

ABSTRAK

Batik Cirebon HDM merupakan salah satu pelaku bisnis batik di kawasan Trusmi, Kabupaten Cirebon, yang memulai usahanya sejak tahun 1973. Produk yang dihasilkan meliputi kain batik, kemeja batik pria, dan blouse batik wanita. Dalam operasinya, Batik Cirebon HDM menetapkan target keuntungan sebesar Rp 80.000.000 per bulan, namun saat ini perusahaan mengalami kesulitan untuk kembali meningkatkan penjualan setelah pandemi dan mencapai target omzet tersebut. Beberapa faktor teridentifikasi sebagai penyebab tidak tercapainya target tersebut, antara lain adalah banyaknya kompetitor yang letaknya berdekatan di kawasan operasi perusahaan, kurangnya variasi jenis produk dan motif batik, kegiatan promosi yang belum dilakukan secara maksimal, terbatasnya *channel* pemasaran yang digunakan Batik Cirebon HDM, dan terbatasnya tenaga kerja yang dimiliki. Terlihat bahwa masalah yang terjadi pada Batik Cirebon HDM disebabkan oleh beberapa faktor yang saling terkait. Oleh karena itu, untuk meningkatkan pencapaian target penjualan, perlu adanya evaluasi yang melibatkan beberapa komponen bisnis yang saling berkaitan untuk kemudian dilakukan perbaikan secara simultan. Perbaikan dengan mempertimbangkan beberapa komponen bisnis tersebut dapat dilakukan dengan mengevaluasi model bisnis yang saat ini diterapkan sehingga dapat menghasilkan inovasi model bisnis baru yang lebih baik. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis dari Batik Cirebon HDM dan merancang model bisnis usulan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Data yang dibutuhkan untuk penelitian ini yaitu data model bisnis perusahaan saat ini, data profil konsumen dari seluruh segmen pelanggan yang dilayani, dan data kondisi lingkungan model bisnis. Evaluasi model bisnis saat ini dilakukan dengan analisis *7 questions* dan analisis SWOT. Analisis SWOT dilakukan untuk seluruh kanvas secara keseluruhan (*big picture*), yang kemudian diperdalam dengan detail analisis SWOT untuk beberapa blok prioritas. Proses skoring dalam analisis SWOT melibatkan pemilik dan pengelola perusahaan. Dari hasil analisis ini kemudian dirancang strategi perusahaan ke depan, yang kemudian diterjemahkan ke dalam BMC. Beberapa perbaikan yang diusulkan diantaranya yaitu memperluas jangkauan pelanggan individu dengan menasar pengguna media

sosial dan *marketplace*, menambah *channel* berupa Instagram dan Shopee, menambah variasi produk batik yang inovatif, serta menambah layanan berupa *custom design* pakaian batik dan belajar membatik. Perubahan ini tentunya berdampak pada aspek finansial, sehingga langkah selanjutnya yang dilakukan adalah melakukan simulasi finansial dengan menghitung estimasi pendapatan dan biaya tambahan sebagai dampak perubahan model bisnis yang diusulkan. Berdasarkan hasil simulasi finansial tersebut, usulan perubahan model bisnis layak direalisasikan jika penjualan Batik Cirebon HDM dapat meningkat sebesar 15%. Saran dari penelitian ini adalah perlunya dilakukan validasi lebih lanjut terkait *desirability* untuk memastikan bahwa perubahan model bisnis yang diusulkan dapat direalisasikan.

Kata kunci: Model Bisnis, Batik Cirebon HDM, *Business Model Canvas*, Biaya *Incremental*, Simulasi Keuangan