

**ANALISIS PENGUATAN MODEL BISNIS DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***  
**(STUDI KASUS PADA BISNIS TAS ESGOTADO TAHUN 2016)**  
**UNIVERSITAS TELKOM**

**STRENGTHENING ANALYSIS OF THE BUSINESS MODEL USING BUSINESS MODEL CANVAS**  
**(CASE STUDY ON BAG BUSINESS ESGOTADO 2016)**  
**TELKOM UNIVERSITY**

Aster Prima Noviar<sup>1</sup>, Sulistijono S.H.,M.H.<sup>2</sup>

Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,  
Universitas Telkom  
primaaster@gmail.com<sup>1</sup>, listijo58@yahoo.com<sup>2</sup>

---

**Abstrak**

Pada zaman sekarang perkembangan UKM didominasi dari golongan kuliner dan juga fashion, sehingga dibutuhkan penguatan model bisnis yang tepat supaya dapat terus bertahan. penelitian ini bertujuan untuk melakukan Analisis Penguatan Model Bisnis Dengan Menggunakan *Business Model Canvas*.

Metode penelitian ini menggunakan metode kombinasi (*mixed method*) dengan model desain *concurrent embedded*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan kuesioner yang ditujukan kepada tiga narasumber sebagai sampel, serta data sekunder. Selain itu, untuk melakukan proses evaluasi dari hasil kuesioner dengan menggunakan skala Likert.

Berdasarkan hasil wawancara, diperoleh gambaran sembilan blok bangunan *Business Model Canvas* saat ini dari Esgotado. Evaluasi dari hasil kuesioner yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT menunjukkan bahwa Esgotado memiliki kekuatan dan kelemahan. Selain itu, memiliki peluang tinggi dan memiliki ancaman yang perlu dihadapi. Dari hasil evaluasi analisis SWOT dapat dibentuk penguatan *Business Model Canvas* yang ada.

kata kunci : *Entrepreneur, Business Model Canvas, SWOT*

*In this era, ukm growth dominated by culinary and fashion. So it is necessary to strengthen their business model in order to survive. This research aims to Strengthen Analysis Business Model Using Business Model Canvas.*

*The research methodology was combining both mixed method and concurrent embedded methods together. Data collection has done by some techniques such as observation, interviews, questionnaires which have been sent to three related parties as samples used and also secondary data. Furthermore, the Likert Scale was applied to evaluate the result of questionnaires.*

*From the interview sessions, the researcher obtained the description of Esgotado's recent nine building block of Business Model Canvas and the evaluation on the questionnaire's results which took place SWOT analysis disclosed that Esgotado has both strengths and weaknesses. Moreover, It has a group of high average opportunities and potential threats as well. The result of SWOT analysis gave some substances to strengthening the Business Model Canvas.*

*Keyword : Entrepreneur, Business Model Canvas, SWOT*

## 1. Pendahuluan

### 1.1 latar belakang

Industri kreatif merupakan salah satu faktor yang menjadi penggerak perekonomian nasional. Industri kreatif Indonesia semakin berkembang dan diminati pasar global. Di Indonesia, industri kreatif dibagi menjadi 15 subsektor, diantaranya Mode, Kerajinan, Kuliner, Musik, Radio & Televisi, Kerajinan, Teknologi Informasi, Seni Pertunjukan, Seni Rupa, Riset & Pengembangan, Arsitektur, Desain, Penerbitan & Percetakan, Periklanan, dan Permainan Interaktif. Didalamnya terdapat Industri sandang yang akan terus berkembang, karena pada dasarnya semua manusia memiliki tiga kebutuhan primer yaitu sandang, pangan dan papan. Karena Sandang adalah salah satu kebutuhan primer setiap manusia maka pertumbuhan kebutuhan sandang pun mengikuti pertumbuhan jumlah penduduk suatu daerah. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, industri Kuliner, Fashion dan Kerajinan memiliki kontribusi besar pada Produk Domestik Bruto (PDB) nasional Indonesia [1]

Kota Bandung sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia tentunya bukanlah hal baru lagi bagi masyarakat di negara ini. Banyaknya kekayaan alam yang tersimpan di kota kembang, dan tingginya kreativitas sumber daya manusia yang berada di kota tersebut, menjadikan Kota Bandung sebagai barometer pertumbuhan industri kreatif di tingkat nasional. Tidaklah heran bila berbagai macam predikat pun kini mulai bermunculan dari kalangan masyarakat, mulai dari kota besar yang dikenal sebagai pusat perkembangan mode, pusat kreasi seni dan budaya, pusat jajanan dan kuliner, serta sebutan Paris Van Java yang sekarang ini menjadi salah satu icon tujuan wisata di Kota Bandung.[2]

