

Perancangan Usulan Model Bisnis dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* Sebagai bentuk Strategi Pengembangan pada Toko Murah Meriah Group

Designing a Proposed Business Model Using the Business Model Canvas Approach as a Form of Development Strategy at Toko Murah Meriah Group

1st Arif Rahman

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

arifrahmanamin@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Budi Praptono

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

budipraptono@telkomuiversity.ac.id

3rd Maria Dellarosawati I

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

mariadellarosawati@telkomuniversity.ac.id

Abstrak— Abstrak—Toko Murah Meriah Group adalah toko pakaian yang menjual berbagai jenis pakaian, mulai dari pakaian pria, wanita, anak-anak, bahkan balita serta menjual berbagai macam pakaian muslim. Toko Murah Meriah Group terletak di Jalan Salak Raya No. B5 Lingkar Timur Kota Bengkulu. Permasalahan yang terjadi pada Toko Murah Meriah Group adalah penurunan pendapatan, oleh karena itu dilakukan evaluasi model bisnis pada Toko Murah Meriah Group dengan menggunakan pendekatan business model canvas. Tahap pertama yang dilakukan adalah wawancara dengan owner dari Toko Murah meriah Group untuk mendapatkan model bisnis canvas eksisting, yang dimana terdapat permasalahan pada blok *channels*, *costumer relationship*, *revenue streams*, *key resource* dan *key activities*. Tahap kedua melakukan wawancara kepada konsumen dari Toko Murah Meriah Group sebanyak 30 orang untuk mendapatkan *costumer profile*. Tahap ketiga yaitu menganalisis lingkungan bisnis dengan menggunakan data dari studi literatur yang bertujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman. Setelah mendapatkan data tersebut tahap keempat akan dilakukan analisis SWOT kemudian tahap kelima membuat value proposition canvas untuk mencocokkan antara value map dengan customer profile pada Toko Murah Meriah Group. Hasil dari perancangan model bisnis usulan pada Toko Murah Meriah Group terdapat penambahan dan perbaikan pada blok *costumer relationship*, *revenue streams*, *channels*, *key resource*, dan *key activities*.

Kata kunci— toko murah meriah group, *business model canvas*, *customer profile*, analisis lingkungan bisnis, SWOT

I. PENDAHULUAN

Pakaian adalah kebutuhan primer manusia selain makanan dan tempat berteduh (rumah). Dengan menjadi kebutuhan utama tersebut, maka dapat dipastikan pertumbuhan industry pakaian di Indonesia pun akan terus berkembang. Fakta membuktikan bahwa menurut Ketua Umum Asosiasi Pengelola Pusat Belanja Indonesia (APPBI), Stefanus Ridwan, dijelaskan bahwa tingkat penjualan produk pakaian jadi diperkirakan meningkat hingga lima kali lipat selama tahun 2014. Hal ini

menunjukkan bahwa memang industri pakaian merupakan salah satu industri yang cukup berpotensi di Indonesia. Toko Murah Meriah Group terletak di Jalan Salak raya No B5 Lingkar Timur Kota Bengkulu. Dilihat dari alamat tersebut Toko Murah Meriah Group sudah memiliki letak yang baik dikarenakan sangat dekat dengan pasar yang sering dan banyak dikunjungi oleh masyarakat untuk berbelanja dan memenuhi kebutuhan sehari – hari. Akan tetapi Toko Murah Meriah Group ini bersifat konvensional, yang dimana proses penjualannya hanya dilakukan secara langsung di toko, sehingga jika konsumen ingin membeli barang harus langsung datang ke toko. Selain itu toko murah meriah group masih menggunakan buku untuk mencatat data transaksi penjualan dan belum rinci dalam mencatat transaksi penjualan karena dilakukan secara manual. Hal tersebut sangat dikhawatirkan nantinya jika tidak melakukan pengembangan model bisnis pada toko Murah Meriah Group karena akan mengalami ketertinggalan seiring berjalannya perkembangan zaman. Berikut merupakan pendapatan pada Toko Murah Meriah Group selama tiga tahun terakhir.



