

ANALISIS MODEL BISNIS TOKO DAYA ELEKTRIK BANDUNG



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Manajemen

Disusun Oleh :
Bernardus Billy Lukito
2016120103

UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI S1 MANAJEMEN

Terakreditasi oleh BAN – PT No.2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018

BANDUNG
2021

**BUSINESS MODEL ANALYSIS OF TOKO DAYA ELEKTRIK
BANDUNG**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete the requirements of A Bachelor Degree in Management

By :
Bernardus Billy Lukito
2016120103

**PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT
Accredited by BAN-PT No. 2011/SK/BAN-PT/Akred/S/VII/2018
BANDUNG
2021**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**



Analisis Model Bisnis Toko Daya Elektrik Bandung

Oleh:

Bernardus Billy Lukito

2016120103

PERSETUJUAN UNTUK DISIDANGKAN

Bandung, 3 Febuari 2021

Ketua Program Studi S1 Manajemen,

Dr. Istiharini, S.E., M.M.

Pembimbing,

Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Bernardus Billy Lukito
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 14 September 1997
Nomor Pokok : 2016120103
Program studi : Manajemen
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

Analisis Model Bisnis Toko Daya Elektrik Bandung

Yang telah disesuaikan dibawah bimbingan: Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si.

MENYATAKAN

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) U.U. No 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya.

Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademi, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal : 3 Februari 2021

Pembuat pernyataan :



(Bernardus Billy Lukito)

ABSTRAK

UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara tidak terkecuali di Indonesia. Salah satu UMKM yang berada di Bandung adalah Toko Daya Elektrik. Toko Daya Elektrik merupakan usaha yang bergerak di bisnis eceran alat listrik. . Bisnis ini telah berdiri sejak tahun 1988 ,di dirikan serta dipimpin oleh Bapak Ong Heng Ie. Sebagai UMKM yang menjadi penyumbang kontribusi untuk ekonomi, maka ada baiknya jika UMKM tersebut dikembangkan. Untuk melihat perkembangannya bisa melihat pada kinerja usaha yang sudah dilakukan. Kinerja tersebut bisa dilihat dari aspek finansial dan non finansial. Namun aspek finansialnya tidak dapat dinilai karena tidak melakukan pencatatan keuangan. Maka penulis melihat ada perbaikan yang dapat dilakukan dari aspek non finansial, seperti model bisnisnya. . Menggunakan model bisnis kanvas, peneliti dapat memotret gambaran seputar model bisnis yang dimiliki Toko Daya Elektrik, dengan harapan dari analisa tersebut dapat ditemukan aspek yang membuat Toko Daya Elektrik dapat berkembang

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis deskriptif. Jenis dan sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang dilakukan adalah wawancara dan observasi. Penulis menganalisa model bisnis Toko Daya Elektrik menggunakan model bisnis kanvas yang akan dibandingkan dengan analisis SWOT yang berisi lingkungan internal dan eksternal perusahaan

Dari hasil penelitian ini, model bisnis Toko Daya Elektrik membutuhkan beberapa penyesuaian untuk menghadapi perubahan internal dan eksternal. Value Proposition yang dimiliki Toko Daya Elektrik yaitu harga yang murah, tidak menjadi pembeda yang signifikan untuk membedakannya dengan pesaing. Lalu Customer Segment yang dimiliki sekarang memerlukan penambahan untuk beradaptasi dengan keadaan lingkungan sekarang yaitu pandemi covid-19 sehingga target pasar yang di tuju harus di perluas untuk menanggapi kondisi yang terjadi.

Kata Kunci: Model Bisnis, UMKM, analisis SWOT

ABSTRACT

MSMEs have an important role in the economic growth of a country, including in Indonesia. One of the MSMEs in Bandung is Toko Daya Elektrik. Toko Daya Elektrik is a business engaged in the retail business of electrical equipment that has been established since 1988, and was founded and led by Mr Ong Heng Ie. As MSME has contribution to the economy, it is important to make sure MSME are well developed. This development can be seen through the financial and non financial aspects. However the financial aspects can't be assessed because they don't have financial records. The author thinks that there are improvements can be made from the non financial aspects, such as the business model. Using the business model canvas, one can capture the business model of Toko Daya Elektrik, with the hope that this analysis can point out the aspects that make Toko Daya Elektrik better.

