

ABSTRAK

Program Kampung UKM Digital dari PT. Telekomunikasi Indonesia diharapkan bisa menumbuhkan jiwa *entrepreneurship* dikalangan para pelaku usaha, sekaligus dapat memfasilitasi para pelaku usaha untuk memperluas jaringan usaha mereka dengan memanfaatkan perkembangan teknologi di Indonesia. Salah satu Kampung UKM Digital yang ada di Kab. Bandung adalah Kampung UKM Digital Baraya.

Permasalahan umum Kampung UKM Digital Indonesia saat ini adalah banyaknya sumber daya manusia yang masih kurang paham menggunakan *smartphone* dan komputer untuk berinteraksi konsumen di dunia maya. Padahal di-era digital saat ini, para pelaku usaha harus sadar akan keberadaan *E-Commerce* yang semakin berkembang dapat menjadi sarana yang efisien untuk melakukan berbagai kegiatan pemasaran bagi produk-produk UKM, karena biaya yang dikeluarkan akan lebih murah dan jangkauannya jauh lebih luas. Maka dari itu berdasarkan pemaparan tersebut, peneliti melakukan penelitian dengan judul “Formulasi Strategi Pengembangan Kampung UKM Digital Baraya Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas Innovation 3.0*”

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memotret model bisnis Kampung UKM Digital Baraya saat ini menggunakan *Business Model Canvas Innovation 3.0*, kemudian model bisnis akan di evaluasi menggunakan analisis SWOT, lalu menggunakan Matriks IFE, Matriks EFE, Matriks IE dan QSPM untuk memutuskan dan menentukan strategi alternatif mana yang terbaik yang dapat direkomendasikan.

Jenis penelitian ini adalah studi kasus dengan metode kualitatif. Teknik pengumpulan menggunakan wawancara mendalam dan observasi. Selain itu, menggunakan kuesioner untuk mengetahui faktor mana saja yang berpengaruh terhadap formulasi strateginya. Hasil pada penelitian menyatakan bahwa model bisnis Kampung UKM Digital Baraya sudah baik dilihat dari sembilan blok bangunan model bisnis.

Dari penelitian ini ditemukan Kampung UKM Digital Baraya mampu memaksimalkan kekuatan yang ada, untuk menutupi kelemahannya yang berdasarkan pada hasil matriks IFE dengan total skor 3,6. Dan pada hasil matriks EFE mendapatkan total skor 3,8 yang mengindikasikan sudah memanfaatkan peluang yang ada dan sudah siap untuk menghadapi ancaman. Dengan total skor matriks IFE dan EFE menempatkan Kampung UKM Digital Baraya pada divisi 1 dari sel 1, pada hasil analisis matriks IE yang menghasilkan alternatif strategi yaitu *market penetration*. Maka dari itu, berdasarkan hasil Matriks IE dan implementasikan menggunakan QSPM strategi *market penetration* yang paling cocok untuk Kampung UKM Digital Baraya dengan nilai TAS (*Total Attractiveness Score*) tertinggi sebesar 0,60

Kata Kunci: *Business Model Canvas Innovation 3.0*, IFE, EFE, IE, QSPM