Dengan semakin bertambahnya jumlah UKM dari tahun ke tahun, maka tentu saja akan menghasilkan kontribusi produk domestik bruto (PDB) untuk negara Indonesia. Jika di lihat dari sudut pandang industri kreatif di Indonesia, kategori *fashion* dan kuliner memiliki kontribusi yang paling besar. Berdasarkan data dari badan pusat statistik didapati bahwa persentase kontribusi pendapatan domestik bruto (PDB) subsektor industri kreatif di bidang Produk Domestik Bruto pada tahun 2013 didominasi oleh subsektor kuliner sebesar 33% dan *fashion* yaitu sebesar 27% [3]. Menjadi sebuah alasan tersendiri mengapa *fashion* yang masih berhubungan dengan tas menjadi objek penelitian penulis yaitu dengan banyaknya pelaku usaha dalam bisnis *fashion* di kota Bandung maupun di Indonesia.

Melihat dari latar belakang fenomena-fenomena yang terjadi mulai dari terusnya meningkat pangsa pasar produk *fashion* seperti pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris mengalami pertumbuhan persaingan yang terus naik, Esgotado sebagai salah satu usaha bidang *fashion* yang memiliki produk utama berupa tas sudah berdiri sejak 2012 terus berupaya meningkatkan kompetensi yang di miliki agar dapat memenangkan persaingan. Dari data penjualan Esgotado terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun khususnya dari tahun 2013 sampai tahun 2015. Hasil penjualan *online* pada tahun 2015 sebanyak 813 unit atau 98% dan hasil penjualan *offline* sebanyak 20 unit (2%).

Menurut *owner* Esgotado, hal ini terjadi karena lokasi toko Esgotado yang kurang strategis karena berada di dalam komplek perumahan sehingga hanya sedikit pelanggan yang datang mengunjungi tokonya. Selain itu, Esgotado memiliki fokus pada bisnis penjualan *e-commerce*. Esgotado bukan satu-satunya bisnis tas yang berbasis E-commerce di Indonesia. Terdapat beberapa kompetitor lain yang juga menjual produk berupa tas di kota Bandung seperti Bonjour bag, dll. Ditambah lagi beberapa kompetitor perusahaan *E-commerce* yang juga memiliki produk berupa tas seperti *Lazada*, *OLX*, *Blibli.com* dan *Bukalapak*. Dalam sebuah bisnis pastilah terdapat kelemahan dalam bisnis tersebut. beberapa kelemahan layanan dari Esgotado seperti tidak adanya kebijakan privasi untuk pelanggannya serta metode pembayaran yang hanya satu macam saja yaitu *via transfer*.

Dengan demikian, untuk mengatasi kendala-kendala perusahaan tersebut terkait dengan pengembangan bisnis, program pemasaran hingga antisipasi para pesaing diperlukan suatu penguatan model bisnis agar mampu bersaing di industri *fashion* Indonesia, khususnya di Bandung. Menurut Osterwalder dan Pigneur [4] *Business Model Canvas* (BMC) merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. *Business Model Canvas* dapat memberikan alternatif rancangan model bisnis yang baru untuk menghadapi para pesaing dan memaksimalkan pendapatan. Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penelitian yang akan dilakukan ini berjudul “Analisis Penguatan model bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas* (Studi kasus Pada Bisnis Tas Esgotado Tahun 2016)”

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:  
1. Bagaimana bentuk model bisnis Esgotado yang sudah ada menggunakan pendekatan *business model canvas* ?

2. Bagaimanakah evaluasi model bisnis Esgotado menggunakan analisis SWOT ?
3. Bagaimana bentuk penguatan model bisnis Esgotado yang sudah di evaluasi dengan SWOT dan menggunakan *business model canvas* ?

## 2. Dasar Teori dan Metodologi

### 2.1. Dasar Teori

#### 2.1.1 Bisnis

Menurut Griffin dan Ebbert [5] bisnis (perusahaan) adalah organisasi yang menyediakan barang atau jasa untuk dijual dengan maksud mendapatkan laba. Menurut Boone dan Kurtz dalam (Buchory dan Saladin) [6] bisnis (*business*) adalah semua aktivitas yang bertujuan mencari laba dan perusahaan yang menghasilkan barang serta jasa yang dibutuhkan oleh sebuah sistem ekonomi.

