

PENGEMBANGAN MODEL BISNIS *MULTICHANNEL* PADA PT XYZ MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

MOHAMMAD DIMAS NURRACHMAN



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Pengembangan Model Bisnis *Multichannel* Pada PT XYZ Menggunakan *Business Model Canvas*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Mohammad Dimas Nurrachman
K14190078



ABSTRAK

MOHAMMAD DIMAS NURRACHMAN. Pengembangan Model Bisnis *Multichannel* Pada PT XYZ Menggunakan *Business Model Canvas*. Dibimbing oleh FEBRIANTINA DEWI dan ASADUDDIN ABDULLAH.

Ketidakstabilan pendapatan PT XYZ di tengah tren pertumbuhan industri rokok elektrik (HPTL) dipicu oleh kerentanan struktural akibat ketergantungan pada saluran distribusi tunggal *e-commerce*. Penelitian kualitatif deskriptif ini bertujuan mengevaluasi model bisnis saat ini (BMC-0) menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC). Data diolah melalui teknik tabulasi sederhana terhadap 30 konsumen (usia 21 tahun ke atas) untuk memastikan kepatuhan pada Peraturan Pemerintah No. 28 Tahun 2024. Hasil analisis mengonfirmasi bahwa BMC-0 rentan terhadap gangguan kebijakan platform digital dan menghambat konversi penjualan akibat ketiadaan fasilitas uji coba fisik (*blind buy*). Sebagai resolusi, rekomendasi final (BMC-2) merumuskan strategi *multichannel* melalui ekspansi ke jaringan toko ritel rokok elektrik fisik, pengadaan botol uji coba aroma fisik tanpa nikotin (0 mg), dan manajemen pelanggan proaktif.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, *Multichannel*, Rokok Elektrik, UMKM.

ABSTRACT

MOHAMMAD DIMAS NURRACHMAN. Development of a Multichannel Business Model at PT XYZ Using the Business Model Canvas. Supervised by FEBRIANTINA DEWI and ASADUDDIN ABDULLAH.

The revenue instability of PT XYZ amidst the growth trend of the electronic cigarette (HPTL) industry is triggered by structural vulnerability due to its dependence on a single *e-commerce* distribution channel. This descriptive qualitative research aims to evaluate the current business model (BMC-0) using the Business Model Canvas (BMC) framework. Data was processed through a simple tabulation technique on 30 consumers (aged 21 years and above) to ensure compliance with Government Regulation No. 28 of 2024. The analysis results confirm that BMC-0 is vulnerable to digital platform policy disruptions and hinders sales conversion due to the absence of physical testing facilities (*blind buy*). As a resolution, the final recommendation (BMC-2) formulates a multichannel strategy through expansion into physical electronic cigarette retail store networks, the provision of nicotine-free (0 mg) physical aroma tester bottles, and proactive customer management.

Keywords: Business Model Canvas, Multichannel, Electronic Cigarette, SMEs.

PENGEMBANGAN MODEL BISNIS *MULTICHANNEL* PADA PT XYZ MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

MOHAMMAD DIMAS NURRACHMAN

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
— Bogor Indonesia —

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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Ir. Retnaningsih, M.Si.
- 2 Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari S.E., M.S.M.



Judul Skripsi : Pengembangan Model Bisnis *Multichannel* PT XYZ
Menggunakan *Business Model Canvas*
Nama : Mohammad Dimas Nurrachman
NIM : K14190078

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.

Pembimbing 2:

Dr. Asaduddin Abdullah, B.Sc., M.Sc.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP. 197711262008122001

Tanggal Ujian: 10 Agustus 2026

Tanggal Lulus: 10 Agustus 2026

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juni 2026 sampai bulan Agustus 2026 ini ialah Pengembangan Model Bisnis, dengan judul “Pengembangan Model Bisnis *Multichannel* Pada PT XYZ Menggunakan *Business Model Canvas*”.

Penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Febriantina Dewi, S.E., M.M., M.Sc.** dan **Assaduddin Abdullah, Dr. B.Sc., M.Sc. CWM.** selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan tajam, evaluasi kritis, serta senantiasa meluangkan waktu dan pikiran selama proses penyusunan skripsi ini.
2. **Ir. Retnaningsih, M.Si.** selaku pembimbing akademik, moderator seminar, dan dosen penguji yang telah memberikan masukan berharga demi penyempurnaan arsitektur riset ini.
3. **Dr. Nyayu Lathifah Tirdasari, S.E., M.S.M.** selaku dosen penguji yang turut memberikan evaluasi dan wawasan akademis dalam tahap pengujian skripsi.
4. **Direktur Utama dan Manajer Operasional PT XYZ** yang telah kooperatif memberikan izin penelitian, membuka akses data internal, dan meluangkan waktu untuk wawancara mendalam selama proses pengumpulan data.
5. Ibu, Ayah, serta seluruh keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa yang tak putus, dan kasih sayang yang menjadi motivasi terbesar dalam menyelesaikan pendidikan ini.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Agustus 2026

Mohammad Dimas Nurrachman

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	6
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Strategi Pengembangan	7
2.2 Strategi <i>Multichannel</i>	7
2.3 Industri dan Pasar Rokok Elektrik	8
2.4 Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)	10
2.5 Model Bisnis	11
2.6 Analisis Deskriptif dan Tabulasi Data Sederhana	13
2.7 Penelitian Terdahulu	13
2.8 Kerangka Pemikiran	18
III METODE	20
3.1 Waktu dan Tempat	20
3.2 Jenis dan Sumber Data	20
3.3 Metode Penentuan Responden	21
3.4 Teknik Analisis dan Pengolahan Data	22
3.5 Keterbatasan Penelitian	22
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	24
4.2 Identifikasi Model Bisnis Saat ini PT XYZ (BMC-0)	25
4.3 Perancangan Alternatif Strategi (BMC-1)	30
4.4 Rekomendasi Final (BMC-2)	38
4.5 Kemampuan Finansial PT XYZ	42
4.6 Kepatuhan Regulasi dan Etika Bisnis dalam Implementasi Strategi	44
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	52
RIWAYAT HIDUP	62



DAFTAR TABEL

1	Tabel 1 Perbandingan Kinerja PT XYZ dengan Pertumbuhan Pasar Rokok elektrik Nasional (2018-2024)	2
2	Tabel 2 Penelitian Terdahulu	14
3	Tabel 3 Jenis dan Sumber Data	20
4	Tabel 4 Harga pokok produksi <i>e-liquid</i> PT XYZ	30
5	Tabel 5 Karakteristik Responden	31

DAFTAR GAMBAR

6	<i>Business Model Canvas</i> (Osterwalder dan Pigneur 2010)	12
7	Kerangka pemikiran	19
8	Struktur organisasi PT XYZ	24
9	BMC-0 PT XYZ	27
10	Diagram alasan utama penggunaan dan pembelian rutin <i>e-liquid</i>	33
11	BMC-1 PT XYZ	34
12	BMC-2 PT XYZ	39

DAFTAR LAMPIRAN

13	Lampiran 1: Daftar Pertanyaan Wawancara BMC-0	53
14	Lampiran 2: Daftar Pertanyaan Kuesioner Preferensi Konsumen PT XYZ	55
15	Lampiran 3: Daftar Pertanyaan Wawancara Validasi Alternatif Strategi (BMC-1)	60