This research was conducted using qualitative research methods with a descriptive analysis approach. The data used in this study are primary data. Data collection techniques used were interviews and observation. The author analyzes Toko Daya Elektrik's business model using a canvas business model which will be compared with a SWOT analysis containing the company's internal and external environment

From the research, Toko Daya Elektrik's business model requires some adjustments to face internal and external changes. The Value Proposition, namely the low price, is not a significant differentiator to differentiate it from competitors. Also Customer Segment requires additions to adapt to the current environmental conditions, namely the Covid-19 pandemic so that the target market must be expanded to respond to the conditions that occur.

Keywords: Business Model, MSME, SWOT analysis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan. Dalam penulisan penelitian ini peneliti menyadari terdapat banyak kendala dan kekurangan, namun dengan bantuan, bimbingan, serta dukungan dari banyak pihak, penulis dapat mengatasi hal tersebut. Maka pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Bapak Ong Heng Ie dan Ibu Linda Sukmawati sebagai orang tua penulis yang sudah bersedia membesarkan dan membimbing penulis dalam kehidupan sampai saat ini.
2. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya selama penulisan skripsi ini dilakukan.
3. Ibu Dr. Istiharini, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Parahyangan
4. Para Dosen FE Unpar yang turut memberikan pengetahuan selama penulis menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan
5. Melissa selaku kakak Penulis yang telah memberikan motivasi selama penulisan berlangsung
6. Winston selaku sahabat penulis yang selalu menghibur ketika penulis kewalahan saat mengerjakan skripsi ini
7. Ryandi Hartanto selaku sahabat penulis yang merupakan rekan bersama dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Seluruh rekan Unpar, dan SMA Aloysius yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu namanya yang telah memberikan dukungan saat penulisan skripsi ini.
9. Pihak Toko Daya Elektrik, baik pemilik dan karyawan yang telah membantu menjadi objek penelitian dari skripsi ini
10. Seluruh karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan bantuan selama penulis menyelesaikan studi.
11. Seluruh pihak yang telah memberi dukungan lewat doa, pikiran, dan motivasi selama ini.

Akhir kata, penulis meminta maaf jika terdapat kesalahan dan kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pembacanya dan membantu mengembangkan ilmu bisnis keluarga.

Bandung, 3 Febuari 2021

DAFTAR ISI

ABSTRAK	1
ABSTRACT	2
KATA PENGANTAR.....	3
DAFTAR ISI.....	5
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR TABEL	7
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 UMKM	8
2.2 Model Bisnis	9
2.2.1 Customer Segment.....	10
2.2.2 Value Proposition	11
2.2.3 Channels	14
2.2.4 Customer Relationship.....	15
2.2.5 Revenue Streams	16
2.2.6 Key Resources	17
2.2.7 Key Activities	18
2.2.8 Key Partnership	18
2.2.9 Cost Structure	18
2.3 SWOT Analysis.....	19
2.4 Penerapan Kanvas Model Bisnis Pada Beberapa Organisasi.....	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Sumber Data Penelitian.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	26

3.4 Pengolahan Data.....	27
3.5 Objek Penelitian	27
3.6 Struktur Organisasi.....	29
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	31
4.1 Analisis Model Bisnis Toko Daya Elektrik.....	31
4.1.1 Customer Segment.....	31
4.1.2 Value Proposition	31
4.1.3 Channels	32
4.1.4 Customer Relationship.....	32
4.1.5 Revenue Streams	32
4.1.6 Key Resources	33
4.1.7 Key Activities	34
4.1.8 Key Partnership	35
4.1.9 Cost Structure	36
4.1.10 Bisnis Model Kanvas Toko Daya Elektrik	36
4.2 Kesesuaian Model Bisnis Toko Daya Eletkrik Dengan Perubahan Eksternal Dan Internal Yang Terjadi	38
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan.....	45
5.2 Saran.....	46
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Toko Daya Elektrik.....	2
Gambar 1.2 Model 5 Tahap Siklus Hidup.....	3
Gambar 2.1 Model Bisnis Kanvas.....	10
Gambar 2.2 Value Propositon Canvas	13
Gambar 3.1 Toko Daya Elektrik	28
Gambar 3.2 <i>Advertising</i>	29
Gambar 3.3 Struktur Organisasi.....	29
Gambar 3.4 Langkah – Langkah Penelitian	30
Gambar 4.1 Value Proposition Canvas Toko Daya Elektrik.....	41

