

EVALUASI DAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PT XYZ DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

EVALUATION AND DESIGN OF PT XYZ BUSINESS MODEL USING BUSINESS MODEL CANVAS

Tiara Yasinta Kibti¹, Farda Hasun², Yudha Prambudia³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

¹tiarayk@student.telkomuniversity.ac.id, ²fardahasun@telkomuniversity.ac.id, ³prambudia@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

PT XYZ merupakan sebuah perusahaan keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1996 hingga sekarang yang menjual produk *hose* (pipa lentur) dan jasa *machining* yang berlokasi di Jl Pasir Sari, Cikarang Selatan, Bekasi, Jawa Barat. Sasaran dari perusahaan ini adalah pelanggan bisnis yang bergerak di industri manufaktur, otomotif, dan baja. Selama menjalankan bisnis PT XYZ mengalami beberapa kendala yaitu penurunan pendapatan karena turunnya permintaan, ketidaksesuaian antara persediaan barang dengan order yang masuk, keterbatasan promosi, dan perusahaan hanya mengandalkan pelanggan yang sudah ada sekarang. Untuk dapat bertahan di tengah situasi ekonomi yang terpengaruh pandemi, perusahaan perlu melakukan evaluasi atas model bisnis perusahaan agar perusahaan dapat melanjutkan aktivitasnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi dan melakukan perancangan model bisnis yang ada saat ini di PT XYZ dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Langkah-langkah yang diperlukan adalah melakukan pengumpulan data berupa pemetaan model bisnis perusahaan saat ini, analisis lingkungan, dan melakukan *customer profiling* yang berguna untuk melakukan analisis SWOT dan merancang strategi bisnis, yang nantinya akan mempengaruhi rancangan *value proposition* dan usulan model bisnis yang baru. Terdapat beberapa perbaikan yang diusulkan pada model bisnis yang baru di antaranya terdapat di blok *channel*, *key activities*, *customer relationship*, dan *value proposition*. Selain itu, dilakukan juga beberapa penyesuaian di beberapa blok model bisnis yang terpengaruh dengan usulan yang ada.

Kata kunci : Model bisnis, *business model canvas*, *value proposition canvas*, *customer profiling*, SWOT

Abstract

PT XYZ is a family company that has been established since 1996, which provides hose and machining services, located on Jl Pasir Sari, South Cikarang, Bekasi, West Java. The target of this company is business customers engaged in the manufacturing, automotive, and steel industries. When running the business, PT XYZ experienced several obstacles, specifically decreased income, the availability of goods not matched with incoming order, limited promotions, and only relied on existing customers. To be sustained in an economy which is influenced by a pandemic, a business model evaluation is necessary. This study aims to evaluate the current business model at PT XYZ and designing the new business model using *Business Model Canvas*. The steps needed are mapping the company's current business model, environmental analysis, and customer profile, which will be used to do the SWOT analysis. The next step after conducting a SWOT analysis is designing a business strategy that affects the *value proposition canvas* and the nine blocks of *business model canvas*. Proposed improvements to the business model blocks including improvements in channels, key activities, customer relationships, and value propositions. In addition, several adjustment were made in several business model blocks that were affected by the existing proposal

Keywords : *Business model*, *Business model canvas*, *Value proposition*, *Environmental analysis*, *Customer profiling*, SWOT, and company

I. Pendahuluan

Berdasarkan data dari *purchase manager's index* (PMI), industri mesin dan perlengkapan terus menerus mengalami penurunan yang signifikan dari triwulan 1 tahun 2019 sampai triwulan I tahun 2020 hingga 9,33%. Namun menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, berdasarkan PMI pada triwulan 1 tahun 2021, industri mesin dan perlengkapan mengalami kenaikan 3,32%. Dengan berkembangnya industri manufaktur di Indonesia hal tersebut dapat menjadi peluang bagi pemilik perusahaan untuk berupaya menjalankan bisnis dengan baik. Oleh karena itu agar bisa menghasilkan profit yang lebih maksimal diperlukan adanya perkembangan strategi dan perubahan model bisnis.

