RINGKASAN EKSEKUTIF

Kota Tasikmalaya mengalami pertumbuhan penduduk yang konsisten selama periode 2021–2024, dari sekitar 723.100 jiwa menjadi 770.839 jiwa. Pertumbuhan penduduk tersebut berdampak pada meningkatnya kebutuhan hunian, yang tercermin dari pesatnya pembangunan perumahan di berbagai wilayah kota. Kondisi ini menunjukkan adanya tekanan permintaan yang berkelanjutan pada sektor perumahan, yang secara langsung mendorong meningkatnya kebutuhan material konstruksi. Dalam konteks tersebut, sektor toko bahan bangunan memiliki peran strategis sebagai industri pendukung utama pembangunan permukiman di Kota Tasikmalaya.

Seiring dengan berkembangnya pembangunan perumahan, permintaan bahan bangunan seperti semen, pasir, besi, bata, cat, dan material konstruksi lainnya cenderung stabil dan berkelanjutan. PT Toko Bangunan BMS direncanakan hadir sebagai usaha ritel bahan bangunan yang melayani pengembang perumahan, kontraktor lokal, serta masyarakat yang melakukan pembangunan dan renovasi rumah secara mandiri. Keunggulan PT Toko Bangunan BMS tidak hanya terletak pada kelengkapan produk dan kualitas pelayanan, tetapi juga pada penerapan digitalisasi penjualan, seperti pemasaran online, katalog produk digital, serta sistem pemesanan berbasis teknologi. Penerapan digitalisasi ini diharapkan mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi transaksi, memberikan kemudahan bagi pelanggan, serta membangun hubungan jangka panjang dengan konsumen.

Penelitian ini mengkaji perencanaan dan pengembangan bisnis PT Toko Bangunan BMS dengan pendekatan kewirausahaan melalui Design Thinking, Model Timmons, dan Business Model Canvas (BMC), yang didukung oleh analisis lingkungan bisnis meliputi aspek pemasaran, operasional, sumber daya manusia, keuangan, legal, dan risiko. Hasil analisis matriks SWOT menunjukkan bahwa perusahaan berada pada posisi yang menguntungkan, di mana kekuatan internal dan peluang eksternal lebih dominan dibandingkan kelemahan dan ancaman. Kondisi ini memungkinkan penerapan strategi agresif melalui peningkatan kelengkapan produk, perluasan jaringan pemasok, penguatan kualitas pelayanan pelanggan, serta optimalisasi pemanfaatan teknologi digital dalam kegiatan pemasaran dan penjualan.

Berdasarkan hasil analisis secara menyeluruh, perencanaan bisnis PT Toko Bangunan BMS dinyatakan layak untuk dijalankan. Kelayakan ini didukung oleh peluang pasar yang prospektif, perencanaan operasional yang realistis, ketersediaan sumber daya dan tim manajemen yang memadai, serta proyeksi keuangan yang menunjukkan potensi keberlanjutan dan pertumbuhan usaha dalam jangka panjang.

Kata Kunci: Toko bahan bangunan; Perencanaan bisnis; Digitalisasi penjualan; Model Timmons; Business Model Canvas; Analisis SWOT; Lingkungan bisnis

EXECUTIVE SUMMARY

The City of Tasikmalaya has experienced consistent population growth during the period 2021–2024, increasing from approximately 723,100 to 770,839 residents. This population growth has led to a rising demand for housing, reflected in the rapid development of residential areas across the city. This phenomenon indicates sustained demand pressure in the housing sector, which in turn directly increases the need for construction materials. In this context, the building materials retail sector plays a strategic role as a key supporting industry for residential development.

Along with the expansion of housing development, the demand for building materials such as cement, sand, steel, bricks, paint, and other construction materials remains stable and continuous. PT Toko Bangunan BMS is planned to operate as a building materials retail business that serves housing developers, local contractors, and individual consumers engaged in construction and home renovation. The company's competitive advantages are derived not only from product completeness and service quality, but also from the application of sales digitalization, including online marketing, digital catalogs, and technology-based ordering systems. These digital capabilities are expected to expand market reach, improve transaction efficiency, enhance customer convenience, and strengthen long-term customer relationships.

This study examines the business planning and development of PT Toko Bangunan BMS using an entrepreneurial approach through Design Thinking, the Timmons Model, and the Business Model Canvas (BMC), supported by a comprehensive analysis of the business environment covering marketing, operations, human resources, financial, legal, and risk aspects. The results of the SWOT matrix analysis indicate that the company is positioned favorably, where internal strengths and external opportunities outweigh existing weaknesses and threats. This position enables the implementation of an aggressive growth strategy through product assortment expansion, supplier network development, service quality enhancement, and the optimization of digital technology in marketing and sales activities.

Based on the overall analysis, the business plan of PT Toko Bangunan BMS is considered feasible for implementation. This feasibility is supported by promising market opportunities, realistic operational planning, sufficient resources and managerial capability, as well as financial projections that indicate the potential for sustainable growth and long-term business viability.

Keywords: *Building materials retail; Business planning; Digital sales; Design Thinking; Timmons Model; Business Model Canvas; SWOT analysis; Business environment*