GAMBAR 1
(Data Pendapatan Toko Murah Meriah Group)

Berdasarkan data diatas merupakan pendapatan dari Toko Murah Meriah Group setiap tahunnya yang diperoleh selama tiga tahun terakhir. Berdasarkan grafik diatas pendapatan Toko Murah Meriah group mengalami penurunan. Pada tahun 2019 jumlah total pendapatan Toko

Murah Meriah Group sebesar Rp83.080.000, pada tahun 2020 mengalami penurunan sebanyak Rp4.800.000 dan pada tahun 2020 ke tahun 2021 mengalami penurunan sebesar Rp6.090.000.

Berikut merupakan beberapa masalah yang dialami oleh Toko Murah Meriah Group. Permasalahan tersebut didapatkan dari hasil wawancara dengan *owner*, yang dimana penyebab penurunan pendapatan dari Toko Murah Meriah Group yaitu Toko Murah Meriah Group masih bersifat konvensional atau masih melakukan penjualan secara *offline* di toko serta jangkauan pasar terlalu sempit. Hal ini menyebabkan Toko Murah Meriah Group akan mengalami ketertinggalan sedangkan beberapa pesaing yang menjual produk serupa sudah melakukan penjualan dengan menggunakan *marketplace*, pelayanan yang diberikan kurang baik khususnya keramahan para karyawan dalam melayani pelanggan sehingga dapat membuat pelanggan yang berbelanja di toko mendapatkan pengalaman berbelanja yang baik, lalu masalah yang dihadapi oleh toko murah meriah group yaitu masih terbatasnya produk yang dijual, hal tersebut terjadi dikarenakan banyak pelanggan yang menanyakan beberapa barang yang tidak dijual oleh Toko Murah Meriah Group. Dengan menambahkan beberapa jenis produk akan meningkatkan penghasilan toko karena menyesuaikan dengan permintaan pasar. Lalu pada pembagian *jobdesc* dari setiap karyawan kurang baik dan masalah yang dihadapi Toko Murah Meriah Group yaitu pencatatan transaksi yang dilakukan masih manual menggunakan buku dan masih belum rinci, sehingga membuat pencarian data transaksi memakan waktu yang lama dan rentan mengalami kehilangan.

Berdasarkan beberapa masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan serta mengembangkan bisnis model dari Toko Murah Meriah Group. Pemilihan untuk menggunakan metode *Business Model Canvas* lebih mudah dikarenakan dapat dikaitkan dengan sembilan blok yang ada pada *Business Model Canvas* yaitu *customer segment*, *channels*, *customer relationship*, *value proposition*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *revenue streams*, dan *cost structure*. Maka dari itu penelitian ini akan membahas permasalahan yang ada pada Toko Murah Meriah Group dengan judul "Perancangan Usulan Model Bisnis Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* sebagai bentuk Strategi Pengembangan Pada Toko Murah Meriah Group".

II. KAJIAN TEORI

Menyajikan dan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Poin subjudul ditulis dalam abjad.

A. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah 'rencana main' suatu perusahaan, strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana harus bersaing menghadapi kompetitor dan maksud dan tujuannya. Strategi adalah sebuah arti dimana objektif jangka panjang akan dicapai. Strategi bisnis juga termasuk dalam *Geographic expansion*, *Divertification*, *Acquisition*, *Produk Development*, *Market Penetration*, *Retrenchment*, *Divestiture*, *Liquidation*, dan *Joint Ventures*. Strategi merupakan potensi dari sebuah aksi yang memerlukan keputusan manager puncak dan membutuhkan sumber daya yang besar, strategi juga mempengaruhi sebuah kesuksesan organisasi.