PT XYZ merupakan sebuah perusahaan keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1996 hingga sekarang yang beralamat di Pasir Sari, Cikarang Selatan, Bekasi, Jawa Barat. Selain bangunan pabrik, perusahaan ini juga mempunyai satu gudang untuk menyimpan barang yang telah di-assembly. PT XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang perdagangan *hose* atau pipa lentur dan jasa *machining*. Selama menjalankan bisnisnya, PT XYZ mengalami beberapa kendala. Yang pertama terkait dengan blok *channel*, di mana pemasaran yang dilakukan masih secara manual, kedua pada blok *revenue stream*, dimasa pandemi seperti ini permintaan *hose* atau pipa lentur ke PT XYZ mengalami penurunan mencapai 50%, permasalahan ketiga yang terjadi pada blok *key resources* pada manajemen penyimpanan barang, stok barang yang tersedia belum bisa memenuhi permintaan pelanggan, permasalahan yang keempat terjadi pada blok *customer segment* dimana PT XYZ hanya mengandalkan perusahaan-perusahaan yang sudah berkerjasama dengan mereka, sehingga jika perusahaan-perusahaan tersebut berhenti melakukan produksi, PT XYZ tidak mendapatkan pemasukan dimasa pandemi seperti sekarang ini. berdasarkan latar belakang yang ada penelitian ini bermaksud untuk melakukan evaluasi model bisnis PT XYZ dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* dipilih karena pemilik perusahaan dapat melihat sembilan komponen penting yang dapat mendukung berlangsungnya usaha. Menurut Osterwalder & Pigneur di dalam buku yang berjudul *Business Model Generation* tahun 2017, bisnis model merupakan sebuah pandangan, gambaran, dan suatu dasar pemikiran yang bertujuan untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. *Business model canvas* ini penggambarannya cukup sederhana yaitu melalui sembilan blok komponen yang saling terkait yang terdiri dari *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partnership* dan *cost structure*

II. Landasan Teori

Menurut Osterwader dan Pigneur (2017), *Business Model Canvas* digunakan untuk menciptakan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Terdapat sembilan blok yang memperlihatkan aspek-aspek tertentu tentang bagaimana cara perusahaan menjalankan kegiatannya untuk mendapatkan keuntungan. Kesembilan blok tersebut terdiri dari *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partnership* dan *cost structure*.

Salah satu blok dalam business model canvas adalah value proposition. *Value Proposition* digunakan untuk membantu dalam menciptakan *value* untuk customer perusahaan melalui batasan-batasan yang di inginkan konsumen berdasar *jobs*, *pains*, *gains* dan bagaimana perusahaan merefleksikan jawaban atas pertanyaan yang diinginkan oleh konsumen (Osterwalder, et al., 2014)

Evaluasi model bisnis dapat dilakukan dengan melakukan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan penilaian terhadap empat aspek berupa *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, *Threats*. *Strength* dan *weakness* berasal dari internal perusahaan sedangkan *weakness* dan *opportunities* berasal dari eksternal perusahaan. Analisis ini digunakan untuk menentukan strategi yang akan digunakan oleh perusahaan, baik dari segi promosi dan pengembangan produk. (Kotler & Armstrong, 2008:64). Faktor eksternal perusahaan diidentifikasi dengan melakukan analisis lingkungan bisnis. Analisis lingkungan model bisnis terdiri dari empat aspek yaitu: *market forces*, *industry forces*, *key trends* dan *macroeconomic forces*. Analisis lingkungan digunakan untuk mengetahui peluang dan ancaman pada lingkungan eksternal perusahaan.

III. Metode Penyelesaian Masalah

Langkah pertama yang dilakukan dalam penelitian ini adalah membuat pertanyaan untuk menggali informasi yang berkaitan dengan canvas model bisnis perusahaan saat ini yang terdiri

