

**EVALUASI MODEL BISNIS *FASHION* MUSLIM PURU KAMBERA  
MENGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*  
*EVALUATION OF PURU KAMBERA MUSLIM FASHION BUSINESS  
MODEL USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH***

Adinanyas Prasajo<sup>1</sup> Ir. Sinta Aryani, MAIS.<sup>2</sup>, Meldi Rendra, S. T, M. Eng<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom  
<sup>1</sup>[adinant@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:adinant@student.telkomuniversity.ac.id), <sup>2</sup>[sintatelu@telkomuniversity.ac.id](mailto:sintatelu@telkomuniversity.ac.id),  
<sup>3</sup>[meldirendra@telkomuniversity.ac.id](mailto:meldirendra@telkomuniversity.ac.id)

---

**Abstrak**

Puru Kambera merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang *fashion* muslim untuk wanita yang menjual produknya secara *online*. Segmen pelanggan yang dituju oleh Puru Kambera adalah pelanggan yang membeli suatu produk yang digunakan secara pribadi yang bertujuan memenuhi kebutuhan. Pengembangan bisnis diperlukan pada perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pasar yang cenderung selalu berubah. Penggunaan Model Bisnis Kanvas merupakan cara untuk mengembangkan suatu bisnis dengan memberikan gambaran secara keseluruhan bisnis yang terdiri dari 9 blok penyusun. Penelitian yang dilakukan ini bertujuan untuk mengevaluasi bisnis Puru Kambera. Langkah awal dalam melakukan penelitian adalah mengumpulkan data penelitian yang diperlukan yaitu model bisnis eksisting dengan melakukan wawancara kepada pemilik perusahaan atau manajemen, data analisis internal seperti *customer profile* dengan melakukan wawancara kepada pelanggan, dan data analisis eksternal bisnis dengan mencari studi literatur. Selanjutnya adalah analisis SWOT, dengan memberikan kuisioner kepada perusahaan dengan indikator yang telah dibuat berdasarkan kebutuhan data yang sudah didapatkan. Hasil analisis SWOT tersebut menjadi pertimbangan dalam mengembangkan strategi usulan dalam blok pada model bisnis kanvas. Kemudian melakukan *fit customer profile* dan *value proposition map* untuk mengetahui strategi usulan mana yang sesuai untuk memenuhi kebutuhan yang diinginkan pelanggan. Berdasarkan data yang didapatkan hasil penelitian yang dilakukan yaitu model bisnis usulan untuk Puru Kambera.

Kata Kunci: Puru Kambera, *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, *Value Proposition*, Analisis SWOT.

---

**Abstract**

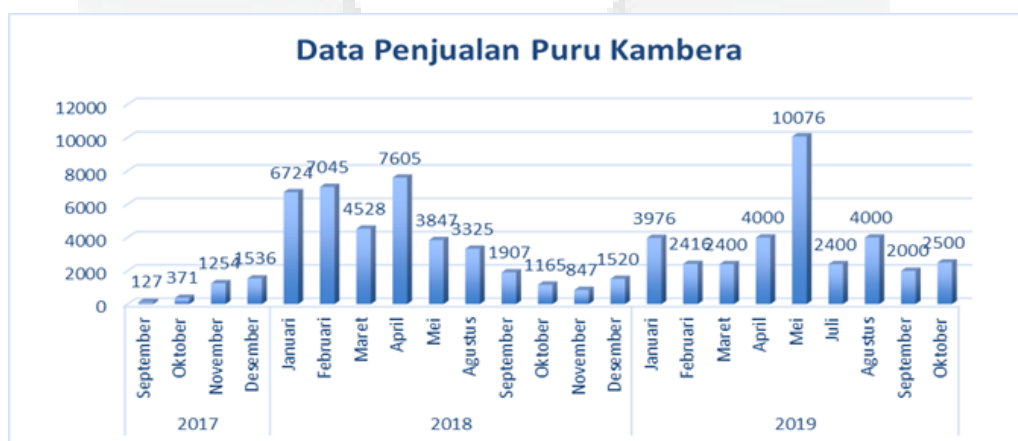
*Puru Kambera is a company engaged in Muslim fashion for women who sells its products online. The customer segment Puru Kambera targets are customers who buy a product that is used personally to fulfill their daily needs. Business development is needed in a company to meet market needs which tend to always change. Using the Canvas Business Model is a way to develop a business by providing an overall picture of the business which consists of 9 building blocks. This research was conducted to evaluate the business of Puru Kambera. The first step in conducting research is to collect the necessary research data, namely the existing business model by conducting interviews with company owners or management, internal analysis data such as customer profiles by conducting interviews with customers, and external business*