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penggolongan Kriteria UMKM.....	9
Tabel 2.2 Penelitian Sebelumnya	24
Tabel 4.1 Model Bisnis Kanvas	37
Tabel 4.2 Rangkuman Pembahasan.....	43

BAB 1

PENDAHULUAN

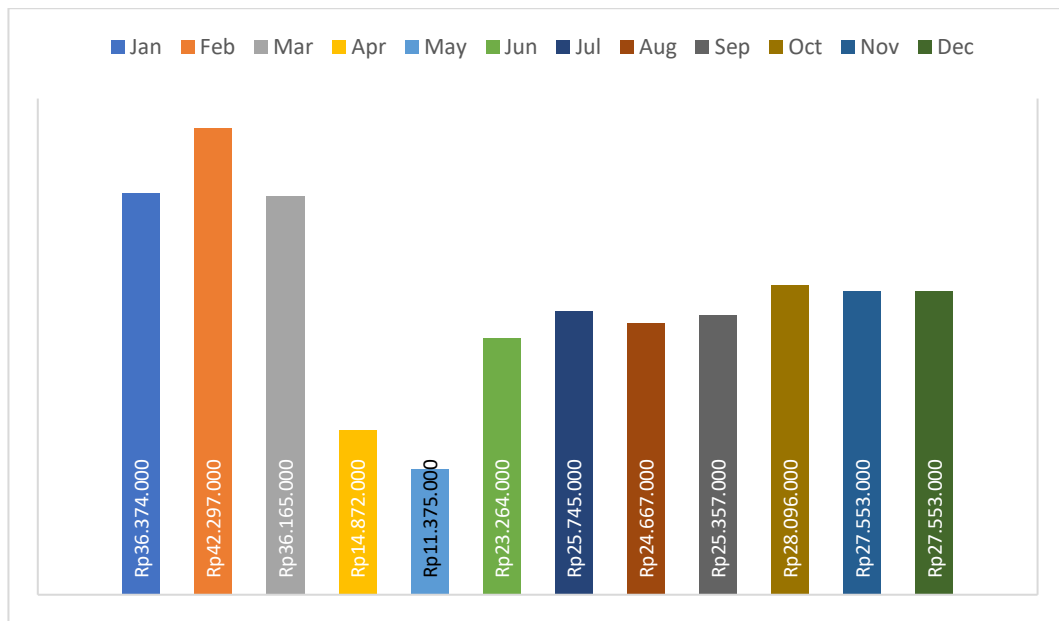
1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah atau sering disingkat UMKM memiliki peran penting dalam pertumbuhan perekonomian suatu negara tidak terkecuali di Indonesia. Melansir dari situs Bappenas, UMKM memiliki kontribusi dalam bentuk perluasan kesempatan kerja dan penyerapan tenaga kerja, pembentukan Produk Domestik Bruto, dan penyediaan jaring pengaman untuk menjalankan kegiatan ekonomi produktif. Berdasarkan data Sensus Ekonomi 2016, berikut merupakan sumbangsih UMKM terhadap perekonomian Indonesia:

- UMKM menyerap hingga 89,2 persen dari total tenaga kerja.
- UMKM menyediakan hingga 99 persen dari total lapangan kerja.
- UMKM menyumbang 60,34 persen dari total PDB nasional.
- UMKM menyumbang 14,17 persen dari total ekspor.
- UMKM menyumbang 58,18 persen dari total investasi.