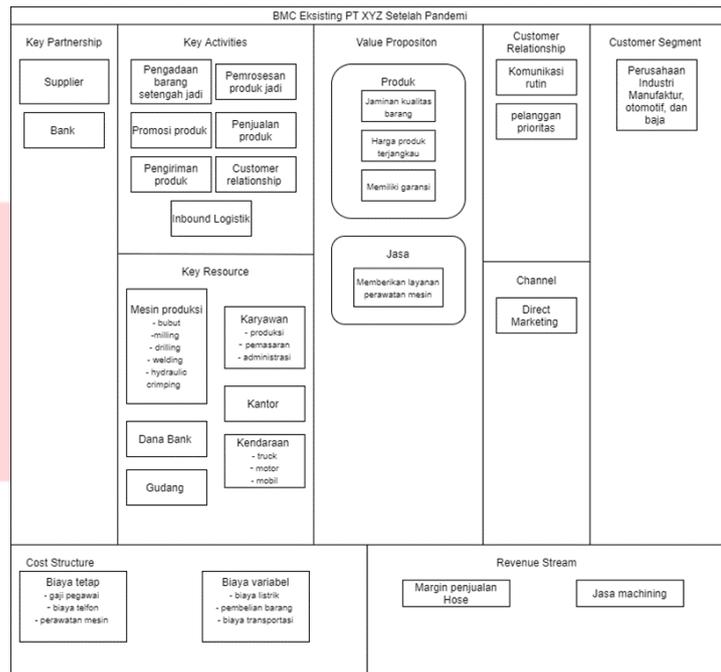
dari sembilan blok, dan kemudian melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan PT XYZ. Selanjutnya dikumpulkan data konsumen yang didapatkan dari wawancara dengan empat pelanggan perusahaan, kemudian melakukan analisis lingkungan bisnis yang didapatkan dari studi literatur untuk mengetahui peluang dan ancaman eksternal bagi perusahaan. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT yang dapat dilihat dari kanvas model bisnis PT XYZ dan analisis lingkungan PT XYZ untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki perusahaan. Konfirmasi SWOT dilakukan setelah mengklasifikasikan SWOT menjadi empat kelompok, yaitu proposisi nilai, biaya dan pendapatan, infrastruktur, dan hubungan pelanggan. Selanjutnya adalah membuat pernyataan kuesioner yang diajukan kepada karyawan perusahaan. Setelah menyebarkan kuesioner terhadap tiga karyawan perusahaan, dilanjutkan dengan perhitungan hasil kuesioner dengan perhitungan bobot dan skor yang kemudian dimasukkan kedalam matiks 8K dan memberikan strategi usulan pada setiap sub variabel. Selanjutnya adalah membuat *value proposition canvas* yang terbagi menjadi tiga kategori yaitu *pain reliever*, *gain creator* dan *product and service*. Lalu dilakukan proses *fitting* antara *value map* dengan *customer profile* yang telah ada. Tahap terakhir adalah membuat kanvas model bisnis usulan untuk PT XYZ.

IV. Pembahasan

IV.1 Business Model Canvas Eksisting

Tahap awal dari penelitian ini adalah merumuskan Business Model Canvas eksisting PT XYZ. Business model canvas didapatkan dari wawancara dengan pemilik perusahaan. Berikut ini merupakan penjelasan kondisi eksisting model bisnis PT XYZ, yang dapat dilihat di gambar 1.

- Customer segment: Pelanggan dari PT XYZ merupakan pelanggan bisnis, yang terdiri dari perusahaan industri manufaktur, otomotif, dan baja.
 - *Value propositions*: Value yang ditawarkan perusahaan untuk pelanggan terbagi menjadi dua yaitu.
 - Produk:
 - a. Jaminan kualitas barang
 - b. Harga produk terjangkau
 - c. Memiliki garansi
 - Jasa:
 1. Memberikan layanan perawatan mesin
 - *Channels*: Saluran yang digunakan PT XYZ adalah *direct marketing*, dengan cara *door-to-door*, membagikan selebaran kepada calon pelanggan
 - *Customer relationships*: Untuk menjaga hubungan baik dengan pelanggan, PT XYZ memberikan layanan berupa *feedback* pelanggan dan pelanggan prioritas
 - *Revenue streams*: Pendapatan PT XYZ diperoleh dari penjualan *hose* dan jasa *machining*
 - *Key resources*: Dalam menjalankan bisnisnya PT XYZ memiliki sumber daya yang baik yaitu mesin produksi, karyawan, kantor, gudang, dan kendaraan
 - *Key Activities*: pengadaan barang setengah jadi, pemrosesan produk jadi, promosi produk, penjualan produk, pengiriman produk, *customer relationship*, dan *inbound* logistik
 - *Cost structure*: Biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnisnya yaitu biaya tetap dan biaya variabel

