

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS CV DIGDAYA GROUP INDONESIA MELALUI *MARKET PENETRATION*

MUCHAMAD ILHAM AKBAR AL KAHFI



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

- 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.



PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis CV Digdaya Group Indonesia melalui *Market Penetration*” 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, 28 April 2025

Muchamad Ilham Akbar Al Kahfi
K1401201078

- 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.



ABSTRAK

MUCHAMAD ILHAM AKBAR AL KAHFI. Strategi Pengembangan Bisnis CV Digdaya Group Indonesia melalui *Market Penetration*. Dibimbing oleh ANNY RATNAWATI dan FITHRIYYAH SHALIHATI.

Industri konveksi di Indonesia yang berkembang menciptakan persaingan ketat bagi bisnis konveksi, khususnya CV Digdaya Group Indonesia (DigdayaCo). Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis DigdayaCo melalui pembaruan Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan daya saing dan pendapatan perusahaan. Analisis yang digunakan adalah Structural Equation Model (SEM) dengan metode Partial Least Square (PLS). Analisis SEM-PLS digunakan untuk menganalisis minat pembelian pelanggan potensial dan analisis deskriptif kualitatif untuk menganalisis pengalaman pelanggan aktual. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pembaruan BMC DigdayaCo meliputi perluasan segmentasi pelanggan ke perusahaan dan instansi pemerintahan, peningkatan proposisi nilai dengan layanan custom design, serta penguatan hubungan pelanggan melalui program membership. Penelitian ini memberikan rekomendasi bagi DigdayaCo dalam menerapkan strategi pengembangan bisnis berbasis inovasi model bisnis guna memperkuat posisi perusahaan di pasar.

Kata kunci: daya saing, kanvas model bisnis, penetrasi pasar, pengembangan bisnis

ABSTRACT

MUCHAMAD ILHAM AKBAR AL KAHFI. CV Digdaya Group Indonesia's Business Development Strategy through Market Penetration. Supervised by ANNY RATNAWATI and FITHRIYYAH SHALIHATI.

The growing convection industry in Indonesia creates tight competition for convection businesses, especially CV Digdaya Group Indonesia (DigdayaCo). This research aims to formulate DigdayaCo's business development strategy through Business Model Canvas (BMC) update to increase the company's competitiveness and revenue. The analysis used is Structural Equation Model (SEM) with Partial Least Square (PLS) method. SEM-PLS analysis is used to analyze potential customers' purchase intention and qualitative descriptive analysis to analyze actual customer experience. The results showed that DigdayaCo's BMC updates include expanding customer segmentation to companies and government agencies, increasing value proposition with custom design services, and strengthening customer relationships through membership programs. This research provides recommendations for DigdayaCo in implementing business development strategies based on business model innovation to strengthen the company's position in the market.

Keywords: business development, business model canvas, competitiveness, market penetration



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, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS CV DIGDAYA GROUP INDONESIA MELALUI *MARKET PENETRATION*

MUCHAMAD ILHAM AKBAR AL KAHFI

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

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Dr. Asep Taryana, S.T.P., M.M.
- 2 Sendy Watazawwadu'Ilmi, S.E., M.M.



@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.

Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis CV Digdaya Group Indonesia
melalui *Market Penetration*

Nama : Muchamad Ilham Akbar Al Kahfi
NIM : K1401201078

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Dr. Ir. Anny Ratnawati, M.S.



Digitally signed by:
Anny Ratnawati

Date: 16 Jun 2025 12:19:51 WIB
Verify at design.ipb.ac.id

Pembimbing 2:
Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



Digitally signed by:
Fithriyyah Shalihati

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Digitally signed by:
Dr. Siti Jahroh

design.ipb.ac.id

Tanggal Ujian:
Senin, 5 Mei 2025

Tanggal Lulus:
(tanggal penandatanganan oleh Dekan
Fakultas/Sekolah ...)

