rambut yang dialami oleh setiap perempuan yang memiliki berbagai macam bentuk rambut.

2. Visi dan Misi

Tabel 1.1 Visi dan Misi

Visi	Misi
Menciptakan produk berkualitas dengan desain yang fungsional	<ul style="list-style-type: none"> • Mengekspresikan kepercayaan diri • Mengutamakan kenyamanan rambut agar mengurangi kerontokan dan menjaga bentuk rambut • Menyediakan desain produk yang sesuai dengan trend

Penulis 2024

3. Tagline

Tagline Joycurls yaitu “*No more frizzies, just happy fizzies*” yang memiliki arti ucapkan selamat tinggal pada rambut kusut, dengan joycurls kamu akan selalu merasa ceria, Serta memiliki hashtag *#comfybutstylish*, dari penggabungan dua konsep: kenyamanan dan gaya.

4. Tujuan

- Menarik minat konsumen
- Mencapai target penjualan
- Mencapai keuntungan/laba
- Memperkenalkan *Scrunchie* JoyCurls lebih nyaman digunakan

5. Manfaat

- Mengurangi rambut rontok dengan mencegah rambut kusut dan patah.
- Menjaga bentuk rambut
- Meningkatkan kenyamanan

1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1.14 Struktur Organisasi pada Perusahaan JoyCurls

Penulis 2024

Struktur Organisasi adalah sebuah kerangka yang menunjukkan bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan diatur, termasuk bagaimana fungsi, tanggung jawab, dan hubungan kerja diatur di dalamnya.

1. *Chief Executive Officer (CEO)*

Dalam perusahaan ini Tanada Nurul Maulidani sebagai *Chief Executive Officer (CEO)* yaitu jabatan eksekutif tertinggi dalam suatu perusahaan atau organisasi, yang memiliki tanggung jawab utama untuk mengelola dan mengarahkan seluruh operasional organisasi. Selain memimpin perusahaan *CEO* juga memiliki wewenang untuk membuat keputusan-keputusan penting yang berdampak pada seluruh aspek bisnis dan mengcrosscheck pekerjaan yang sudah dikerjakan oleh tim.

2. *Chief Operating Officer (COO)*

Dalam perusahaan ini Ladinah Anresa sebagai *Chief Operating Officer (COO)* yaitu posisi eksekutif senior dalam perusahaan yang bertanggung

jawab atas operasi harian organisasi. COO bekerja langsung di bawah CEO dan sering dianggap sebagai "tangan kanan" CEO, dengan fokus pada pengelolaan dan optimalisasi kegiatan operasional sehari-hari untuk memastikan bahwa perusahaan berjalan efisien dan efektif.

3. *Chief Financial Officer (CFO)*

Dalam perusahaan ini Salsha Bila Dwi Deli Fenika sebagai *Chief Financial Officer (CFO)* yaitu eksekutif senior yang bertanggung jawab atas manajemen keuangan dalam sebuah perusahaan atau organisasi. CFO mengawasi semua aspek yang berkaitan dengan keuangan perusahaan, termasuk perencanaan keuangan, pengelolaan anggaran, pelaporan keuangan, serta strategi investasi. CFO memiliki peran penting dalam menjaga stabilitas keuangan perusahaan dan mendukung CEO dalam membuat keputusan bisnis yang sehat dari sisi keuangan.

4. *Chief Marketing Officer (CMO)*

Dalam perusahaan ini Sri Yuliyanti sebagai *Chief Marketing Officer (CMO)* yaitu eksekutif senior yang bertanggung jawab atas keseluruhan strategi pemasaran dalam sebuah perusahaan. CMO bertugas untuk mengembangkan, menerapkan, dan mengawasi inisiatif pemasaran yang bertujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, menarik pelanggan, serta mendukung pertumbuhan bisnis.

1.2 Latar Belakang Penelitian

JoyCurls adalah produk *Scrunchie* lokal yang dirancang dengan menggunakan bahan kain satin. kain yang digunakan memiliki tekstur yang sangat lembut sehingga dapat mengurangi berbagai jenis kerusakan pada rambut, seperti kerontokan dan rambut patah akibat ikatan yang terlalu ketat. Produk JoyCurls ini hadir sebagai solusi untuk berbagai permasalahan rambut yang sering dialami oleh perempuan, tanpa memandang jenis dan tekstur rambut mereka, baik itu lurus, bergelombang, keriting, ataupun jenis lainnya. Meskipun *Scrunchie* paling sering digunakan di rambut, dapat juga dikenakan di pergelangan tangan Gradini et al., (2023). Dengan gaya yang ikonik dan mudah sekali, kembali relevan di dunia

fashion. serta dilengkapi bahan-bahan yang berkualitas, dan tentunya juga *fashionable* karena bentuk dan motif yang unik, sangat cocok di kalangan perempuan. *Scrunchie* dikenal lebih lembut dan tidak merusak rambut seperti karet rambut biasa. Tidak hanya itu, JoyCurls juga hadir dengan kemasan yang unik, menarik, dan *reusable*.

Tren *Scrunchie* pada tahun 2024 terus berkembang dengan berbagai inovasi dalam desain dan bahan yang semakin menarik perhatian penggemar mode Cubbin (2024). Salah satu tren ukuran *Scrunchie* besar dan kecil dengan bahan yang bervariasi seperti velvet, satin, dan katun. *Scrunchie* JoyCurls mengikuti perkembangan tren *fashion* dengan cara yang unik dan kreatif. Untuk tetap relevan dengan perubahan selera pasar, JoyCurls meluncurkan tema baru setiap dua bulan sekali. Tidak hanya dari segi warna, JoyCurls juga memilih bahan seperti satin, organza, dan *cotton foam*. Dengan peluncuran tema per dua bulan sekali, JoyCurls mampu menghadirkan produk yang selalu segar dan sesuai dengan tren terkini, menjaga loyalitas pelanggan dan menarik minat baru yang selalu mengikuti perkembangan di dunia *fashion aksesoris*.

Industri fashion saat ini tidak terbatas pada usia atau jenis kelamin tertentu, melainkan menjadi bagian dari gaya hidup semua orang, khususnya perempuan. Secara global, industri ini mencakup desain, produksi, pemasaran, dan distribusi produk. Di Indonesia, sektor fashion berperan penting dalam perekonomian, menyumbang sekitar 7,4% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) menurut BPS (2020). Pertumbuhan ini didorong oleh meningkatnya permintaan produk lokal dan perkembangan teknologi, khususnya e-commerce. Sesuai dengan pandangan Azhar et al., (2019), digitalisasi telah mengubah cara pemasaran dan distribusi produk fashion secara global.

JoyCurls, sebagai startup yang baru berdiri, menghadapi tantangan besar untuk tetap kompetitif di industri yang sangat dinamis, cepat berubah, dan sensitif terhadap harga. Konsumen saat ini tidak hanya menuntut produk yang stylish dan fungsional, tetapi juga mempertimbangkan harga yang kompetitif. Dalam situasi tersebut, JoyCurls dituntut untuk mempertahankan kualitas produknya tanpa harus terjebak dalam perang harga yang bisa merugikan. Untuk menghadapi tekanan

kompetitif ini, JoyCurls perlu menerapkan strategi operasional dan keuangan yang efisien dan terarah, sehingga bisnis dapat bertahan, tumbuh, dan bersaing secara sehat di pasar yang semakin ketat.

Selain tantangan dari sisi operasional, JoyCurls juga menghadapi masalah dalam aspek keuangan, terutama dalam hal pengelolaan keuangan yang efisien. Sebagai startup baru, ketidakstabilan penjualan menjadi salah satu masalah utama yang menghambat arus kas dan perencanaan keuangan jangka panjang. Untuk itu, diperlukan analisis kelayakan finansial yang mendalam dengan menggunakan metode Payback Period, Net Present Value (NPV), Profitability Index, dan Internal Rate of Return (IRR). Analisis ini penting untuk mengevaluasi sejauh mana JoyCurls mampu mengembalikan modal awal, menghasilkan keuntungan jangka panjang, serta mempertahankan pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Tanpa pengelolaan keuangan yang tepat, risiko kegagalan usaha akan semakin besar, terutama dalam menghadapi dinamika pasar yang fluktuatif.