analysis data by looking for literature studies. Next is a SWOT analysis, by giving a questionnaire to the company with indicators that have been made based on the data requirements that have been obtained. The results of the SWOT analysis are taken into consideration in developing the proposed strategy in blocks of the canvas business model. Then fit the customer profile and value proposition map to find out which proposed strategy is suitable to meet the needs of the customer. Based on the data obtained, the results of research conducted namely the proposed business model for Puru Kambera.

**Keywords:** Puru Kambera, Business Model Canvas, Customer Profile, Value Proposition, SWOT Analysis.

## 1. Pendahuluan

Perkembangan industri *fashion* di Indonesia semakin bergairah seiring banyaknya perancang busana muda yang ikut dalam perlombaan *fashion* internasional maupun nasional. Menurut kepala Badan Ekonomi Kreatif, Triawan Munaf, bidang usaha *fashion* prospektif. Sepanjang tahun 2016 sektor ini berkontribusi sekitar 56% dari total nilai ekspor ekonomi kreatif. Perkembangan industri *fashion* ini juga didukung oleh perkembangan *marketplace* dan sosial media yang ikut andil dalam kemudahan dalam melakukan penjualan produk yang ditawarkan. Berdasarkan data dari kementerian perindustrian menyebutkan bahwa industri *fashion* merupakan salah satu sektor strategis dan prioritas nasional. Bidang ini menghasilkan devisa dengan nilai ekspor sebesar USD 8,2 miliar per Juli tahun 2018 atau tumbuh 8,7% secara tahunan. Puru Kambera merupakan UKM yang bergerak dalam bidang penjualan berbasis *online* produk busana *fashion* muslim. Didirikan oleh Ragil Silvia di kota Bandung tahun 2017. Dengan berkembangnya tren *fashion* muslim di Indonesia saat ini terbukti dari Indonesia menjadi negara urutan kelima terbesar sebagai pengekspor *fashion* muslim di dunia dan berdasarkan dari data Kementerian Perindustrian mencatat, pada tahun 2012 setidaknya terdapat 20 juta orang di Indonesia mengenakan busana muslim untuk aktivitas sehari-hari. Gambar 1 merupakan grafik aktivitas penjualan Puru Kambera adalah menjual produk utama seperti kerudung dan produk pendukung seperti tunic, *top*, *dress*, *culloutes*, dan kaftan.



Gambar 1 Data Penjualan Puru Kambera

Dengan berkembangnya *fashion* muslim ini maka Puru Kambera selaku pelaku bisnis berencana mengembangkan variasi model produk *fashion* muslim yang dijual dan promosi produk yang dilakukan. Maka dari itu, Puru Kambera perlu dilakukan evaluasi

bisnis untuk mengetahui aspek-aspek yang perlu dievaluasi agar menunjang persaingan dengan kompetitor dan menysasar tepat sesuai dengan permintaan pasar.

## 2. Dasar Teori

### 2.1 *Business Model Canvas*

Pada buku “*Business Model Generation*” Alexander Osterwalder (2010) menjelaskan bahwa sebuah kerangka kerja sederhana untuk mempresentasikan elemen – elemen penting yang terdapat pada suatu model bisnis disebut Business model canvas. Business model canvas merupakan manajemen strategi bisnis yang dapat menggambarkan, mendesain, dan mengkerucutkan aspek- aspek bisnis yang ada menjadi satu kesatuan strategi bisnis. Yang terdiri dari 9 blok penyusun yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure.*

### 2.2 *Value Proposition Map*

*Value proposition map* merupakan suatu alat yang digunakan untuk menggambarkan bagaimana suatu produk atau jasa memiliki nilai bagi konsumen berdasarkan desain dari suatu produk dan layanan yang diperlukan. *Value proposition map* memiliki 2 bagian yaitu *customer profile* yang terdiri dari *jobs, pains, gains*, dan *value map* yang terdiri dari *product and services, pain relievers, dan gain creators* (Osterwalder, Pignuer, Bernada, Smith, & Papadacos, 2014).