#### 2.1.2 Model Bisnis

Menurut Osterwalder dan Pigneur [4] model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Sedangkan menurut Whelen dan Hunger dalam (tim ppm manajemen) [7] model bisnis adalah metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi.

#### 2.1.3 Kanvas Model Bisnis (*business model canvas*)

Menurut Osterwalder dan Pigneur [4] *Business Model Canvas* adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Elemen dalam *Business Model Canvas* mencakup sembilan blok bangunan dasar, yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channel*, *Customer Relations*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure*. Kemudian sembilan blok bangunan tersebut dijelaskan lebih rinci menyerupai sebuah kanvas. Sehingga dengan menggunakan kanvas ini, model bisnis sebuah perusahaan dapat digambarkan dalam satu dokumen tunggal yang dapat dipahami oleh semua pihak. Kesembilan blok bangunan model bisnis menjadi dasar bagi alat bantu yang ringkas, yang disebut Kanvas Model Bisnis (*Business Model Canvas*) [4].

### 2.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggabungkan metode penelitian kualitatif sebagai metode primer dan metode kuantitatif untuk mendukung dan memperkuat data. Sehingga penelitian ini menggunakan metode kombinasi (*mixed methods*) dengan model desain *concurrent embedded*. Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*, *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi, kuesioner serta data sekunder. Teknik analisis data menggunakan *reduction*, *data display*, *conclusion*, serta analisis SWOT dari hasil kuesioner dengan menggunakan pengukuran skala *Likert*.

## 3. Pembahasan

### 3.1 Bentuk Business Model Canvas Esgotado saat ini

#### 1. *Key Partnerships*

Mitra utama yang dimiliki Esgotado adalah para *reseller* terpercaya yang membantu memasarkan produk Esgotado, semua *Market Place* yang telah ada saat ini seperti contohnya *Lazada*, *Zalora* dan yang lainnya lalu yang terakhir pabrik penyedia bahan baku seperti kulit, resleting, kain yang berada di Bandung.

#### 2. *Key Activities*

Aktivitas kunci yang dilakukan Esgotado adalah pemilihan bahan baku produk yang berkualitas tinggi lalu proses untuk memproduksi produk, proses penjualan produk dan pemasaran produk melalui media *online*.

#### 3. *Key Resources*

Sumber daya utama bagi Esgotado adalah tempat produksi produk yang berada di jalan. Sidomukti no T-5 Sukaluyu, Bandung, aset manusia (SDM) berupa sumber daya manusia yang menjadi penjahit di tempat produksi Esgotado, aset fisik berupa mesin jahit dan bahan baku seperti kulit, kain, resleting, benang dan lain-lain.

#### 4. *Value Proposition*

Esgotado menawarkan nilai kepada pelanggannya berupa menyediakan salah satu produk *fashion* yaitu berupa tas yang memiliki kualitas bahan produk yang terbaik sehingga awet dan juga tahan lama. Selain itu Esgotado juga memberikan bonus pembelian diluar ekspektasi pelanggan seperti membeli tas Esgotado gratis gelang.

#### 5. *Customer Relationships*

Hubungan Esgotado dengan pelanggannya termasuk kedalam kategori bantuan personal yaitu, menyediakan aplikasi *live chat* pada websitenya sehingga pelanggan bisa bertanya seputar produk Esgotado atau memberikan keluhannya. Esgotado juga menyediakan *Email* untuk memberikan jalur komunikasi kepada pelanggannya. Esgotado juga menyediakan aplikasi *chatting* seperti *BBM, LINE dan whatsapp*.

#### 6. *Customer Segments*

Segmen pelanggan menggambarkan pasar yang diambil oleh Esgotado yaitu kalangan remaja hingga dewasa dengan rentang umur 18 sampai 35 tahun.

#### 7. *Channels*

Saluran yang digunakan Esgotado dalam menjangkau pelanggannya menggunakan media *online* yaitu *website*, lalu media sosial diantaranya *facebook, path, instagram*, selain itu juga menggunakan aplikasi *Chatting* seperti *whatsapp* dan juga melakukan iklan melalui *Google ads*.

