

**PENERAPAN BISNIS MODEL CANVAS PADA  
KLINIK KECANTIKAN *LOVELY BEAUTY CENTER***

**TUGAS AKHIR**

*Diajukan Sebagai Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)  
Sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

**NADHIRA RINANTA**  
**18134068**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PERDAGANGAN  
PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI PADANG  
2022**

## HALAMAN PERSETUJUAN

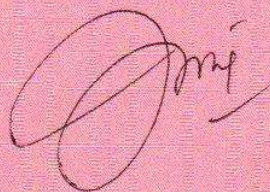
### PENERAPAN BISNIS MODEL CANVAS PADA KLINIK KECANTIKAN *LOVELY BEAUTY CENTER*

Nama : Nadhira Rinanta  
BP/NIM : 18134068  
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Universitas : Universitas Negeri Padang

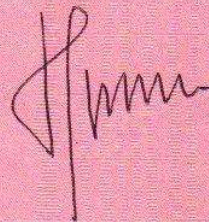
Padang, 11 Januari 2022

Diketahui Oleh  
Ketua Program Studi Diploma III  
Manajemen Perdagangan

Disetujui Oleh  
Pembimbing



Dina Patrisia, S.E, M.Si, Ph.D  
NIP. 19751209 199903 2 001



Firman, SE, M.Sc  
NIP. 19800206 200312 1 004

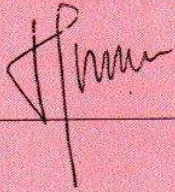
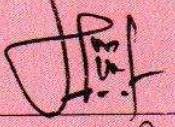
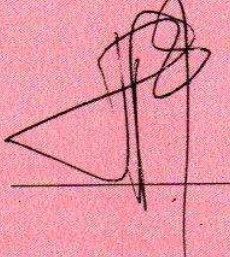
PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENERAPAN BISNIS MODEL CANVAS PADA  
KLINIK KECANTIKAN *LOVELY BEAUTY CENTER*

Nama : Nadhira Rinanta  
NIM/TM : 18134068/2018  
Program Studi : Manajemen Perdagangan (DIII)  
Fakultas : Ekonomi

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir  
Program Studi (DIII) Manajemen Perdagangan  
Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang

Padang, 14 Februari 2022

Nama	Tim penguji	Tanda Tangan
Firman, SE, M.Sc	Ketua	
Muthia Roza Linda, SE, MM	Anggota	
Rahmiati, SE, M.Sc	Anggota	

## SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : NADHIRA RINANTA  
Tahun Masuk/NIM : 2018/18134068  
Tempat/Tgl. Lahir : Padang, 17 Maret 2000  
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan  
Keahlian : Manajemen Perdagangan  
Fakultas : Ekonomi  
Alamat : Jl.Jhoni Anwar Gg Atlas2 No.28B  
Judul Tugas Akhir : **Penerapan Bisnis Model Canvas Pada Klinik Kecantikan  
Lovely Beauty Center**

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Tugas Akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun diperguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas Akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, 10 Januari 2022  
Yang Menyatakan



Nadhira Rinanta  
Nim. 18134068

## **ABSTRAK**

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan bisnis model canvas di klinik *Lovely Beauty Center*. Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Analisis data melalui tiga tahapan yaitu analisis deskriptif, analisis kasus lebih mendalam dan analisis lintas kasus.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa klinik lovely beauty center menerapkan 9 blok pada model bisnis canvas. klinik *Lovely Beauty Center* berada pada kordinat (2,644), (2,82) yaitu pada kuadran II. Dengan demikian, klinik lovely bauty center menggunakan strategi agresif yaitu Klinik *Lovely* memiliki kekuatan yang cukup baik unttuk mengembangkan perusahaannya. Perusahaan memiliki faktor kekuatan yang cukup bagus dimana dengan kekuatan tersebut *Lovely Beauty Center* bisa memaksimalkan peluang.

Kata Kunci: Bisnis, Canvas, *Lovey Beauty Center*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa atas segala kasih sayangnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan yang penulis inginkan. Adapun judul skripsi penulis yaitu “Penerapan Bisnis Model Canvas di Klinik *Lovely Beauty center*.”