### 2.3 Analisis Lingkungan bisnis

Analisis lingkungan bisnis merupakan suatu alat yang digunakan untuk membantu seseorang dalam menentukan pemetaan kekuatan lingkungan bisnis dalam bentuk yang dapat dipahami secara mudah. Alat ini biasa digunakan untuk meningkatkan kepekaan terhadap kekuatan lingkungan bisnis dan menciptakan penyelarasan pemahaman antar anggota tim. Berdasarkan buku “*Business Model Generation*” halaman 200-208 yang dibuat oleh Alexander Osterwalder (2010), analisis lingkungan bisnis terdiri dari empat bidang utama yaitu *key trends, market forces, industry forces, dan macroeconomic forces.*

### 2.4 Analisis SWOT

SWOT merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengevaluasi Kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau spekulasi bisnis (Osterwalder & Pignuer, *Business Model Generation*,2010). Analisis SWOT diperlukan untuk merancang startegi pengembangan kedepannya pada perusahaan dengan hasil analisis SWOT ini juga value proposition canvas dapat dibuat. Dalam merancang model bisnis kanvas usulan memerlukan analisis SWOT berguna mengurangi bias pada penelitian kualitatif yang dilakukan.

## 3. Metodologi Penelitian

Berikut merupakan sistematika penelitian yang dilakukan:

1. Perancangan model bisnis eksisting Puru Kambera  
Perancangan model bisnis eksisting bertujuan untuk mengetahui aspek penyusun dari bisnis yang dijalankan oleh Puru Kambera saat ini. Pengambilan data ini dilakukan dengan cara wawancara kepada pemilik perusahaan atau manajemen perusahaan.
2. Pengumpulan data analisis internal  
Pengumpulan data analisis internal yaitu *customer profile* bertujuan untuk mengetahui kebutuhan atau keinginan dari konsumen yang terdiri dari 3 bagian yaitu *jobs, pains, dan gains*. Pengumpulan data ini dilakukan dengan wawancara kepada konsumen berdasarkan dari pertanyaan yang telah dibuat.

### 3. Pengumpulan data analisis eksternal

Analisis eksternal merupakan pengumpulan analisis lingkungan bisnis untuk mengetahui perkembangan atau situasi yang bertujuan untuk penentuan strategi pada model bisnis usulan yang akan dibuat

### 4. Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk mendapat Kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dari bisnis yang dijalankan Puru Kambera. Data analisis SWOT didapatkan dari hasil pengisian kuisisioner oleh pemilik atau manajemen perusahaan yang indikatornya sudah disesuaikan berdasarkan data yang didapatkan sebelumnya. Hasil dari analisis SWOT adalah startegi usulan pada setiap bloknya pada model bisnis kanvas.

### 5. Value Proposition Canvas

Melakukan identifikasi dari hasil data *customer profile* yang didapatkan dengan melakukan pencocokan data *customer profile* dengan *value map* yang telah dibuat berdasarkan strategi usulan untuk menjawab kebutuhan konsumen.

### 6. Perancangan model bisnis usulan.

Setelah strategi usulan ditentukan, perancangan pada model bisnis usulan pada sembilan blok model bisnis kanvas yang disesuaikan dengan strategi usulan untuk menambahkan atau meningkatkan variabel-variabel blok tersebut.

### 7. Kesimpulan dan Saran

Tahapan terakhir adalah membuat kesimpulan dan saran berdasarkan perancangan model bisnis usulan yang telah dilakukan untuk pengembangan bisnis perusahaan.