B. Konsep Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi.

C. Business Model Canvas

Business model canvas adalah tempat untuk memodifikasi dan menciptakan suatu model bisnis yang memiliki sembilan blok penting. Berikut merupakan penjelasan dari setiap blok dalam *Business Model Canvas*

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan) Pada blok ini merupakan kunci utama suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, terutama dalam memulai bisnis. Pelanggan adalah inti dari semua model bisnis karena jika tidak ada pelanggan perusahaan tidak akan mendapatkan keuntungan.
2. *Value proposition* (Proposisi nilai) Pada blok ini merupakan kumpulan produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Suatu hal yang dapat membedakan perusahaan satu dengan perusahaan lainnya, dengan tujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
3. *Channels* (Saluran) Blok ini menjelaskan cara perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggannya yang bertujuan menjangkau pelanggan lewat *value proposition* yang ditawarkan.
4. *Customer relationship* (hubungan pelanggan) Pada blok ini menjelaskan hubungan suatu organisasi dengan konsumennya dalam menggunakan produk yang ditawarkan.
5. *Revenue streams* (arus pendapatan) Pada blok ini menjelaskan pendapatan perusahaan yang didapatkan dari setiap segmen pelanggan. *Revenue streams* memberikan mekanisme harga yang berbeda pada masing-masing kategori, seperti penetapan harga, kegiatan tawar menawar, mengelola hasil, kebutuhan pasar dan volume.
6. *Key resources* (sumber daya utama) Pada blok ini merupakan aset terpenting yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga model bisnis dapat berjalan dengan baik, berupa fisik, keuangan, intelektual, atau manusia.
7. *Key activities* (aktivitas kunci) Pada blok ini menjelaskan kegiatan perusahaan dalam membentuk model bisnis, mirip dengan *key resources* yang wajib menawarkan proposisi nilai, dengan menjaga hubungan pelanggan, menjangkau pasar, dan menghasilkan pendapatan.
8. *Key partners* (kemitraan utama) Pada blok ini merupakan jaringan yang dimiliki oleh perusahaan yang berhubungan dengan pemasok bahan baku dan mitra bisnis dari perusahaan sehingga dapat membuat model bisnis berjalan.
9. *Cost structure* (struktur biaya) Pada blok ini merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan untuk mengoperasikan

model bisnis, menciptakan dan memberikan nilai, memelihara hubungan pelanggan dan menghasilkan pendapatan membutuhkan biaya.

D. Value Proposition Canvas

Dalam membuat sebuah bisnis, tentu perlu mengenal produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Pembentukan Value proposition canvas merupakan tampilan detail dari dua bagian Business Model Canvas yang lebih luas, yaitu customer segment dan value proposition.

1. Customer Profile

Customer Job

Merupakan tugas fungsional, sosial dan emosional yang dilakukan pelanggan, dalam menyelesaikan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Gains

Menjelaskan manfaat yang diharapkan atau dibutuhkan pelanggan dan menjadi keinginan dari pelanggan.

Pains

Menjelaskan pengalaman negatif atau risiko yang pernah dialami oleh pelanggan dalam proses menyelesaikan pekerjaan atau suatu hal.

2. Value Proposition

Products and Services

Products and services yang mendeskripsikan produk dan jasa yang ditawarkan, serta dapat membantu pelanggan menyelesaikan kebutuhannya.

Pain Relievers

Pain relievers mendeskripsikan produk yang dapat digunakan untuk menyelesaikan risiko yang sebelumnya pernah dirasakan pelanggan.

Gain Creators

Gain creators menjelaskan produk yang memberikan manfaat dan keuntungan yang dapat dirasakan oleh pelanggan

E. Analisis Model Bisnis Lingkungan

Lingkungan model bisnis adalah sebuah gambaran mengenai bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi dapat memahami lingkungan internal dari sebuah perusahaan agar membantu model bisnis dari perusahaan yang dijalankan serta beradaptasi menjadi lebih efektif untuk menggeser kekuatan yang ada di lingkungan eksternal perusahaan. Untuk mendapatkan model bisnis yang lebih kuat dan kompetitif, diperlukan lingkungan yang spesifik dalam menjalankan model bisnis yang dijalankan sehingga pemahaman yang didapatkan menjadi lebih baik.