#### 8. *Cost Structure*

Struktur biaya yang dikeluarkan Esgotado untuk sumber daya dan biaya operasionalnya. Biaya pembelian bahan baku serta produksi produk merupakan biaya terbesar yang dikeluarkan oleh Esgotado, selanjutnya terdapat biaya pemasaran untuk mempromosikan produk lalu biaya gaji pegawai dan juga biaya pembelian desain tas.

#### 9. *Revenue Streams*

Arus pendapatan yang diperoleh Esgotado berasal dari penjualan produk Esgotado yakni tas yang ditawarkan kepada pelanggan baik yang ada di Indonesia maupun mancanegara.

### 3.2 Analisis SWOT dengan BMC

Dari hasil evaluasi menggunakan analisis SWOT ke sembilan elemen blok bangunan pada *Business Model Canvas* mengenai kekuatan dan kelemahan, peluang, serta ancaman yang dimiliki Esgotado menghasilkan penguatan model bisnis berupa penambahan terhadap tiap blok bangunan BMC sebagai penyempurnaan model bisnis yang ada dan dapat dijadikan rekomendasi bagi Esgotado.

### 3.3 Business Model Canvas yang telah disempurnakan

#### 1. *Key Partnerships*

Mitra utama yang dimiliki Esgotado adalah para reseller terpercaya yang membantu memasarkan produk Esgotado, semua *Market Place* yang telah ada saat ini seperti contohnya *Lazada, Zalora* dan yang lainnya lalu yang terakhir pabrik penyedia bahan baku seperti kulit, resleting, kain yang berada di Bandung. Mitra tambahan saat dilakukan penyempurnaan model bisnis adalah bekerja sama dengan *market place* baru yang akan muncul nantinya dan sedang ramai digunakan. Karena Esgotado termasuk bisnis online maka sangat tepat bermitra dengan perusahaan yang menyediakan sistem belanja serta transaksi online.

#### 2. *Key Activities*

Aktivitas kunci yang dilakukan Esgotado adalah pemilihan bahan baku produk yang berkualitas tinggi lalu proses untuk memproduksi produk, proses penjualan produk dan pemasaran produk melalui media online. Aktivitas kunci tambahan pada saat dilakukan penyempurnaan model bisnis adalah meningkatkan kualitas dan juga efisiensi pada aktivitas utama dengan cara salah satunya penggunaan Teknologi Informasi.

#### 3. *Key Resources*

Sumber daya utama bagi Esgotado adalah tempat produksi produk yang berada di jalan. Sidomukti no T-5 Sukaluyu, Bandung, aset manusia (SDM) berupa sumber daya manusia yang menjadi penjahit di tempat produksi Esgotado, aset fisik berupa mesin jahit dan bahan baku seperti kulit, kain, resleting, benang dan lain-lain. Sumber daya utama tambahan pada saat dilakukan penyempurnaan model bisnis adalah dengan menggunakan sumber daya esgotado yang lebih efisien sehingga dapat meningkatkan omzet penjualan serta memaksimalkan potensi sumber daya yang ada saat ini. Contohnya pembuatan *database* pelanggan yang tidak lupa untuk dilakukan pembaruan serta perawatan.

#### 4. *Value Proposition*

Esgotado menawarkan nilai kepada pelanggannya berupa menyediakan salah satu produk *fashion* yaitu berupa tas yang memiliki kualitas bahan produk yang terbaik sehingga awet dan juga tahan lama. Selain itu Esgotado juga

memberikan bonus pembelian diluar ekspektasi pelanggan seperti membeli tas Esgotado gratis gelang. Nilai tambahan yang ditawarkan kepada pelanggan pada saat dilakukan penyempurnaan model bisnis adalah dengan melihat nilai apa yang akan diberikan oleh para pesaing di masa depan. Sehingga Esgotado dapat menentukan nilai yang tepat untuk diberikan kepada pelanggan nantinya.

5. *Customer Relationships*

Hubungan Esgotado dengan pelanggannya termasuk kedalam kategori bantuan personal yaitu, menyediakan aplikasi live chat pada websitenya sehingga pelanggan bisa bertanya seputar produk Esgotado atau memberikan keluhannya. Esgotado juga menyediakan Email untuk memberikan jalur komunikasi kepada pelanggannya. Esgotado juga menyediakan aplikasi chatting seperti BBM, LINE dan whatsapp. Terdapat tambahan cara bagi Esgotado dalam meningkatkan hubungan dengan pelanggan, yaitu dengan pembuatan *system database*. Dengan adanya database tersebut Esgotado akan lebih mengenal pelanggannya serta mendapatkan informasi tambahan dari pelanggan. Sebagai contoh apabila pelanggan sedang berulang tahun maka Esgotado akan memberikan potongan harga jika ia membeli produk Esgotado.