## 4. Pembahasan

### 4.1 Model Bisnis Eksisting Puru Kambera

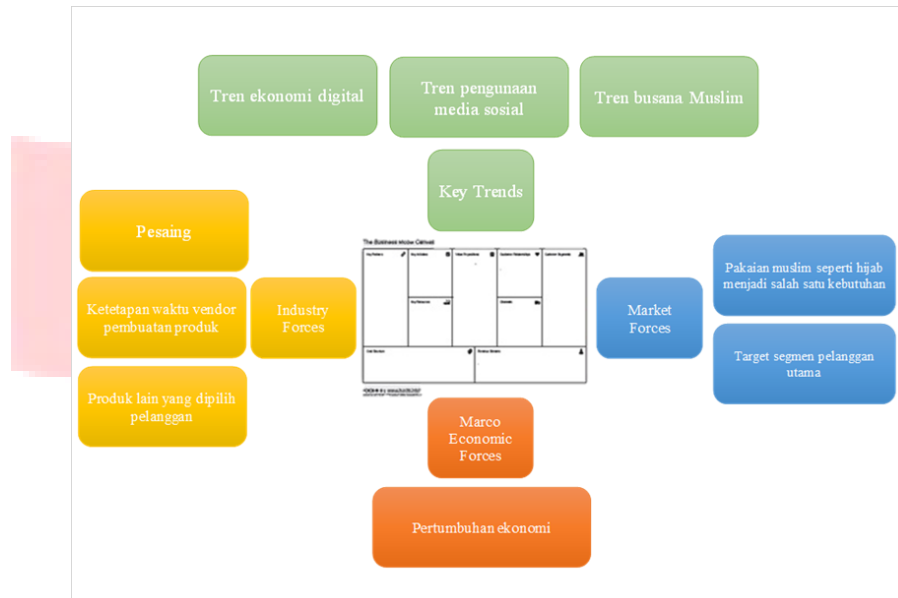
Untuk dapat melakukan pemetakan pada *business model canvas* maka dibutuhkan data-data model eksisting bisnis Puru Kambera yang diperoleh dari wawancara yang dilakukan pemilik Puru Kambera. Gambar 2 merupakan data model bisnis eksisting Puru Kambera.

Key Partnerships	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationships	Customer Segments
Vendor produk Agensi iklan	Perancangan desain produk Proses produksi Quality control Photoshoot produk Marketing produk Penanganan order online Penyerahan kepada vendor ekspedisi	Makna dari desain motif Produk dengan edisi terbatas Pengalaman saat membeli produk	Media Sosial dan Website Kejutan gathering Giveaway	Pelanggan Individu
	Key Resources		Channels	
	Pegawai Komputer Kantor		Website Media Sosial E-commerce	
Cost Structure		Revenue Streams		
Gaji pegawai Biaya operasional Biaya marketing		Penjualan produk		

Gambar 2 Model Bisnis Eksisting Puru Kambera

### 4.2 Analisis Eksternal Bisnis

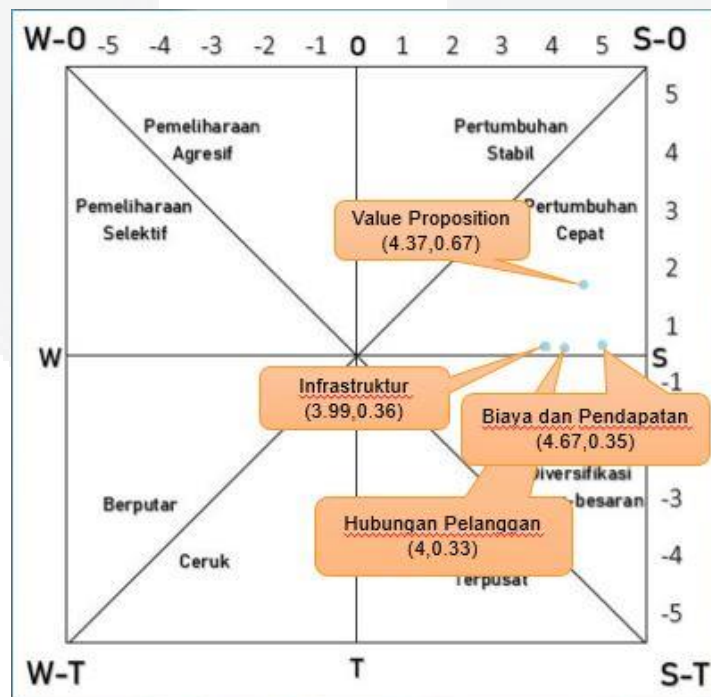
Model bisnis selalu dipengaruhi dengan lingkungan bisnis yang dapat artikan sebagai seluruh aktivitas yang menunjang dan mempengaruhi aktivitas bisnis suatu organisasi atau perusahaan. Gambar 3 merupakan data analisis lingkungan bisnis pada Puru Kambera.