Di sisi lain, JoyCurls juga mengalami tantangan serius dalam hal promosi dan pemasaran. Saat ini, jangkauan promosi JoyCurls masih sangat terbatas karena hanya mengandalkan platform Instagram dan TikTok dengan konten yang masih kurang bervariasi. Minimnya variasi konten, kurangnya interaksi dengan audiens, serta ketidakjelasan pilar konten membuat engagement dengan konsumen menjadi rendah. Hal ini berdampak langsung pada lemahnya brand awareness, yang seharusnya menjadi kunci untuk memperluas pasar dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Selain itu, JoyCurls juga belum memaksimalkan peluang kolaborasi dengan komunitas atau influencer yang sebenarnya dapat memperluas jangkauan merek secara lebih cepat dan efektif. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi social media marketing yang lebih terstruktur dan kreatif sangat diperlukan untuk memperkuat hubungan dengan audiens, meningkatkan keterlibatan konsumen, dan membangun citra merek yang kuat di tengah persaingan pasar yang ketat.

Berdasarkan berbagai permasalahan tersebut, tujuan utama yang ingin dicapai JoyCurls adalah memperkuat daya saing di industri fashion dan aksesoris melalui penerapan strategi operasional dan keuangan yang lebih efisien dan efektif. Selain itu, JoyCurls berupaya memastikan kelayakan finansial bisnisnya dengan

mengoptimalkan pengelolaan keuangan untuk mendukung keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang. Tidak kalah penting, JoyCurls juga bertujuan untuk memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan brand awareness melalui strategi social media marketing yang lebih variatif, kreatif, serta kolaboratif dengan komunitas dan influencer. Dengan langkah-langkah strategis ini, JoyCurls diharapkan dapat bertahan, berkembang, dan menjadi pemain kuat di industri fashion dan aksesoris yang sangat kompetitif.

Muktarom et al., (2022) rencana bisnis merupakan panduan strategis yang sangat penting bagi startup seperti JoyCurls dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif. Persaingan yang ketat mengharuskan setiap bisnis memiliki strategi yang matang agar dapat bertahan dan berkembang di pasar. Selain menghadapi persaingan, rencana bisnis juga berperan penting dalam meningkatkan penjualan. Dengan strategi yang terarah, JoyCurls dapat menentukan metode pemasaran yang paling efektif, seperti pemanfaatan media sosial, kolaborasi dengan *influencer*, serta penjualan melalui marketplace online. Dengan memahami pola pembelian pelanggan dan tren pasar, JoyCurls dapat mengoptimalkan strategi promosi dan distribusi sehingga menghasilkan peningkatan penjualan secara berkelanjutan. rencana bisnis membantu mengidentifikasi peluang ekspansi ke pasar baru. Dengan melakukan analisis pasar, JoyCurls dapat menemukan segmen pelanggan baru yang potensial, baik dari segi demografi maupun geografis.

Saat ini JoyCurls menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk merancang dan menganalisis model bisnis secara menyeluruh yang telah menerapkan sembilan elemen dalam BMC yaitu, *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) karena BMC membantu menggambarkan cara kerja bisnis secara sederhana dan terstruktur Osterwalder dan Pigneur (2010). Dengan BMC, perusahaan bisa lebih mudah memahami siapa target pasarnya, apa nilai yang ditawarkan, dan bagaimana cara menghasilkan keuntungan. Selain itu, analisis SWOT juga dibutuhkan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang mungkin dihadapi bisnis.

Menggabungkan BMC dan SWOT membuat rencana bisnis lebih lengkap, karena tidak hanya fokus pada operasional, tapi juga siap menghadapi berbagai tantangan di lapangan Parihar (2023). Dengan strategi yang terarah, JoyCurls dapat berkembang secara konsisten, menghadapi tantangan pasar dengan lebih siap, dan memastikan keberlanjutan bisnis dalam jangka panjang. Selain itu, rencana bisnis berfungsi sebagai alat untuk mengelola sumber daya dengan efisien, baik dari segi bahan baku, produksi, hingga pemasaran. Muktarom et al., (2022) menjelaskan bahwa dalam penerapan strategi bisnis, perlu adanya evaluasi terhadap strategi yang telah diterapkan melalui evaluasi model bisnis yang sedang dijalankan agar dapat mengidentifikasi masalah apa saja yang perlu mendapat perhatian.