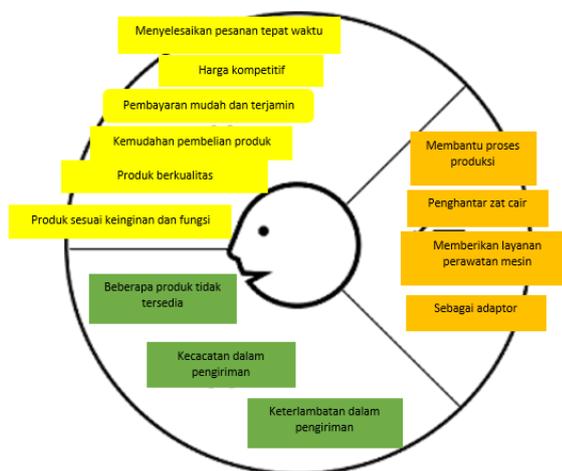


Gambar 1. Business Model canvas Eksisting PT XYZ

IV.2 Data Konsumen

Data konsumen didapatkan dengan melakukan wawancara kepada empat pelanggan dari PT XYZ mengenai data konsumen pelanggan yang terdiri dari tiga bagian yaitu *customer job*, *customer gain*, dan *customer pain*. Berikut ini merupakan data konsumen dari PT XYZ.

1. *Customer Jobs* Pelanggan PT XYZ : membantu proses produksi di perusahaan, penghantar zat cair, memberikan layanan perawatan mesin, dan sebagai adaptor.
2. *Customer Pain* Pelanggan PT XYZ: beberapa barang yang dibutuhkan tidak tersedia, keterlambatan pengiriman barang, dan kecacatan dalam pengiriman produk
3. *Customer Gain* Pelanggan PT XYZ: kemudahan pembelian produk, pembayaran mudah dan terjamin, menyelesaikan pesanan tepat waktu, produk yang berkualitas, harga kompetitif, dan produk sesuai keinginan dan fungsi



Gambar 2. Customer Profile PT XYZ

IV.3 Analisis Lingkungan

Analisis lingkungan bisnis didapatkan dari studi literatur. Data tersebut berguna untuk menganalisa lingkungan bisnis eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman untuk PT XYZ. Berikut ini merupakan data lingkungan bisnis PT XYZ.

1. *Market forces* berguna memberikan gambaran bagaimana pengaruh kekuatan pasar seperti isu pasar, segmen pasar, kebutuhan dan permintaan dan daya pikat terhadap lingkungan PT XYZ. Beberapa kekuatan pasar yang mempengaruhi model bisnis PT XYZ antara lain kondisi industri manufaktur di Jawa Barat dan UMKM di Jawa Barat yang merupakan peluang bagi perusahaan dan pandemi covid-19 yang merupakan ancaman bagi perusahaan.
2. *Industry forces* bertujuan untuk menggambarkan pengaruh kekuatan industri terhadap model bisnis di lingkungan PT XYZ. Untuk faktor kekuatan industri, diri dari stakeholder yaitu pemerintah yang memberikan bantuan dalam regulasi peminjaman yang merupakan peluang bagi perusahaan, lalu adanya perusahaan pesaing dan pelanggan yang lebih memilih produk dan jasa perusahaan pesaing yang merupakan ancaman bagi perusahaan.
3. *Key trend* bertujuan untuk memberikan gambaran pengaruh trend-trend kunci terhadap lingkungan PT XYZ. Beberapa tren kunci PT XYZ adalah tren otomasi industri, tren izin usaha industri, dan tren penggunaan internet yang merupakan peluang bagi perusahaan.
4. *Macroeconomic forces* bertujuan untuk menggambarkan pengaruh kekuatan ekonomi makro terhadap bisnis model suatu perusahaan. Beberapa kekuatan ekonomi makro yang mempengaruhi lingkungan model bisnis adalah penurunan indeks harga saham selama pandemi dan perubahan nilai tukar yang merupakan ancaman bagi perusahaan dan juga kondisi ekonomi global diprediksi naik tahun 2021 yang merupakan peluang bagi perusahaan.

IV.4 Konfirmasi SWOT

Tabel 1 berikut menunjukkan hasil identifikasi SWOT yang dikonfirmasi kepada pihak perusahaan.

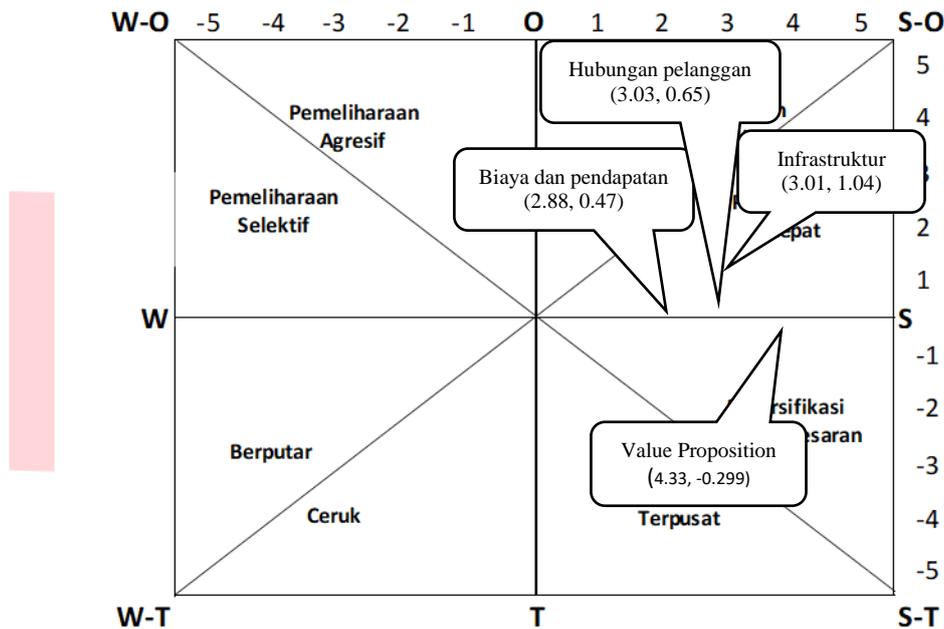
Tabel 1. Konfirmasi SWOT

Blok	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>	<i>Opportunity</i>	<i>Threats</i>	Kelompok
<i>Customer Segment</i>		Pelanggan bisnis	UMKM di Jawa Barat		Hubungan Pelanggan
<i>Channel</i>		Direct Marketing	Tren Penggunaan Internet	Pesaing memiliki saluran yang lebih baik	
<i>Customer Relationship</i>	Feedback pelanggan				
<i>Revenue Stream</i>		Margin penjualan hose	Kenaikan ekonomi tahun 2021	Indeks saham turun	Biaya dan Pendapatan
		Jasa machining		Pelanggan memilih jasa pesaing	
<i>Cost structure</i>	Biaya tetap dan biaya variabel			Perubahan nilai tukar yuan dan dollar saat ini mengalami penurunan	
<i>Key Resources</i>	Mesin produksi		Tren otomasi industri		Infrastruktur
	Karyawan				
	Kantor dan gudang		Tren izin usaha industri		

	Kendaraan				
<i>Key Partnership</i>		<i>Supplier</i>		Terhambatnya pengiriman barang dikarenakan kondisi pandemi saat ini	
<i>Key Activities</i>	Pemrosesan produk jadi				
	Promosi produk		Tren Penggunaan Internet		
	Penjualan produk				
	Pengiriman produk				
	<i>Customer relationship</i>				
		<i>Inbound logistik</i>			
<i>Value Proposition</i>	Jaminan kualitas barang				Proposisi Nilai
	Harga produk terjangkau				
	Memiliki garansi				
	Layanan perbaikan mesin				
	Memberikan diskon kepada pelanggan				

IV.5 Analisis SWOT dan Strategi

Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, ancaman dan peluang perusahaan. Menurut Pigneur & Osterwalder (2017), yang mengkombinasikan analisis SWOT dengan BMC, ada empat kelompok blok: proposisi nilai, biaya atau pendapatan, infrastruktur, dan antar muka pelanggan. Kuisioner diberikan kepada 3 orang dari pihak PT XYZ. Gambar 3 berikut merupakan hasil dari pengolahan data SWOT PT XYZ dengan menggunakan matrix 8K.