Di masa pandemi seperti sekarang, sangat penting untuk menjaga keberlangsungan bisnis supaya dapat menjaga perekonomian apalagi di Indonesia. Salah satu UMKM yang berada di Bandung adalah Toko Daya Elektrik. Toko Daya Elektrik merupakan usaha yang bergerak di bisnis eceran alat alat listrik. Selain itu Toko Daya Elektrik juga menyediakan jasa reparasi alat alat listrik seperti setrika, *hair dryer*, senter, dan sejenisnya. Bisnis yang terletak di Kota Bandung ini telah berdiri sejak tahun 1988 , di dirikan serta dipimpin oleh Bapak Ong Heng Ie. Toko Daya Elektrik sendiri mengalami penurunan dari segi pengunjung dan penjualan. Hal tersebut diperoleh dari wawancara dengan pemilik yang mengakui perbedaan penjualan saat ini dengan penjualan sebelum pandemi. Berikut merupakan data penjualan Toko Daya Elektrik periode 2020.

Gambar 1.1
Data Penjualan Toko Daya Elektrik



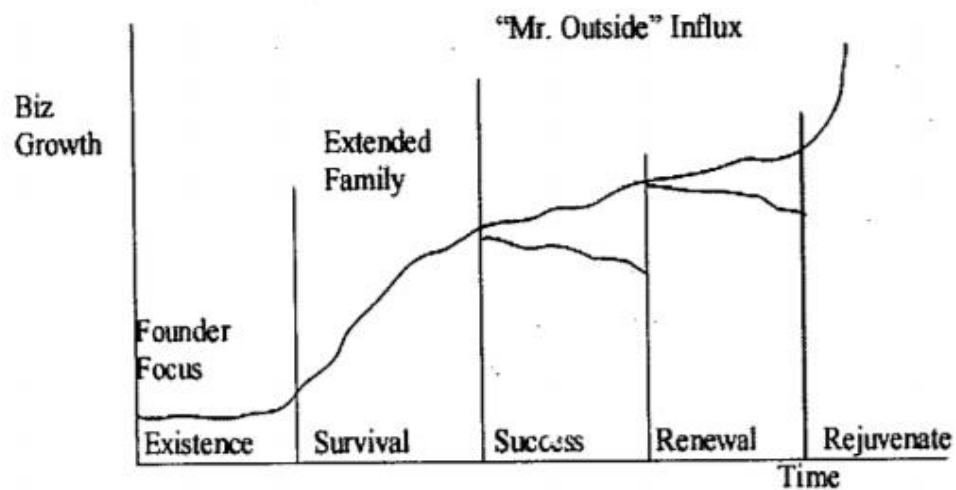
Sumber: olahan penulis

Jika melihat dari grafik diatas, terdapat penurunan penjualan ketika memasuki bulan April, dimana di Bandung dimulainya Pembatasan Sosial Berskala Besar yang membuat masyarakat dibatasi melakukan aktifitas diluar rumah. Namun setelah PSBB dilonggarkan seiring berjalanya waktu, penjualan Toko Daya Elektrik belum kembali mencapai jumlah seperti sebelum terjadinya pandemi. Hal ini mungkin dipengaruhi efek PSBB yang menyebabkan minimnya aktifitas yang dilakukan diluar rumah. Bila hal tersebut tidak diperbaiki maka berpotensi semakin merosotnya kinerja keuangan.

Selain melihat dari jumlah penjualan, kita bisa melihat pada kinerja usaha yang sudah dilakukan. Kinerja tersebut bisa dilihat dari aspek finansial dan non finansial. Menurut UU nomor 20 tahun 2008 tentang UMKM, sebuah usaha dapat digolongkan kedalam kriteria usaha mikro, kecil, dan menengah berdasarkan aset dan omzet per tahun. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik, omzet yang didapat per tahun adalah kurang lebih mencapai Rp 300 juta. Sedangkan aset yang dimiliki bernilai diantara Rp 50 juta – Rp 500 juta. Maka Toko Daya Elektrik bisa dikategorikan kedalam Usaha Kecil.