6. *Customer Segments*

Segmen pelanggan menggambarkan pasar yang diambil oleh Esgotado yaitu kalangan remaja hingga dewasa dengan rentang umur 18 sampai 35 tahun. Adapun segmen pelanggan tambahan setelah dilakukan penyempurnaan model bisnis adalah ketersediaan produk atau fitur baru untuk melayani segmen pelanggan baru. Misalnya dengan membuat tas khusus untuk perjalanan jauh atau *travelling*. Yang menasar kepada segmen pelanggan pecinta alam ataupun yang suka bepergian jauh.

7. *Channels*

Saluran yang digunakan Esgotado dalam menjangkau pelanggannya menggunakan media online yaitu website, lalu media sosial diantaranya facebook, path, instagram, selain itu juga menggunakan aplikasi Chatting seperti whatsapp dan juga melakukan iklan melalui *Google ads*. Selain itu penggunaan media online baru yang sedang ramai digunakan masyarakat nantinya contohnya *pinterest* atau *youtube*.

8. *Cost Structure*

Struktur biaya yang dikeluarkan Esgotado untuk sumber daya dan biaya operasionalnya. Biaya pembelian bahan baku serta produksi produk merupakan biaya terbesar yang dikeluarkan oleh Esgotado, selanjutnya terdapat biaya pemasaran untuk mempromosikan produk lalu biaya gaji pegawai dan juga biaya pembelian desain tas. Terdapat biaya tambahan yang perlu dikeluarkan Esgotado setelah menyempurnakan model bisnis yaitu biaya perawatan database seperti yang telah penulis usulkan dalam saluran tambahan Esgotado tentu saja akan menambah biaya operasional. Lalu biaya untuk produksi produk baru yang ditujukan untuk perluasan segmen pelanggan Esgotado.

9. *Revenue Streams*

Arus pendapatan yang diperoleh Esgotado berasal dari penjualan produk Esgotado yakni tas yang ditawarkan kepada pelanggan baik yang ada di Indonesia maupun mancanegara. Dikarenakan terdapat penambahan produk untuk memperluas segmen pelanggan, maka Esgotado pun akan memperoleh tambahan pendapatan dari usulan penyempurnaan model bisnis tersebut.



<p><b>KP (kemitraan utama)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Para reseller terpercaya</li> <li>• Pabrik-pabrik di Bandung penyedia bahan baku produk Esgotado.</li> <li>• Market place baru yang akan bermunculan nantinya</li> </ul>	<p><b>KA (Aktivitas kunci)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pemelihan bahan baku produk yang berkualitas</li> <li>• Proses produksi produk</li> <li>• Proses penjualan produk</li> <li>• Pemasaran produk melalui media <i>online</i>.</li> <li>• Penggunaan Teknologi informasi dalam pelaksanaan aktivitas utama</li> </ul> <p><b>KR (Sumber Daya Utama)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tempat produksi</li> <li>• Para penjahit dan Mesin jahit</li> <li>• <b>Database pelanggan</b></li> <li>• Bahan baku</li> </ul>	<p><b>VP (proporsi nilai)</b></p> <p>Menyediakan produk fashion yaitu berupa tas yang memiliki kualitas bahan produk yang terbaik.</p> <p>Dengan melihat nilai apa yang diberikan para pesaing di masa depan. Sehingga Esgotado dapat menentukan nilai yang tepat diberikan kepada pelanggan nantinya</p>	<p><b>CR (Hubungan Pelanggan)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplikasi live chat dan iklan melalui <i>google ads</i>.</li> <li>• BBM, LINE dan whatsapp</li> <li>• Email Esgotado</li> <li>• <b>Hubungan pelanggan dengan Esgotado sendiri akan semakin dekat karena Esgotado akan menawarkan pelanggan dengan produk baru atau produk pelengkap dengan <i>system database</i>.</b></li> </ul> <p><b>CH (saluran)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media online seperti website</li> <li>• Media sosial seperti <i>facebook, path, instagram</i>.</li> <li>• Aplikasi <i>chatting</i> seperti <i>whatsapp</i></li> <li>• Media online baru contohnya <i>pinterest</i></li> </ul>	<p><b>CS (segmen pelanggan)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Segmentasi pelanggan Esgotado adalah dari anak remaja hingga orang dewasa dengan rentang umur 18 sampai 35 tahun. Misalnya Lebih menasar ke minat seperti <i>penyuka traveuing</i></li> </ul>
<p><b>CS (Struktur Biaya)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya pemasaran baku</li> <li>- <b>Biaya gaji pegawai</b></li> <li>- Biaya perawatan <i>database</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Biaya pembelian bahan baku</li> <li>- Biaya pembelian desain</li> </ul>	<p><b>RS (Arus Pendapatan)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan produk utama dari Esgotado yaitu tas.</li> <li>• Penambahan arus pendapatan dari produk baru yang dihasilkan Esgotado.</li> </ul>		