Gambar 3. Matrix SWOT PT XYZ

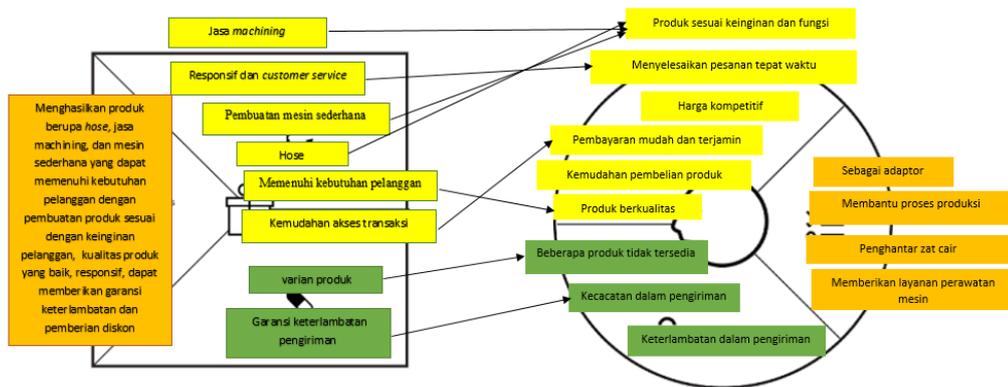
1. Proposisi nilai berada pada kuadran diversifikasi besar-besaran (S-T) dengan nilai 4,33 dan -0,299. Hal tersebut menandakan bahwa PT XYZ dapat menghadapi berbagai ancaman karena masih memiliki proposisi nilai yang cukup kuat. Strategi usulan yang diberikan adalah.
 - Menciptakan layanan baru: Layanan Konsultasi teknis
 - Pemberian diskon
 - Menciptakan layanan berupa pembuatan produk sesuai dengan keinginan pelanggan
 - Menciptakan *tagline* baru bagi perusahaan yaitu: “Dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan”
2. Biaya dan pendapatan berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O) dengan nilai 2,88 dan 0,47. Hal ini menandakan bahwa PT XYZ memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi usulan yang diberikan adalah
 - Meningkatkan pendapatan dari jasa *machining*
 - Pendapatan baru dari pembuatan mesin sederhana
 - Meningkatkan pendapatan dari penjualan *hose*
3. Infrastruktur berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O) dengan nilai 3,01 dan 1,04. Hal ini menandakan bahwa PT XYZ memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi usulan yang diberikan adalah
 - Menambah *supplier* bahan baku dari Indonesia
 - Meningkatkan promosi dan penjualan produk
 - Melakukan pelatihan khusus bagi karyawan produksi
 - Meningkatkan *skill* karyawan pemasaran
4. Hubungan pelanggan berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O) dengan nilai 3,03 dan 0,65. Hal ini menandakan bahwa PT XYZ memiliki kekuatan untuk memanfaatkan peluang. Strategi usulan yang diberikan adalah
 - Menambahkan saluran penjualan baru, yaitu *Website* perusahaan
 - Facebook
 - *Customer Service*

IV.6 Value Proposition Canvas

Dalam *value map* terdapat tiga komponen yaitu *gain creator*, *pain reliever* dan *product and service*. Berdasarkan data *value map* dan *customer profile*, langkah selanjutnya adalah *fit customer profile* dengan *valuemap*. Berikut ini merupakan *value map* dari PT XYZ.

1. *Pain Reliever*: menjelaskan bagaimana produk atau jasa bisa menyelesaikan pengalaman negatif atau resiko yang pernah dialami oleh pelanggan. Beberapa usulan yang diberikan pada *pain reliever* untuk menjawab *customer pain* yaitu varian produk dan garansi keterlambatan pengiriman
2. *Gain Creator*: menjelaskan bagaimana produk dan jasa dapat membuat pelanggan merasakan manfaat atau diuntungkan. *Gain Creators* harus dapat menyelesaikan *gains* pada *Customer Profile* antara lain produk yang terdiri dari hose, jasa machining, dan mesin sederhana, memenuhi kebutuhan pelanggan, kemudahan akses transaksi dan *customer service*
3. *Product and Service*: menjelaskan produk dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, yang mana dapat membantu pelanggan menyelesaikan tugas fungsional, sosial dan emosional. Berdasarkan *pain reliever* dan *gain creator* yang telah dirancang maka *product and service* yang ditawarkan PT XYZ adalah menghasilkan produk berupa hose, jasa machining, dan mesin sederhana yang dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan pembuatan produk sesuai dengan keinginan pelanggan, kualitas produk yang baik, responsif, dapat memberikan garansi keterlambatan dan pemberian diskon