III. METODE

Pada perancangan ini dibutuhkan langkah-langkah yang terstruktur dan sistematis agar dapat menjawab permasalahan yang ada pada Toko Murah Meriah Group. Tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan identifikasi masalah yang terjadi pada Toko Murah Meriah Group yang akan digambarkan melalui fishbone, setelah itu dibuatkan potensi solusi untuk menyelesaikan beberapa permasalahan tersebut, setelah itu dibuatkan rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari perancangan.

Tahap kedua yang akan dilakukan adalah pengumpulan data yang dibutuhkan pada perancangan ini yang nantinya akan diolah menjadi bisnis model usulan pada Toko Murah Meriah Group. Beberapa jenis data yang dibutuhkan adalah data

primer dengan wawancara bersama owner untuk bisnis model kanvas eksisting dan data pelanggan untuk customer profile, data sekunder dengan mencari data melalui studi literatur pencarian data di internet untuk analisis lingkungan model bisnis.

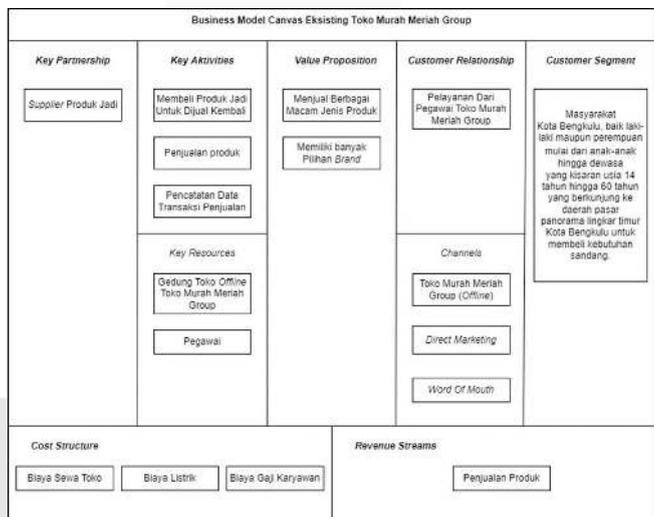
Setelah mendapatkan data pada tahap kedua untuk mendapatkan hasil analisis SWOT, value proposition canvas, customer profile, bisnis model kanvas eksisting. Kemudian melakukan deskripsi mekanisme verifikasi kepada owner Toko Murah Meriah Group apakah memperoleh output yang sesuai dengan business model canvas berdasarkan teori yang digunakan, untuk melihat apakah data yang sudah dikerjakan sesuai dengan kondisi pada Toko Murah Meriah Group.

Pada tahap ini akan dilakukan deskripsi mekanisme validasi terhadap rancangan business model canvas usulan yang telah dihasilkan, evaluasi tersebut berupa apakah sudah sesuai dengan perusahaan atau belum. Jika business model canvas usulan sudah sesuai maka dapat membantu perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, jika business model canvas usulan belum sesuai maka harus dilakukan penyesuaian kembali terhadap analisis customer profiles, analisis SWOT dan value proposition canvas.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas Eksisting

Setelah melakukan wawancara bersama owner Toko Murah meriah Group yaitu Ibu Eva Driyani akan didapatkan hasil Business Model Canvas Eksisting dari Toko Murah Meriah Group sebagai berikut:



GAMBAR 2 (Business Model Canvas Eksisting Toko Murah Meriah Group)

B. Customer Profile

Data dari customer profile pada Toko Murah Meriah Group didapatkan dari hasil wawancara penulis kepada pelanggan laki-laki/perempuan sebanyak 30 orang responden yang menjadi pelanggan Toko Murah Meriah Group. Customer profile bertujuan untuk menggambarkan customer jobs, customer pains, dan customer gains.