Namun Toko Daya Elektrik kurang bisa dinilai dari aspek finansial, hal ini dikarenakan Toko Daya Elektrik sendiri tidak melakukan pencatatan keuangan. Maka penulis melihat dari aspek non finansial, seperti siklus bisnisnya. Sebuah bisnis akan memasuki beberapa tahap seiring berjalannya waktu. Menggunakan model 5 tahap siklus hidup dari Miller dan Friesen (1984) yang dikutip dari Gomulia (2012), ada 5 tahapan yang dapat dilalui sebuah usaha, *existence*, *survival*, *success*, *renewal*, dan *rejuvenate*. Pelaku usaha perlu merancang usahanya sedemikian rupa agar dapat menjaga keberlangsungan usaha dalam waktu yang panjang.

Gambar 1.2
Model 5 Tahap Siklus Hidup



Sumber: Gomulia (2012)

Jika melihat kedalam model diatas, Toko Daya Elektrik bisa masuk ke tahap *survival*. Terdapat pertumbuhan bisnis dan kekayaan yang dapat dikumpulkan untuk dapat memasuki tahap sukses, Namun Toko Daya Elektrik belum memiliki perencanaan bisnis yang baik, dimana pemilik tidak memiliki pencatatan keuangan yang juga disebabkan sistem pengelolaan yang terbilang masih tradisional. Penulis menilai hal tersebut merupakan kebutuhan dasar untuk dimiliki sebuah usaha dimana pencatatan dapat membantu pemilik untuk menilai perkembangan usahanya. Maka penulis mencoba untuk melihat aspek non finansial lainnya yang bisa menggambarkan strategi dasar Toko Daya Elektrik yaitu model bisnisnya. Model bisnis merupakan *blueprint* untuk strategi yang diterapkan dalam struktur, proses,

dan sistem perusahaan. Untuk mengetahui model bisnis sendiri dapat diketahui lewat model bisnis kanvas. Menggunakan *Business Canvas Model* atau model bisnis kanvas, peneliti dapat memotret gambaran seperti strategi perusahaan, arus pendapatan dan pengeluaran, jenis target konsumen, kebutuhan aset dan sumber daya, dan sebagainya. Selain itu, mengingat lingkungan usaha yang cepat berubah, model bisnis harus dibuat sesuai dengan kondisi lingkungan perusahaan, yang bisa dilakukan dengan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan sarana untuk mengevaluasi keseluruhan lingkungan baik secara internal maupun eksternal yang memperhatikan pada beberapa aspek yaitu kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman suatu organisasi/usaha.

Penurunan penjualan yang terjadi bisa disebabkan karena adanya ketidaksesuaian dari model bisnis yang dijalankan dengan faktor faktor yang berada pada lingkungan sekitar perusahaan. Bila tidak diperbaiki akan berpotensi pada semakin merosotnya kinerja keuangan perusahaan. Ditambah perusahaan belum memiliki pencatatan keuangan yang memadai dan sistem pengelolaan yang masih tradisional, oleh karena itu penulis tertarik untuk meneliti lebih spesifik model bisnis agar dapat memberikan masukan bagi Toko Daya Elektrik dengan harapan dapat ditemukan aspek yang bisa dijadikan masukan bagi Toko Daya Elektrik yang dapat membantu mengembalikan penjualan seperti sebelumnya. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “ **Analisis Model Bisnis Toko Daya Elektrik Bandung** “.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Toko Daya Elektrik?
2. Apakah model bisnis toko daya elektrik masih tepat dalam menghadapi perubahan eksternal maupun internal?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka penulis menentukan tujuan penelitian ini adalah:

1. Mengetahui model bisnis Toko Daya Elektrik
2. Mengetahui apakah model bisnis toko daya elektrik masih tepat dalam menghadapi perubahan eksternal maupun internal.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan berguna dan bermanfaat bagi:

1. Toko Daya Elektrik

Hasil penelitian ini selayaknya dapat bermanfaat bagi Toko Daya Elektrik untuk mengembangkan usahanya lewat saran dan rekomendasi dari sudut pandang berbeda sehingga dapat lebih memahami kelebihan dan kekurangan yang ada sehingga dapat bertahan dan berkembang.

