

ABSTRAK

Skripsi ini disusun oleh Rosela Akhrita dengan NIM. 3722090 merupakan salah satu mahasiswa dari program studi Manajemen Bisnis Syariah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Universitas Islam Negeri Sjech M. Djamil Djambek Bukittinggi 2026 yang berjudul “ **Analisis Strategi Bisnis Dalam Meningkatkan Pendapatan Pedagang Kaki Lima Menggunakan Business Model Canvas (Studi Kasus Di Jalan Muhammad Yamin Kabupaten Sijunjung)**”

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh peran penting pedagang kaki lima (PKL) sebagai bagian dari sektor ekonomi informal yang berkontribusi dalam menyediakan lapangan kerja serta memenuhi kebutuhan konsumsi masyarakat. Di Kabupaten Sijunjung, khususnya di Jalan Muhammad Yamin, keberadaan pedagang kaki lima makanan dan minuman berkembang cukup pesat seiring meningkatnya aktivitas ekonomi masyarakat. Namun, perkembangan tersebut diiringi dengan berbagai permasalahan, seperti kenaikan harga bahan baku, keterbatasan modal, serta belum diterapkannya strategi bisnis yang terstruktur. Kondisi ini menyebabkan pendapatan pedagang kaki lima cenderung tidak stabil dan sulit berkembang secara berkelanjutan.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi bisnis pedagang kaki lima dalam meningkatkan pendapatan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi terhadap pedagang kaki lima yang beroperasi di sepanjang Jalan Muhammad Yamin Kabupaten Sijunjung. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif dengan memetakan sembilan elemen Business Model Canvas, yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi bisnis yang dijalankan oleh pedagang kaki lima masih bersifat sederhana dan konvensional, serta lebih banyak bergantung pada pengalaman dan kebiasaan berdagang sehari-hari. Nilai utama yang ditawarkan kepada konsumen meliputi harga yang terjangkau, cita rasa makanan yang sesuai dengan selera masyarakat, serta lokasi berjualan yang strategis. Namun demikian, sebagian pedagang belum memanfaatkan inovasi secara optimal, baik dalam hal pengembangan variasi menu, kegiatan promosi, maupun pemanfaatan media digital sebagai sarana pemasaran. Selain itu, kenaikan harga bahan baku dan keterbatasan modal menjadi faktor utama yang memengaruhi struktur biaya usaha, sehingga berdampak pada keterbatasan kemampuan pedagang dalam mengembangkan usahanya serta memengaruhi tingkat pendapatan yang diperoleh.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Pendapatan, Pedagang Kaki Lima, Business Model Canvas.