Bagian ini menggambarkan bagaimana kecocokan antar komponen-komponen yang terdapat pada *valuemap* dengan komponen-komponen yang terdapat pada *customer profile*.



Gambar 4. Value Proposition canvas

IV.7 Perancangan Model Bisnis usulan

Perancangan model bisnis usulan bertujuan untuk menggambarkan ide-ide bisnis yang akan dirancang. Berikut merupakan hasil rancangan model bisnis usulan PT XYZ.

Business Model Canvas Usulan PT XYZ				
Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segment
Supplier bahan baku (China, Eropa, dan Indonesia) Bank	Pengadaan barang setengah jadi Pemrosesan produk jadi Promosi produk Penjualan produk Pelatihan karyawan Customer relationship	Produk: -hose -layanan machining, -mesin sederhana umkm Harga produk terjangkau Memberikan garansi -produk -pengiriman produk	Feedback pelanggan Pelanggan prioritas Customer service	Pelanggan bisnis yang terdiri dari industri manufaktur, otomotif dan baja UMKM di Jawa Barat

	<p><i>Inbound Logistik</i></p>	<p>Jasa: Memberikan layanan perbaikan mesin dan konsultasi mesin Pemberian diskon</p> <p>Tagline: "Dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan"</p>		
	<p>Key Resources</p> <p>Mesin: 1. Milling 2. Bubut 3. Welding 4. Drilling 5. Hydraulic crimping</p> <p>Karyawan: 1. Produksi 2. Pemasaran 3. Administrasi</p> <p>Kantor gudang Kendaraan</p>		<p>Channel <i>Direct marketing</i></p> <p>Website perusahaan</p> <p>Facebook</p>	
	<p>Cost Structure</p> <p>Biaya Tetap: gaji pegawai, biaya telfon, perawatan mesin</p> <p>biaya variabel: biaya listrik, pembelian barang, biaya transportasi, biaya pelatihan</p>		<p>Revenue Stream</p> <p>Margin penjualan hose</p> <p>Jasa machining</p> <p>Penjualan mesin</p>	

Gambar 5. Model Bisnis Usulan PT XYZ

Keterangan: Tetap, **Ditingkatkan**, **Ditambahkan**, **Dikurangi**
 Berdasarkan data SWOT, Analisis SWOT dilakukan untuk merancang strategi PT XYZ. Berikut merupakan strategi usulan berdasarkan hasil analisis SWOT PT XYZ

- Blok *customer segment*: memberikan usulan penambahan pelanggan baru perusahaan yaitu UMKM di Jawa Barat
- Blok *value proposition*:
 - Terhadap produk: menambahkan usulan baru yaitu pembuatan mesin sederhana dan memberikan garansi pengiriman produk
 - Terhadap jasa: menambahkan usulan memberikan layanan konsultasi teknis dan menambahkan usulan berupa *tagline* baru perusahaan yaitu "Dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan"

- Blok *Channels*: meningkatkan penjualan dengan sistem *direct marketing* dan menambahkan usulan pembuatan *website* perusahaan, dan facebook
- Blok *Customer relationships*: menambahkan usulan baru yaitu *customer service*
- Blok *Revenue streams*: meningkatkan margin penjualan *hose* dan pendapatan jasa *machining*, penambahan pendapatan dari penjualan mesin sederhana
- Blok *Key resources*: meningkatkan skill bagi karyawan produksi dan pemasaran.
- Blok *Key Activities*: meningkatkan promosi dan penjualan produk dan juga penambahan usulan berupa pelatihan karyawan produksi
- Blok *Key Partnership*: menambahkan *supplier* bahan baku dari Indonesia
- Blok *Cost structure*: penambahan biaya variabel berupa biaya pelatihan

V. Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada evaluasi model bisnis di PT XYZ. Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan untuk melakukan perancangan pada model bisnis ini. Tahapan-tahapannya adalah membuat rancangan model bisnis eksisting PT XYZ, melakukan *customer profiling* yang terdiri dari *customer job*, *customer pain*, dan *customer gain*, selanjutnya analisis lingkungan bisnis untuk mengetahui peluang serta ancaman. Melakukan analisis SWOT yang dilanjutkan dengan perhitungan bobot dan skor, lalu membuat *value proposition* dan melakukan *fitting value map* dengan *customer profile*, lalu yang terakhir ada pembuatan model bisnis usulan PT XYZ. Usulan yang diberikan pada setiap blok yaitu: *customer segment*: pelanggan bisnis, UMKM di Jawa Barat, *value proposition*: terhadap produk: mesin sederhana dan garansi pengiriman produk, terhadap jasa: mengusulkan untuk memberikan layanan konsultasi teknis dan memberikan *tagline* baru perusahaan yaitu "Dapat memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan", *Channels*: pembuatan *website* perusahaan dan facebook, *Customer relationships*: *customer service*, *Revenue streams*: peningkatan margin penjualan *hose* dan peningkatan pendapatan jasa *machining*, penambahan pendapatan dari penjualan mesin sederhana, *Key resources*: meningkatkan SDM yaitu karyawan produksi dan pemasaran, *Key Activities*: meningkatkan promosi dan penjualan produk dan juga memberikan pelatihan bagi karyawan produksi, *Key Partnership*: menambah *supplier* bahan baku dari Indonesia, dan *Cost structure*: penambahan biaya variabel berupa biaya pelatihan

REFERENSI

- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat. (2020, March 03).
Pertumbuhan Produksi Industri Mesin dan Perlengkapan Provinsi Jawa Barat Triwulan IV Tahun 2019. Diambil kembali dari Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat: <https://jabar.bps.go.id/pressrelease/2020/02/03/768/pertumbuhan-produksi-industri-manufaktur-provinsi-jawa-barat-triwulan-iv-tahun-2019.html> (Diakses 10 Februari 2021)
- Ismail, I. (2021, April 30). Accurate. Diambil kembali dari Otomasi Industri: Pengertian, Jenis, dan Tips Menerapkannya: <https://accurate.id/bisnis-ukm/otomasi-industri/> (Diakses 10 Juli 2021)
- Kusumah, A. (2020, December 19). *FEB UMRI*. Diambil kembali dari Covid-19 dan Industri Manufaktur di Indonesia: Sebuah Catatan Ringan: <https://feb.umri.ac.id/covid-19-dan-industri-manufaktur-di-indonesia-sebuah-catatan-ringan/> (Diakses 11 Juli 2021)
- Kementerian Perindustrian Indonesia . (2020). *Analisis Perkembangan Industri Edisi I-2020*. Diambil kembali dari Pusdatin Kemenperin : <https://kemenperin.go.id/download/24444/Laporan-Analisis-Perkembangan-Industri-Edisi-I-2020> (Diakses 22 Juni 2021)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid I*. Jakarta : Erlangga
- Marti'ah, S. (2020). *Penduduk, Angkatan kerja, penyerapan Tenaga Kerja Pada Sektor Usaha Mikro Kecil Menengah ((UMKM) di Jawa Barat . Jurnal Usaha, 3-8.*
- Nofrizal. (2019). *Matrik: Jurnal Manajemen, Strategi bisnis, dan Kewirausahaan. BMT Al-Ittihad Strategy to Face Competition, 68-71.*
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). *Business Model Generation*. Jakarta: PT.

Elex Media Komputindo.

Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014).

Value Proposition Strategy. Hoboken : John Wiley & Sons, Inc

Sidik, S. (2020, April). *CNBC Indonesia*. Diambil kembali dari Bos BEI Buka-bukaan soal soal Kondisi Bursa RI, Transaksi Drop 24%: <https://www.cnbcindonesia.com/market/20200424104933-17-154146/bos-bei-buka-bukaan-soal-kondisi-bursa-ri-transaksi-drop-24> (Diakses 29 Juni 2021)