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar besarnya kepada Bapak Firman, SE, M.Sc selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya memberikan arahan, masukan, dan kritikan kepada penulis selama proses penyelesaian tugas akhir ini. Sehingga tugas akhir ini menjadi suatu karya yang dapat memberi manfaat kepada banyak orang. Tidak lupa juga terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ibu Dina Patrisia, S.E, M.Si, Ph.D selaku ketua Prodi Manajemen Perdagangan di Universitas Neger Padang.
2. Ibu Mega Asri Zona, SE, M.Sc selaku Pembimbing Akademik yang tidak bosan bosannya membantu penulis dalam hal berkaitan dengan perkuliahan.
3. Ibu Muthia Roza Linda, SE, MM. selaku tim penguji, dimana beliau banyak memberikan kritik dan sarannya sehingga Tugas Akhir ini bisa selesai dengan baik
4. Ibu Rahmiati, SE, M.Sc selaku tim penguji yang juga berjasa dalam penyempurnaan tugas akhir ini. Beliau banyak memberikan arahan,

masukan dan kritiknya sehingga tugas akhir ini bisa memberi manfaat bagi pembaca.

5. Terima kasih kepada kedua orangtua yang selalu mendukung penulis secara moril maupun materil sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen di Prodi Manajemen Perdagangan berkat kesabaran dan ilmu yang diberikan membantu penulis memahami hal hal yang berkaitan dengan tugas akhir ini.
7. Terima kasih kepada Muhammad Indra Saksono yang tidak bosan bosannya memberikan semangat dan motivasi sehingga penulis mampu menyelesaikan akhir ini.
8. Teman teman satu angkatan Prodi Manajemen Perdagangan yang selalu memberikan support dalam suka dan duka.
9. Dan terima kasih kepada sodara, sahabat, adik, kakak dan orang orang terdekat yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini jauh dari kesempurnaan untuk itu penulis mohon kritik dan sarannya dari semua orang yang membaca tugas akhir ini sehingga tugas akhir ini dapat bermanfaat untuk masa yang akan datang.

Padang, 11 Januari 2022

Dhira Rinanta  
NIM 18134068

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
SURAT PERNYATAAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian .....	6
1.4 Manfaat Penelitian .....	6
BAB II KAJIAN TEORI.....	7
2.1 Model Bisnis.....	7
2.2 Business Model Canvas .....	11
2.3 Analisis SWOT .....	17
2.4 Kerangka Pemikiran .....	19
2.5 Penelitian Yang Relevan .....	20



BAB III METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Lokasi Penelitian.....	22
3.3 Data Penelitian.....	22
3.4 Tahapan Penelitian.....	23
3.5 Prosedur Penelitian .....	24
3.6 Teknik Pengumpulan data.....	24
3.7 Teknik Analisis Data .....	25
BAB IV HASIL PENELITIAN .....	26
4.1 Profil perusahaan.....	26
4.2 Penerapan Model BMC untuk <i>Lovely Beauty Center</i> .....	26
4.3 Analisis Swot Klinik <i>Lovely Beauty Center</i> .....	37
4.4 Analisis faktor Internal dan Faktor eksternal klinik <i>Lovely Beauty Center</i> ..	38
4.5 Analisis Faktor Faktor Strategis Menggunakan Matrik SWOT .....	45
BAB V KESIMPULAN.....	50
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran.....	52
DAFTAR PUSTAKA .....	53
LAMPIRAN.....	54

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Daftar Klinik Kecantikan di Kota Padang .....	5
Tabel 2.1 Matrik Swot.....	17
Tabel 4.1 Faktor Internal (Matriks IFE).....	35
Tabel 4.2 Faktor Eksternal (Matriks EFE).....	41
Tabel 4.3 Analisis Faktor Faktor Strategis.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Sembilan Blok Pada Model Bisnis Canvas.....	10
Gambar 2.2 Model BMC.....	19
Gambar 4.1 Akun Instagram <i>Lovely Beauty Center</i> .....	29
Gambar 4.2 Website <i>Lovely Beauty Center</i> .....	30
Gambar 4.3 Brosur <i>Lovely Beauty Center</i> .....	31
Gambar 4.4 Model BMC klinik <i>Lovely Beauty Center</i> .....	35
Gambar 4.5 Diagram Kuadran.....	43

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	53
Lampiran 2 Matrik Kuisisioner.....	55
Lampiran 3 Tabel Analisis Matrik Internal (Matrik IFE).....	56
Lampiran 4 Tabel Analisis Matrik Eksternal (Matriks EFE).....	57
Lampiran 5 Daftar Wawancara .....	58
Lampiran 6 Kuisisioner Penelitian .....	64

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman telah mendorong pasar pasar di negara berkembang untuk berinovasi menciptakan bisnis berbiaya rendah. Perusahaan memanfaatkan potensi bisnis dari pelanggan yang terbatas sumber daya di negara negara itu. Perusahaan perusahaan maju melihat bahwa pelanggan dengan sumber daya terbatas memiliki potensi bisnis yang menjanjikan namun memiliki persyaratan yang berbeda terkait produk dan model bisnis dengan pelanggan pelanggan di negara maju.