2. Penulis

Penulis berharap penelitian ini dapat membantu penulis sebagai langkah dalam penyelesaian program studi sarjana yang sedang ditempuh serta sebagai menambah pengetahuan seputar manajemen bisnis keluarga dan mendapat manfaat yang dapat membantu penulis menjalankan bisnis di masa yang datang.

1.5 Kerangka Pemikiran

Menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010), model bisnis adalah gambaran dasar bagaimana sebuah organisasi membuat, memberikan dan menangkap *value* yang ada. Model bisnis bersifat seperti *blueprint* untuk strategi yang akan diimplementasikan ke seluruh organisasi, proses dan sistem. Dengan memotret model bisnis saat ini, maka akan tercipta gambaran struktur cara kerja usaha tersebut serta aspek mana yang sudah cukup baik dan mana yang kurang sehingga dapat membantu untuk mengembangkan perusahaan.

Bisnis Model dapat digambarkan menggunakan *Business Model Canvas* yang diciptakan Alexander Osterwalder. BMC adalah alat untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan merancang model bisnis berdasarkan proporsi nilai perusahaan, produk infrastruktur, pelanggan, dan keuangan. Terdapat 9 elemen dalam BMC yaitu:

1. Customer Segments (CS)

Menunjukkan sekelompok orang atau organisasi berbeda, yang ingin digapai atau dilayani perusahaan.

2. Value Propositions (VP)

Menunjukkan sekelompok orang atau organisasi berbeda, yang ingin digapai atau dilayani perusahaan.

3. Channels (CH)

Mendeskripsikan bagaimana perusahaan berkomunikasi dan menggapai segmen customer mereka untuk memberikan *Value Proposition*.

4. Customer Relationship (CR)

Mendeskripsikan jenis relasi yang dibangun perusahaan dengan pelanggan sesuai *Customer Segment*.

5. Revenue Streams (RS)

Merepresentasikan hasil dari setiap *value proposition* yang berhasil diterima pelanggan

6. Key Resources (KR)

Mendeskripsikan aset atau sumber daya yang sangat penting (aset kunci) yang diperlukan untuk membuat sebuah model bisnis berjalan.

7. Key Activities (KA)

Mendeskripsikan hal-hal penting (aktivitas) yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya berjalan.

8. Key Partnership (KP)

Mendeskripsikan jaringan supplier atau partner yang membuat sebuah Business Model berjalan.

9. Cost Structure (CS)

Mendeskripsikan semua biaya yang muncul untuk menjalankan sebuah model bisnis.

Di dalam Bisnis Model Kanvas terdapat Value Proposition Canvas, yang merupakan alat bantu yang mempermudah untuk melihat Customer Segment dan Value Proposition lebih jelas dan detail. Value Proposition Canvas sendiri terdiri dari dua bagian yaitu Customer Profile dan Value Map, dimana Customer Profile menjelaskan pemahaman konsumen sedangkan Value Map menjelaskan bagaimana cara menciptakan value untuk konsumen yang ada.

Keadaan dunia usaha berubah seiring perubahan lingkungan sekitarnya. Perubahan lingkungan ini telah membawa perubahan pada paradigma organisasi dan manajemen, perubahan pasar, pemasaran (dengan bertumbuhkembangnya bisnis lewat internet), perubahan sifat dan karakteristik produksi, perubahan visi, misi dan strategi usaha, dan perubahan pada sistem manajemen biaya. Hal tersebut berdampak pada ketepatan model bisnis. Untuk mengetahui keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan supaya bisnis model kanvas dapat menyesuaikan, digunakanlah analisis SWOT sebagai alat identifikasi lingkungan internal dan eksternal. Menurut Kotler (2009), analisis SWOT diartikan sebagai evaluasi terhadap keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Analisis SWOT merupakan salah satu instrument analisis lingkungan internal dan eksternal yang dikenal luas. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa suatu strategi yang efektif akan meminimalkan kelemahan dan ancaman. Bila diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini mempunyai dampak yang besar atas rancangan suatu strategi. Model bisnis Toko Daya Elektrik perlu di evaluasi untuk melihat apakah mampu merespon terhadap perubahan – perubahan lingkungan.