Penelitian Kadek et al., (2024) membahas analisis model bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) yang bertujuan untuk meningkatkan keberlanjutan usaha kuliner *21st Century Sandwich* yang beroperasi di Bogor. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rencana bisnis usaha ini masih memerlukan evaluasi dan perubahan agar lebih optimal. Dengan menggunakan pendekatan BMC, yang terdiri dari sembilan elemen utama *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure* usaha ini dapat membangun strategi bisnis yang kuat untuk menghadapi persaingan dan mencapai kesuksesan jangka panjang. Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dan pendekatan kualitatif. melalui data yang diperoleh langsung dari pemilik usaha serta observasi yang dilakukan pada bulan Februari hingga Maret 2024 di Bogor, Jawa Barat. Berdasarkan hasil analisis, strategi pengembangan bisnis yang dapat diterapkan meliputi pemanfaatan kekuatan internal, seperti peningkatan kualitas pelayanan, diversifikasi produk yang lebih unik dan inovatif, serta menjaga komunikasi yang baik antara penjual dan pembeli. Selain itu, penyediaan informasi yang memadai dan mudah diakses oleh target pasar juga menjadi faktor penting dalam memperkuat posisi bisnis di industri kuliner.

Dari metode yang digunakan oleh JoyCurls dalam analisis rencana bisnis adalah dengan menggabungkan *Business Model Canvas* (BMC) dan Analisis SWOT untuk memperoleh pemahaman yang lebih lengkap mengenai posisi dan

strategi bisnis. BMC membantu JoyCurls memetakan elemen-elemen penting dalam model bisnis, seperti target pasar, proposisi nilai, saluran distribusi, dan struktur biaya, sehingga dapat merancang strategi yang lebih terstruktur dan efisien. Sementara itu, Analisis SWOT memberikan gambaran tentang kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi bisnis, sehingga JoyCurls dapat memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada serta mengatasi kelemahan dan ancaman yang muncul. Kedua metode ini saling melengkapi untuk membantu JoyCurls merumuskan rencana bisnis yang lebih tepat sasaran dan mendukung pertumbuhan serta keberlanjutan di pasar.

1.3 Perumusan Masalah

Bagaimana analisis rencana bisnis JoyCurls kedepannya melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC)?

1.4 Tujuan Penelitian

Mengetahui bagaimana rencana bisnis JoyCurls kedepannya melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC)!

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian Tugas Akhir tentang rencana bisnis pada startup JoyCurls memiliki banyak manfaat, baik bagi penulis dan bagi perusahaan startup JoyCurls sendiri.

1. Bagi penulis sendiri dapat memberikan pemahaman mendalam tentang perencanaan bisnis dan membantu memahami penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) dan Analisis SWOT, BMC membantu mengidentifikasi elemen-elemen kunci dalam menjalankan bisnis startup, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, dan struktur biaya. Sementara Analisis SWOT membantu memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dapat mempengaruhi bisnis. Kedua metode ini secara keseluruhan memberikan wawasan untuk merancang strategi yang efektif dalam mendirikan dan mengelola startup.

2. Bagi perusahaan dengan hasil penelitian ini dapat membantu perusahaan memahami strategi perencanaan bisnis sehingga dapat meningkatkan penjualan dan bagaimana merancang strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisi tentang objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisikan tentang penjelasan dan pengertian mengenai landasan teori terkait Startup, rencana bisnis, tujuan rencana bisnis, kegiatan rencana bisnis, *Business Model Canvas* (BMC), Elemen-Eelemen *Business Model Canvas* (BMC), Inovasi *Business Model Canvas* (BMC), Analisis SWOT dan kerangka pemikiran serta penelitian terdahulu dari jurnal nasional dan jurnal internasional.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang, Jenis Penelitian, Operasional Variabel, Tahapan Penelitian, Situasi Sosial, Pengumpulan Data dan sumber.

d. BAB HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini merupakan bagian penitng yang memaparkan hasil-hasil yang diperoleh selama penelitian. Bagian bab ini tidak hanya menyajikan data atau informasi mentah, tetapi juga saling berhubungan dengan rencana bisnis yang di hasilkan dan menghubungkan hasil temuan dengan rumusan masalah, tujuan penelitian.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini di jelaskan mengenai kesimpulan dan saran yang telah di lakukan pada penelitian ini.