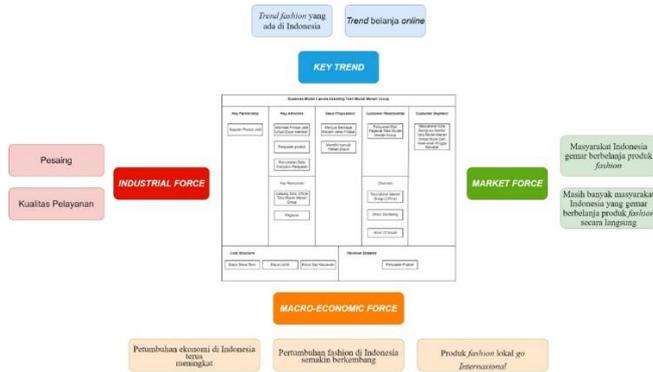


dikembangkan dan dihubungkan dengan *customer profile* yang berisikan *pains, gains, dan customer profile*.



C. Business Model Environment

Business model environment dibutuhkan untuk merancang model bisnis, karena untuk mengembangkan pemahaman tentang lingkungan bisnis yang terjadi pada Toko Murah Meriah Group agar mendapatkan model bisnis yang baik. Lingkungan bisnis mudah mengalami perubahan dengan seiring berjalannya waktu.



D. Murah Meriah Group

Analisis SWOT Toko Murah Meriah Group

1. Value Proposition

- a. Menambahkan variasi jenis produk dan juga brand yang akan dijual kepada pelanggan
- b. Membuat adanya diskon produk

2. Cost and Revenue

- a. Menciptakan arus pendapatan penjualan secara online dari marketplace

3. Infrastructure

- a. Melakukan pencatatan transaksi secara digital
- b. Menyediakan alternatif pembayaran secara digital

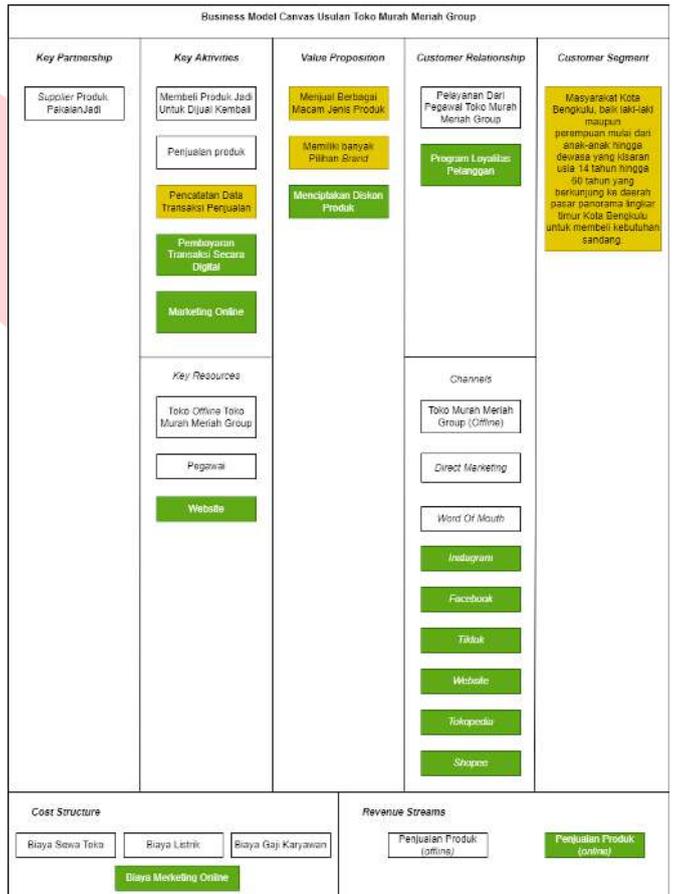
4. Customer Interface

- a. Memperluas jangkauan customer segment
- b. Membuat social media (Instagram, facebook, dan tiktok)
- c. Menggunakan marketing online
- d. Mendaftarkan Toko Murah Meriah Group pada marketplace (shopee dan Tokopedia) untuk menjual produk
- e. Membuat website
- f. Membuat program loyalitas pelanggan