Gambar 3  
Penguatan model bisnis Esgotado

**4. Kesimpulan dan Saran**

Kesimpulan :

Bentuk model bisnis Esgotado saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas* secara garis besar dikatakan sudah cukup baik. Model bisnis yang sudah berjalan mampu memenuhi Sembilan blok bangunan *Business Model Canvas*. Dari hasil evaluasi analisis SWOT ke Sembilan blok bangunan pada *Business Model Canvas* mengenai kekuatan dan kelemahan, peluang serta ancaman yang dimiliki Esgotado menghasilkan kesimpulan penguatan model bisnis yang dapat dijadikan rekomendasi bagi Esgotado sehingga dapat melakukan penyempurnaan model bisnis yang ada. Dari kesembilan elemen blok bangunan pada *Business Model Canvas* yang ada, penulis merekomendasikan adanya penambahan yang di tujukan pada Sembilan blok bangunan, yaitu *key partnerships, Key activities, Key resources, Value Proposition, Customer Relationship, Channel, Customer Segments, Cost structure dan Revenue Streams*.

Saran :

Dari hasil penelitian terdapat beberapa saran yang dapat disampaikan kepada Esgotado

1. Melakukan usulan penyempurnaan model bisnis pada blok *value proposition*. Dengan melihat nilai apa yang akan diberikan oleh para pesaing di masa depan. Sehingga Esgotado dapat menentukan nilai yang tepat untuk diberikan kepada pelanggan nantinya.
2. Melayani segmen pelanggan baru dengan membuat produk baru misalnya produk untuk pelanggan yang suka jalan-jalan atau bepergian.
3. Penggunaan aktivitas kunci dengan menggunakan teknologi informasi (TI) agar lebih cepat dan efisien. Seperti pembuatan sistem *database* pelanggan

4. Melakukan penambahan mitra seperti *market place* baru serta saluran baru agar *merk* Esgotado semakin dikenal oleh masyarakat ataupun pelanggannya.
5. Terdapat beberapa tambahan biaya operasional yang perlu Esgotado keluarkan seperti : biaya produksi produk baru dan biaya perawatan *database*.
6. Penambahan biaya operasional tersebut juga akan berdampak kepada penambahan arus pendapatan yang akan diterima Esgotado melalui produk barunya.

#### Daftar pustaka

- [1] Economy Okezone. (2014). SBY Minta Perbankan Tak Alergi Industri Tekstil. [Online]. Tersedia: <http://economy.okezone.com/read/2014/03/15/320/955583/large/large>. [30 januari 2016]
- [2] Bisnis ukm. (2012). *Kota Bandung Menjadi Gudangnya Pebisnis Kreatif*. Bisnisukm. [Online]. Tersedia: <http://bisnisukm.com/kota-bandung-menjadi-gudangnya-para-pebisnis-kreatif.html>. [ 31 januari 2016]
- [3] Badan Pusat Statistik. (2015). *jumlah usaha kecil dan menengah menurut provinsi, 2013-2014*. [Online]. Tersedia: <http://www.bps.go.id/linkTableDinamis/view/id/1004>. [1 febuari 2016]
- [4] Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT.Elexmedia Komputindo
- [5] Griffin, Ricky W dan Ebert, Ronald J. (2007). *Bisnis*. Jakarta: Erlangga
- [6] Buchory dan Saladin. (2010). *Manajemen Strategik*. Bandung: CV. Linda Karya.
- [7] Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia* (Cetakan. 2). Jakarta: Penerbit PPM.



Telkom  
University