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 Januari 2025 sampai bulan Maret 2025 ini ialah strategi pengembangan bisnis dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis CV Digdaya Group Indonesia melalui *Market Penetration*”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, ibu Dr. Ir. Anny Ratnawati, M.S. dan ibu Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. yang telah membimbing dan banyak memberi saran untuk penelitian yang dilakukan oleh penulis. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada Ramadhani Irdiansyah, S.Pi. selaku CEO dan Canta Bayu Laksana, S.Mat. selaku Manajer Pemasaran CV Digdaya Group Indonesia yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah Nanang Priyatnahari, ibu Kurnia Agustini, dan kakak Dien Mochamad Iqbal Agung Anugerah yang telah memberikan dukungan, doa, motivasi, dan kasih sayang kepada penulis. Terima kasih juga penulis ucapkan kepada Aghnia Faza Nasution yang selalu ada di saat suka dan duka, memberikan semangat dan motivasi, serta mewarnai masa perkuliahan dan penelitian penulis sehingga penulis mampu bertahan dan menyelesaikan penelitian. Terima kasih penulis sampaikan kepada Zaid Ali, Alwan Reji Putra, Muhammad Mezi Tanjung, Muhammad Ramadhan Raihan Halil, Emir Aqsha Alfarabi, Tsabit Khairul Auni, dan Attila Alamsyah sebagai teman seperjuangan selama masa perkuliahan dan menjadi tempat cerita penulis.

Semoga Allah subhanaahu wa ta'ala membalas segala kebaikan seluruh pihak yang membantu masa perkuliahan dan penelitian penulis. Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, 28 April 2025

Muchamad Ilham Akbar Al Kahfi

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	x
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Strategi Pengembangan Bisnis	5
2.2 Model Bisnis	5
2.3 <i>Business Model Canvas</i>	6
2.4 Penetrasi Pasar	9
2.5 <i>Purchase Intention</i>	9
2.6 <i>Perceived Value</i>	10
2.7 <i>Perceived Risk</i>	11
2.8 <i>Customer Experience</i>	12
2.9 Penelitian Terdahulu	13
2.10 Kerangka Pemikiran	14
III METODE	17
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	17
3.2 Jenis dan Sumber Data	17
3.3 Teknik Penentuan Responden	17
3.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data	19
3.5 Definisi dan Variabel Operasional	20
3.6 Model dan Hipotesis Penelitian	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	27
4.2 Identifikasi Model Bisnis Perusahaan	31
4.3 Segmentasi Pelanggan Berdasarkan Karakteristik Responden	34
4.4 Strategi Pembaruan Model Bisnis Perusahaan	35
V SIMPULAN DAN SARAN	47
5.1 Simpulan	47
5.2 Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	56



DAFTAR TABEL

1	<i>Perceived value</i> pada penelitian terdahulu	10
2	<i>Perceived risk</i> pada penelitian terdahulu	11
3	Penelitian terdahulu	13
4	Jenis dan sumber data	17
5	Jenis responden dan alat analisis yang digunakan	18
6	Skala Likert	19
7	Subvariabel dan indikator BMC	20
8	Variabel operasional pada model minat pembelian	22
9	Variabel operasional pada model pengalaman pelanggan	24
10	<i>Cronbach's alpha</i> dan <i>composite reliability</i>	37
11	Nilai average variance extracted (AVE)	37
12	Nilai <i>R-Square</i>	38
13	Hasil uji hipotesis	38

DAFTAR GAMBAR

1	Omzet DigdayaCo melalui segmentasi mahasiswa pada tahun 2023	3
2	<i>Business Model Canvas</i> (Osterwalder dan Pigneur 2010)	6
3	Kerangka pemikiran	16
4	Model penelitian	26
5	Omzet DigdayaCo pada tahun 2023	27
6	Struktur organisasi DigdayaCo	30
7	<i>Business Model Canvas</i> CV Digdaya Group Indonesia	31
8	Hasil analisis <i>outer loading</i>	36
9	<i>Business Model Canvas</i> baru CV Digdaya Group Indonesia	44

DAFTAR LAMPIRAN

1	Karakteristik responden	54
2	Nilai <i>heterotrait-monotrait ratio</i> (HTMT)	55
3	Responden pelanggan aktual	55