Secara tradisional perusahaan perusahaan maju banyak menargetkan pelanggan kaya yang ada di pasar negara-negara berkembang (yaitu puncak piramida ekonomi) dengan produk premium global dan model bisnis yang mirip dengan pelanggan pelanggan perusahaan maju dalam hal Preferensi dan daya beli

Pelanggan dengan sumber daya terbatas yang ada di negara negara berkembang memiliki kendala yang signifikan dimana mereka tidak mampu membeli produk premium disebabkan kelemahan dalam hal ini kesenjangan infrastruktur, manajemen serta daya beli yang rendah. Sebab pelanggan ini masih tinggal di negara negara berkembang di mana kemajuan ekonominya belum sebaik negara negara maju. Maka dari itu perusahaan perusahaan yang ada di negara berkembang perlu membuat model bisnis yang baru untuk memenuhi persyaratan pelanggan dengan sumber daya terbatas.

Model bisnis baru ini diharapkan mampu memenuhi persyaratan kinerja harga yang bersaing dan kompetitif. Perusahaan perusahaan negara maju perlu melakukan inovasi bisnis yang mampu menjangkau tidak hanya pelanggan kaya di negara berkembang tapi juga pelanggan dengan sumber daya terbatas. Banyak inovasi yang dapat dilakukan sebagai contoh ada mobil murah, peralatan rumah tangga murah, produk kecantikan murah, peralatan kesehatan murah dan lainnya.

Membuat bisnis model tentu membutuhkan perencanaan yang matang agar perusahaan bisa mendapatkan untung. Bisnis model adalah penafsiran aktifitas perusahaan untuk membuat, menyampaikan, dan memberi kontrol terhadap suatu nilai di dalam perusahaan dan bagaimana uang dihasilkan di dalamnya (winterhalter et, al 2016)

Perusahaan harus terus melakukan inovasi agar mampu bertahan dalam mengembangkan bisnisnya. Sebagaimana diketahui, lingkungan bisnis selalu bersifat dinamis dimana dalam bisnis akan selalu ada perubahan perubahan yang membuat perusahaan harus selalu siap dan waspada. Lingkungan bisnis itu sering kali mengalami perubahan yang tidak jelas bahkan tidak dapat diprediksi dengan kata lain tidak memiliki kepastian dalam perkembangannya sehingga perusahaan dituntut agar melakukan inovasi dengan membuat model bisnis yang bisa menyesuaikan dengan keadaan dan lingkungan yang ada.

Membuat model bisnis adalah salah satu cara membuat perusahaan tetap bertahan. Menurut (Osterwalder, 2010) ada beberapa alat yang digunakan untuk memetakan dan memberi evaluasi pada bisnis model yang dipakai di suatu

perusahaan, *Business model canvas* merupakan sebuah bahasa untuk menggambarkan, visualisasi, menilai dan mengubah model bisnis

Model bisnis canvas dipakai untuk memahami aspek bisnis yang sedang berjalan, dan melakukan penilaian terhadap sistem di perusahaan apakah harus diubah atau harus ditambah. Bisnis model canvas (BMC) terdiri dari grafik dengan unsur-unsur yang menggambarkan perusahaan atau proposisi nilai produk, infrastruktur, pelanggan dan keuangan.

Bisnis model canvas berbeda dengan model bisnis lain. Pada model canvas memuat seluruh elemen bisnis, dimana para pebisnis dapat menyajikan kerangka bisnis yang jelas, agar dapat dipahami dan mudah dimengerti. Bisnis model canvas dapat digunakan pada semua lini bisnis tanpa terbatas pada sektor usahanya. Selain itu, Bisnis model canvas sangat membantu untuk mempercepat proses analisa kekuatan dan kelemahan bisnis. Ada 9 Unsur yang dipakai untuk mengevaluasi dan memberi solusi pada masalah masalah yang ada di perusahaan. Kesembilan unsur itu berguna untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi serta menjabarkan dengan sangat rinci kemudian mengelompokan proses bisnis yang sedang berjalan sehingga ditemukan solusi atas kendala yang ada di perusahaan.

Sembilan unsur yang ada pada bisnis model canvas meliputi Segmen pelanggan (*Customer Segmen*), Proposisi nilai (*Value Proposition*), saluran atau Chanel (CH), Hubungan pelanggan (*Customer Relationship*), arus pendapatan (*Revenue Stream*), sumber daya utama (*Key Resource*), aktifitas utama (*Key Activities*), bangun kemitraan (*Key Partnership*) dan struktur biaya (*Cost Structure*). Elemen elemen tersebut saling berhubungan satu sama lain. Jika ada

satu elemen yang memiliki kendala maka akan berdampak pada ketidaksesuaian proses bisnis yang sedang dijalankan

Bisnis model canvas sangat berguna untuk melakukan analisis SWOT terhadap perusahaan dimana perbandingan antar kekuatan, kelemahan, dan peluang serta ancaman yang ada di dalam perusahaan. Kombinasi antara BMC dan SWOT memberikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan (Tjitradi, 2015)

Model bisnis canvas perlu diterapkan pada perusahaan yang bergerak di bidang kecantikan dan perawatan kulit. Mengingat di kota Padang, telah banyak tumbuh perusahaan-perusahaan yang bergerak di bidang yang sama sehingga perlu pemetaan dan gambaran yang jelas mengenai bisnis yang dijalankan sehingga para pengusaha dapat mengetahui kelemahan dan keunggulan bisnis yang dijalankan. Di kota Padang sendiri telah banyak berdiri perusahaan yang bergerak di bidang jasa kecantikan dan perawatan kulit. Hal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut.

**Tabel 1.1 Daftar Klinik Kecantikan di Kota Padang**

No	Nama Perusahaan	Alamat
1	Derma Q Skin Clinic	Jl Padang Pasir raya No. 25 Kota Padang
2	Natasha Skin Clinic Centre	Jl veteran Kota Padang
3	Erha Skin Padang	Jl Patimura No 22
4	Diva Clinic	Jl M. Haji Thamrin No 08 Alang Laweh
5	Klinik Griya Satya	Jl Seberang Padang Utara 2 No 4
6	Klinik dr. Gina	Jl Lolong Belanti Kota Padang
7	Klinik Pro Medika	Jl Proklamasi No. 61
8	Klinik Arum Sari	Jl Sultan Syahrir No. 332

Sumber Data: *data primer 2019*

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa persaingan klinik kecantikan dan jasa kesehatan kulit di kota Padang sangat banyak. Oleh sebab itu maka



perusahaan, perlu menerapkan bisnis model canvas agar dapat memetakan dan mengetahui tujuan bisnis yang mereka jalankan.

Pada penelitian ini peneliti memilih klinik *Lovely Beauty Center* sebagai objek penelitian. Klinik *Lovely Beauty Center* adalah sebuah Klinik yang juga bergerak pada bidang penjualan produk kecantikan serta jasa perawatan kulit. Berdasarkan survei awal, *Lovely Beauty Center* memiliki kantor pusat di Padang dan telah berdiri hampir 7 tahun. Perusahaan ini telah memiliki cabang di kota Padang dan kota Bengkulu. Untuk pelayanan dan penjualan, *Lovely Beauty Center* Padang ditangani langsung oleh ahlinya hal tersebut bertujuan agar para pelanggan merasa aman dan nyaman saat melakukan perawatan kulit maupun membeli produknya. Klinik *Lovely Beauty Center* menerapkan konsep *nature meets technology* yang merupakan perpaduan sempurna bahan bahan aktif kosmetik botanical atau herbal dengan alat-alat kecantikan berteknologi tinggi. Bahan-bahan tersebut telah teruji dan aman digunakan. Selain itu, harga yang ditawarkan cukup terjangkau, daftar harga tergantung dengan jenis kulit dan masalah kulit.

Pemilihan klinik *Lovely Beauty Center* sebagai objek penelitian karena perusahaan ini termasuk perusahaan yang sudah cukup lama eksis sebagai perusahaan kecantikan dan jasa perawatan kulit. *Lovely Beauty Center* sudah memiliki banyak karyawan, dimana karyawan tersebut merupakan orang orang yang berpengalaman dan ahli di bidangnya. Walaupun banyak perusahaan yang bergerak di bidang yang sama namun metode pengobatan dan alat alat yang

digunakan berbeda dengan perusahaan yang lain sehingga perusahaan *Lovely Beauty Center* diminati banyak pelanggannya.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini tentang “**Penerapan Bisnis Model Canvas pada Klinik kecantikan *Lovely Beauty Center* Kota Padang**”

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimanakah perancangan bisnis model canvas pada klinik kecantikan *Lovely Beauty Center* kota Padang?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian yaitu untuk mengetahui dan menganalisa perancangan bisnis model canvas pada klinik kecantikan *Lovely Beauty Center* kota Padang.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang dijelaskan maka penelitian ini dapat dimanfaatkan yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti sebagai syarat untuk untuk memperoleh gelar ahli madya pada program studi manajemen perdagangan
2. Bagi Perusahaan menjadi salah satu bahan masukan bagi perusahaan dalam merancang Model Bisnis sehingga bermanfaat bagi perusahaan
3. Bagi Pihak Lain menjadi sumber referensi untuk peneliti selanjutnya.