E. Value Proposition Canvas

Value proposition canvas terdiri dari *pain relievers, gains creators, dan product and service* untuk menggambarkan value proposition model bisnis dari Toko Murah Meriah Group secara detail serta membantu mengenal produk yang akan

F. Business Model Canvas Usulan Toko Murah Meriah Group



GAMBAR 6
(Business Model Canvas Usulan Toko Murah Meriah Group)

Berikut merupakan hasil perancangan model bisnis usulan pada Toko Murah Meriah Group:

1. Customer segment:

- a. Masyarakat Kota Bengkulu, baik laki-laki maupun perempuan mulai dari anak-anak hingga dewasa yang kisaran usia 14 tahun hingga 60 tahun yang berkunjung ke daerah pasar panorama lingkaran timur Kota Bengkulu
- b. Masyarakat seluruh Indonesia baik pria maupun wanita mulai dari anak-anak hingga dewasa yang berusia 14 hingga 60 tahun (Online) (usulan)

2. Value proposition:

- a. Menjual berbagai jenis produk
- b. Memiliki banyak pilihan brand
- c. Menciptakan diskon produk (usulan)

3. Channels:

- a. Toko Murah Meriah Group (offline)
- b. Direct marketing
- c. Word of mouth

- d. *Instagram* (usulan)
 - e. *Facebook* (usulan)
 - f. *Tiktok* (usulan)
 - g. *Website* (usulan)
 - h. *Shopee* (usulan)
 - i. *Tokopedia* (usulan)
4. *Customer relationship*:
 - a. Pelayanan langsung dari karyawan Toko Murah MeriahGroup
 - b. Program loyalitas pelanggan (usulan)
 5. *Revenue stream*:
 - a. Penjualan produk *offline*
 - b. Penjualan produk *online* (usulan)
 6. *Key resources*:
 - a. Toko Murah Meriah Group *offline*
 - b. Karyawan
 - c. *Website* (usulan)
 7. *Key activities*:
 - a. Membeli produk jadi untuk dijual Kembali
 - b. Penjualan produk
 - c. Pencatatan data transaksi penjualan
 - d. Pencatatan transaksi pembayaran digital (usulan)
 - e. Marketing *online* (usulan)
 8. *Key partnership*:
 - a. *Supplier* Toko Murah Meriah Group
 9. *Cost structure*:
 - a. Biaya sewa toko
 - b. Biaya listrik
 - c. Biaya gaji karyawan
 - d. Biaya marketing *online* (usulan)

- [5] Slamah Lilik. (2017). Analisis *Strength, weaknesses, Opportunities, and Threats* (SWOT): Peluang dan tantangan *Association of Southeast Asian Nations* (ASEAN) dalam mewujudkan integrasi Asia Tenggara Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik, Vol. 30, No. 3, Hl. 300-309

V. KESIMPULAN

Hasil perancangan *business model canvas* usulan pada Toko Murah Meriah Group yaitu memperluas jangkauan *costumer segment* seluruh masyarakat Indonesia baik pria maupun wanita mulai dari anak-anak hingga dewasa yang berusia kisaran 14 hingga 60 tahun secara *online*, membuat program loyalitas pelanggan, membuat social media (*Instagram, facebook, dan tiktok*), menambahkan penjualan pada platform *online* di *shopee* dan *tokopedia*, membuat *website*, menciptakan diskon produk, menambah variasi jenis produk dan juga bran yang dijual, meningkatkan pencatatan transaksi secara digital, menambahkan transaksi pembayaran secara digital, menambahkan marketing secara *online*, menambahkan penjualan produk secara *online* dan menambahkan pengeluaran untuk strategi pemasaran secara *online*.

REFERENSI

- [1] Dewanti, Retno (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [2] Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [4] Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama