



# **EXPLORING DEVELOPMENT STRATEGIES FOR CV. SOCOLATTE IN ACEH USING BMC AND AHP**

**NUR AFNI**



**AGROINDUSTRIAL ENGINEERING  
GRADUATE SCHOOL  
IPB UNIVERSITY  
BOGOR  
2021**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## @Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## DECLARATION

I declare that the thesis with the title "Exploring Development Strategies for CV. Socolatte in Aceh Using BMC and AHP" is an original work of mine under the direction of my supervisors and has never been submitted in any form to any university. Sources of information obtained or quoted from published journals or not published by other authors have been mentioned in the text and included in References at the end of the thesis.

I delegate the copyright of my writing to the IPB University.

Bogor, July 2021

*Nur Afni*  
F351180514

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## SUMMARY

NUR AFNI. Exploring Development Strategies for CV. Socolatte in Aceh Using BMC and AHP. Supervised by MOHAMAD YANI and FAQIH UDIN.

The high consumption of processed chocolate-based foods and beverages has attracted the interest of entrepreneurs in Indonesia, including entrepreneurs from Aceh, to produce and sell chocolate products with local brands. However, in its implementation, there are still many obstacles faced by the small industry. The CV. Socolatte is a small industry that produces chocolate from Aceh local raw materials. CV. Socolatte is located in the village of Baroh Musa, Pidie Jaya District, Aceh. At the beginning of its chocolate Socolatte launch, CV. Socolatte had enlivened the local market, and the firm successfully exported its chocolate to customers in Malaysia. Unfortunately, this product has not been able to penetrate the local Indonesian market. Socolatte chocolate is only sold around the Aceh area, to be precise, in the village of Baroh Musa, Pidie Jaya. In Addition, its development is also decreasing with time. It can be seen from the number of Socolatte products that are not sold in several souvenir shops in the cities of Banda Aceh and Lhokseumawe. Therefore, it is necessary to research to explore the problems faced by CV. Socolatte.

The purpose of this study is to explore a strategy that can help the development of CV. Socolatte to be able to provide jobs for the surrounding community. The research was conducted by finding facts in the field through literature studies, field observations, and semi-structured interviews with experts and stakeholders in the chocolate industry in Aceh. An online market survey was conducted to determine consumer views on Socolatte chocolate as one of the local chocolate products in Indonesia. The information collected is summarized into BMC1 and BMC2. It means getting an overview of conditions and issues related to the sustainability of CV. Socolatte chocolate business. Data collected from interviews with experts were analyzed using AHP1 and AHP2.

Based on the results of the initial analysis, CV. Socolatte has a problem with the Customer Relationship block in BMC1. However, the owner admitted that they were focusing on solving problems in the production section. So the analysis is only focused on determining strategies to solve initial problems related to production, which are also related to the quality of raw materials. The best strategy recommended for problems in the production division is to adopt Supporting Technology (0.363) to help CV. Socolatte handles the main problem, namely Raw Materials (0.445). It is due to good quality chocolate products can be made if postharvest handling of the raw materials is carried out correctly, one of which is by using appropriate technology simultaneously.

Further research was conducted to explore other issues such as Marketing and Management obtained from interviews with BMC2. The results showed that the problem still lies in the field of Marketing and Management at CV. Socolatte. In order to improve marketing, CV. Socolatte has been trying to attract consumers to buy its chocolate products at the Official store. They have made many promotions and sponsors of sports activities around the industry. Therefore, other problems such as Channel, Key Resources, and Key Activities (other than production) related to Management issues began to emerge in its implementation.

@Halqiyah Nur Afni

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

For example, many consumers from outside the district of Pidie Jaya still ask to have Socolatte chocolate products delivered to their homes, while some employees refuse by reason that distance will spoil the taste and texture of the chocolate.

On the other hand, the owner of Socolatte is willing to send Socolatte products outside the city and even to other provinces. However, the costs incurred by buyers are more significant if they order in small quantities. The cost of sending Socolatte chocolate out of town is greater than the price of the chocolate itself. Thus, further analysis using AHP 2 needs to be done.

Based on the perspective of the experts, the best solution offered is to develop a CV. Socolatte is to improve and strengthen Internal Management (0.493). This strategy is supposed to be the first step of many tactics that can improve the performance of this small industry to develop. Improving communication between owners and employees both from the production line and from the marketing line becomes an applicative tactic to have the same goal. Hence, chocolate with the trademark Socolatte can compete with other popular chocolate brands in Indonesia. This strategy will be successful if the owner focuses on increasing Entrepreneurial Competence (0.300) by creating attractive, innovative, and highly competitive chocolate products so that the sustainability of this industry can be maintained (High Sustainability (0.421).

To develop the CV. Socolatte, information gathering (market survey) on buyers' factors to buy Socolatte chocolate has been carried out. The results of an online market survey show that more than 70% of chocolate products buyers in Aceh prefer to buy chocolate directly (offline), especially in supermarkets. Consequently, CV. Socolatte must supply Socolatte chocolate at places frequented by consumers, such as supermarkets. Taste, packaging, and attractive promotions are the main reasons people buy chocolate products in Aceh. Therefore, CV. Socolatte must improve the quality of its products to make it easier to enter the domestic market. The effort can be made by collaborating with two other Triple Helix, the University and the Government, to obtain training and other assistance such as procurement of tools and participating in cultural promotion events to areas outside Aceh. In short, to continue to develop, CV. Socolatte must immediately improve internal management first, followed by finding solutions to overcome other external problems.

*Keywords:* AHP, BMC, Development Strategy, CV.Socolatte





## RINGKASAN

NUR AFNI. Eksplorasi Strategi Pengembangan Usaha Kecil Menggunakan BMC dan AHP untuk CV. Socolatte di Aceh. Dibimbing oleh MOHAMAD YANI dan FAQIH UDIN.

Tingginya konsumsi makanan dan minuman berbahan dasar coklat olahan di dunia telah menarik minat pengusaha di Indonesia, tak terkecuali pengusaha dari Aceh, untuk membuat dan menjual produk coklat dengan merek lokal. Namun dalam pelaksanaannya masih banyak kendala yang dihadapi oleh industri kecil tersebut. CV. Socolatte adalah salah satu industri kecil yang memproduksi coklat dari bahan baku coklat local aceh. CV. Socolatte terletak di di desa Baroh Musa, Kecamatan Pidie Jaya, Aceh. Pada awal peluncurannya, coklat ini sempat meramaikan pasar local, bahkan sudah diekspor ke Malaysia. Namun sayangnya, produk ini belum mampu menembus pasar lokal Indonesia. Cokelat Socolatte hanya dijual di sekitar wilayah Aceh saja, tepatnya di desa Baroh Musa, Pidie Jaya. Selain itu, perkembangannya juga semakin hari semakin menurun. Hal ini terlihat dari banyaknya produk Socolatte yang tidak terjual di beberapa toko souvenir yang ada di kota Banda Aceh dan Lhokseumawe. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk mengeksplorasi permasalahan yang dihadapi oleh CV. Socolatte.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan strategi yang dapat membantu perkembangan usaha CV. Socolatte sehingga mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat sekitar. Penelitian dilakukan dengan mencari fakta di lapangan melalui studi literatur, observasi lapangan, dan wawancara semi terstruktur dengan para pakar dan pemangku kepentingan dalam industri coklat di Aceh. Survei pasar secara online dilakukan untuk mengetahui pandangan konsumen terhadap coklat Socolatte sebagai salah satu produk coklat lokal di Indonesia. Informasi yang terkumpul dirangkum kedalam BMC1 dan BMC2 untuk mendapat gambaran kondisi dan isu-isu terkait keberlanjutan bisnis coklat CV. Socolatte. Data hasil wawancara dengan para ahli dianalisis menggunakan AHP1 dan AHP2.

Berdasarkan hasil analisa awal, CV. Socolatte memiliki permasalahan pada bagian blok Customer Relationship di BMC1. Namun, pemilik mengaku mereka sedang fokus menyelesaikan masalah di bagian produksi saat itu. Sehingga analisis hanya difokuskan pada penentuan strategi untuk menyelesaikan masalah awal terkait produksi yang juga berkaitan dengan kualitas bahan baku. Strategi terbaik yang direkomendasikan untuk permasalahan pada bagian devisi produksi adalah dengan mengadopsi Teknologi yang mendukung (0,363) untuk membantu CV.Socolatte menangani masalah utama yaitu Bahan Baku (0,445). Hal ini dikarenakan produk coklat yang berkualitas baik dapat dibuat jika penanganan pascapanen terhadap bahan bakunya dilakukan dengan baik, salah satunya dengan menggunakan teknologi tepat guna secara bersamaan.

Penelitian lanjutan dilakukan untuk mendalami permasalahan lain seperti Pemasaran dan Manajemen yang diperoleh dari hasil wawancara pada BMC2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa permasalahan masih terletak pada bidang Pemasaran dan Manajemen pada CV. Socolatte. Dalam meningkatkan pemasaran, CV. Socolatte telah berusaha untuk menarik konsumen agar membeli produk

coklatnya di Official store. Mereka telah membuat banyak promosi dan mensponsori kegiatan olahraga di sekitar industri tersebut. Dalam pelaksanaannya, permasalahan lain seperti Channel, Key Resources, dan Key Activities (selain produksi) yang berkaitan dengan masalah Manajemen mulai muncul. Sebagai contoh, banyak konsumen dari luar kabupaten Pidie Jaya masih meminta untuk dikirimkan produk coklat Socolatte ke tempat tinggal mereka sementara beberapa staf menolak dengan alasan jarak akan merusak rasa dan tekstur coklat. Di sisi lain, pemilik Socolatte bersedia mengirimkan produk Socolatte ke luar kota bahkan ke provinsi lain. Namun biaya yang dikeluarkan oleh pembeli dari luar kota lebih besar apabila mereka memesan dalam jumlah sedikit. Biaya pengiriman coklat Socolatte ke luar kota lebih besar dibandingkan harga coklat itu sendiri. Untuk itu, analisa lebih lanjut menggunakan AHP 2 perlu dilakukan.

Berdasarkan perspektif dari para pakar, solusi terbaik yang ditawarkan untuk mengembangkan CV. Socolatte adalah dengan memperbaiki dan Memperkuat Manajemen Internal (0,493). Strategi ini diyakini sebagai langkah awal dari banyak taktik yang dapat meningkatkan kinerja industri kecil ini untuk berkembang. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki komunikasi antar pemilik dan karyawan baik dari lini produksi maupun dari lini pemasaran agar memiliki tujuan yang sama. Dengan demikian, coklat dengan merek dagang Socolatte mampu bersaing dengan merek coklat populer lainnya di Indonesia. Strategi ini akan berhasil jika pemilik fokus untuk meningkatkan Kompetensi Wirausaha (0,300) dengan menciptakan produk cokelat yang menarik, inovatif, dan berdaya saing tinggi sehingga keberlanjutan industry ini bisa terus di jaga (High Sustainability (0,421).

Untuk mengembangkan bisnis chocolate Aceh, pengumpulan informasi (survei pasar) mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pembeli untuk membeli coklat Socolatte telah dilakukan. Hasil survei pasar secara online menunjukkan bahwa lebih dari 70% masyarakat yang menikmati produk cokelat di Aceh lebih memilih membeli cokelat secara langsung (offline), terutama di supermarket. Dengan demikian, CV. Socolatte harus memasok coklat Socolatte pada tempat yang banyak dikunjungi konsumen seperti supermarket. Rasa, kemasan, dan promosi yang menarik menjadi alasan utama orang membeli produk cokelat di Aceh. Dengan demikian, CV. Socolatte harus meningkatkan kualitas produknya agar lebih mudah memasuki pasar domestik. Hal ini dapat dilakukan dengan menjalin kerjasama dengan dua Triple Helix lainnya yaitu Universitas dan Pemerintah untuk mendapatkan pelatihan dan bantuan lainnya seperti pengadaan alat dan mengikuti acara budaya promosi budaya ke wilayah luar Aceh. Ringkasnya, untuk terus berkembang, CV. Socolatte harus segera memperbaiki manajemen internal terlebih dahulu dilanjutkan dengan mencari solusi untuk mengatasi masalah eksternal lainnya.

Kata Kunci: AHP, BMC, CV. Socolatte, Strategi Pengembangan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



©IPB copyright, 2021  
Copyright protected by law

*It is prohibited to quote part or all of this writing without quoting or citing the source. Citations are only for education, research, writing scientific papers, compiling reports, writing criticisms, or studying a problem, and these citations are not detrimental to the interests of IPB. It is prohibited to publish and reproduce part of this entire article in any form without the permission of IPB.*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.





# **EXPLORING DEVELOPMENT STRATEGIES FOR CV. SOCOLATTE IN ACEH USING BMC AND AHP**

**NUR AFNI**

Thesis

Submitted as one of the requirements for achieving the title  
Master of Engineering on Department of Agroindustrial  
Engineering

**AGROINDUSTRIAL ENGINEERING  
GRADUATE SCHOOL  
IPB UNIVERSITY  
BOGOR  
2021**

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



**@Hak cipta milik IPB University**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

External Examiner: Dr. Elisa Anggraeni, STP., MSc

Thesis Title : Exploring Development Strategies for CV. Socolatte in Aceh Using  
BMC and AHP  
Name : Nur Afni  
NRP : F351180514

Approved by

Supervisor 1:  
Dr. Ir. Mohamad Yani, M.Eng

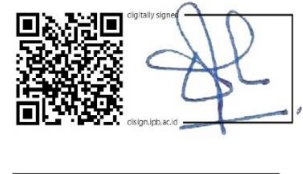
Supervisor 2:  
Dr. Ir. Faqih Udin, M.Sc



Agreed by

Head of Agroindustrial Engineering Study Program :  
Dr. Ir. Illah Sailah, MS.  
NIP. 195805211982112001

Dean of IPB Graduate School:  
Prof. Dr. Ir. Anas Fauzi Miftah, M. Eng  
NIP: 196004191985031002



Examination date: 28 June 2021

Submission date:

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## ACKNOWLEDGMENT

Praise and gratitude the author delivers to Allah subhanahu wa ta'ala. This thesis was conducted from December 2019 to May 2021 with the title "Exploring Development Strategies for CV. Socolatte in Aceh Using BMC and AHP" was completed. Next, the author also thanks to the supervisors (Dr. Ir. Mohamad Yani, M.Eng and Dr. Ir. Faqih Udin, M.Sc) who have guided and provided crucial suggestions in this research. In Addition, the author thanks the moderator seminar and the external examiner for giving more essential suggestions to improve this thesis. Furthermore, the author thanks the owner of the CV. Socolatte because of his kindness and permission to conduct this research in his small chocolate industry in Aceh. Moreover, the author also thanks the scholarship providers (BPSDM Aceh and AAS Indonesia) to provide support funding to complete this research. Finally, the author also conveys gratitude to parents (H. Ismail Amin and Hj. Chadijah), family members, and friends who have given support and prayers. Hopefully, this thesis is helpful for those who need it in terms of scientific progress.

Bogor, July 2021

*Nur Afni*

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
    - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
    - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
  2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## TABLE OF CONTENT

LIST OF TABLES	16
LIST OF FIGURES	16
LIST OF APPENDIXES	16
<b>I INTRODUCTION</b>	<b>1</b>
1.1 Background	1
1.2 Problem Statement	2
1.3 Research Objectives	3
1.4 Research Benefits	3
1.5 Research Scope	4
<b>II LITERATURE REVIEW</b>	<b>5</b>
2.1 The Increase in Chocolate Consumption	5
2.2 Chocolate Production	6
2.3 Factors Influencing Chocolate SMEs Development in Indonesia	8
2.4 The Use of Business Model Canvas (BMC)	10
2.5 The Use of Analytical Hierarchy Process (AHP)	12
<b>III METHOD</b>	<b>15</b>
3.1 Time and Location	15
3.2 Research Framework	15
3.3 Sampling and Participants	15
3.4 Research Steps	16
<b>IV RESULT AND DISCUSSION</b>	<b>20</b>
4.1 Company's Profile	20
4.2 Production Process Issues	24
4.3 Marketing and Management issues influenced by KA, KR and CH	26
4.1 Alternative Solution for Overcoming Marketing and Management problems	27
<b>V CONCLUSION AND RECOMMENDATION</b>	<b>32</b>
5.1 Conclusion	32
5.2 Recommendation	32
REFERENCES	33
APPENDIXES	39
BIBLIOGRAPHY	523

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



## LIST OF TABLES

1	Indonesia national standard of cocoa bean (SNI)	7
2	Previous pieces of researches	12
3	Weighting Scale of AHP	18
4	Result of interviewing the Owner of CV. Socolatte used for AHP analysis	21

## LIST OF FIGURES

1	Barriers to growth of Indonesian SMEs	2
2	Chocolate consumption worldwide per-capita in 2015	6
3	Stream of chocolate processing	7
4	Research framework	19
5	Business model Canvas (BMC1) constructed in 2019	23
6	AHP1 for the production process (owner as of the main actor for this hierarchy)	25
7	The latest BMC for chocolate Socolatte	28
8	The Latest AHP2 for Owner as the main actor in CV. Socolatte	29

## LIST OF APPENDIXES

1	Data matrix and research method	41
2	The Experts background information	42
3	Customer preferences information toward chocolate product including Socolatte	43
4	Steps in analyzing data using AHP Based on	47
5	List of semi-structured interview questions for Experts did not include Socolatte owners	48
6	The sample of the AHP questionnaire	49
7	Instruction to fill AHP Questionnaires:	50
8	Appendix 8 Interview the CV. Socolatte owner face to face	52

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang  
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.  
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.