Gambar 3 Analisis Eksternal Puru Kambera

### 4.3 Analisis SWOT

Gambar 4 merupakan hasil dari analisis SWOT yang dilakukan dengan memberikan kuisisioner SWOT kepada pemilik dan manajemen perusahaan Puru Kambera.



Gambar 4 Hasil Matriks SWOT

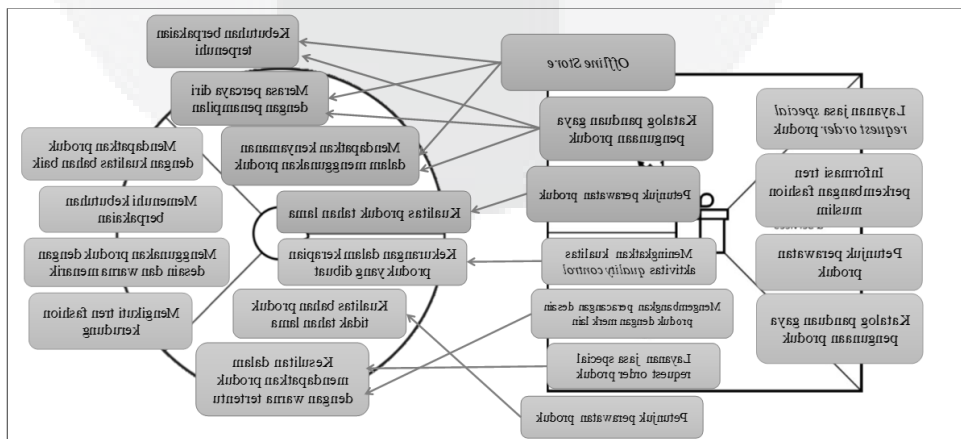


Berdasarkan hasil matriks dari analisis SWOT yang telah dilakukan maka langkah selanjutnya adalah menentukan strategi usulan untuk perusahaan. Strategi usulan ini didapatkan dari hasil diskusi yang dilakukan dengan pemilik atau manajemen perusahaan untuk menyesuaikan relevansi strategi usulan yang mengacu pada hasil matriks yang telah didapatkan. Seluruh hasil matriks dari variabel *value proposition*, infrastruktur, biaya dan pendapatan, dan hubungan pelanggan berada pada pada blok S-O dan kuadran satu “pertumbuhan cepat” pada matriks SWOT. Hasil tersebut menandakan bahwa perusahaan dalam kondisi yang prima dan berpeluang mengembangkan bisnisnya, maka dari itu strategi yang direkomendasikan kepada Puru Kambera untuk diberikan adalah bersifat progresif yang berarti sangat memungkinkan untuk terus melakukan ekspansi, memperbesar pertumbuhan dan meraih kemajuan secara maksimal (Pearce dan Robinson, 1998). Berikut merupakan hasil strategi usulan yang didapatkan berdasarkan hasil diskusi dengan pemilik dan manajemen Puru Kambera untuk mengembangkan bisnis nya dengan mengacu pada hasil matriks SWOT pada setiap variabel:

1. *Value Proposition* (Proporsi Nilai)
  - Layanan jasa *special request order* produk
  - Informasi tren perkembangan *fashion muslim*
  - Petunjuk perawatan produk
2. Infrastruktur
  - Meningkatkan kualitas aktivitas *quality control*
  - Mengembangkan perancangan desain produk dengan merek lain
  - Meningkatkan pengembangan *marketing* produk
3. Biaya dan Pendapatan
  - Menciptakan promo pembelian produk
4. Hubungan Pelanggan
  - Meningkatkan hubungan melalui media sosial
  - Mengembangkan *giveaway* dan *gathering*
  - *Offline Store*

**4.4 Fit Customer Profile dengan Value Map**

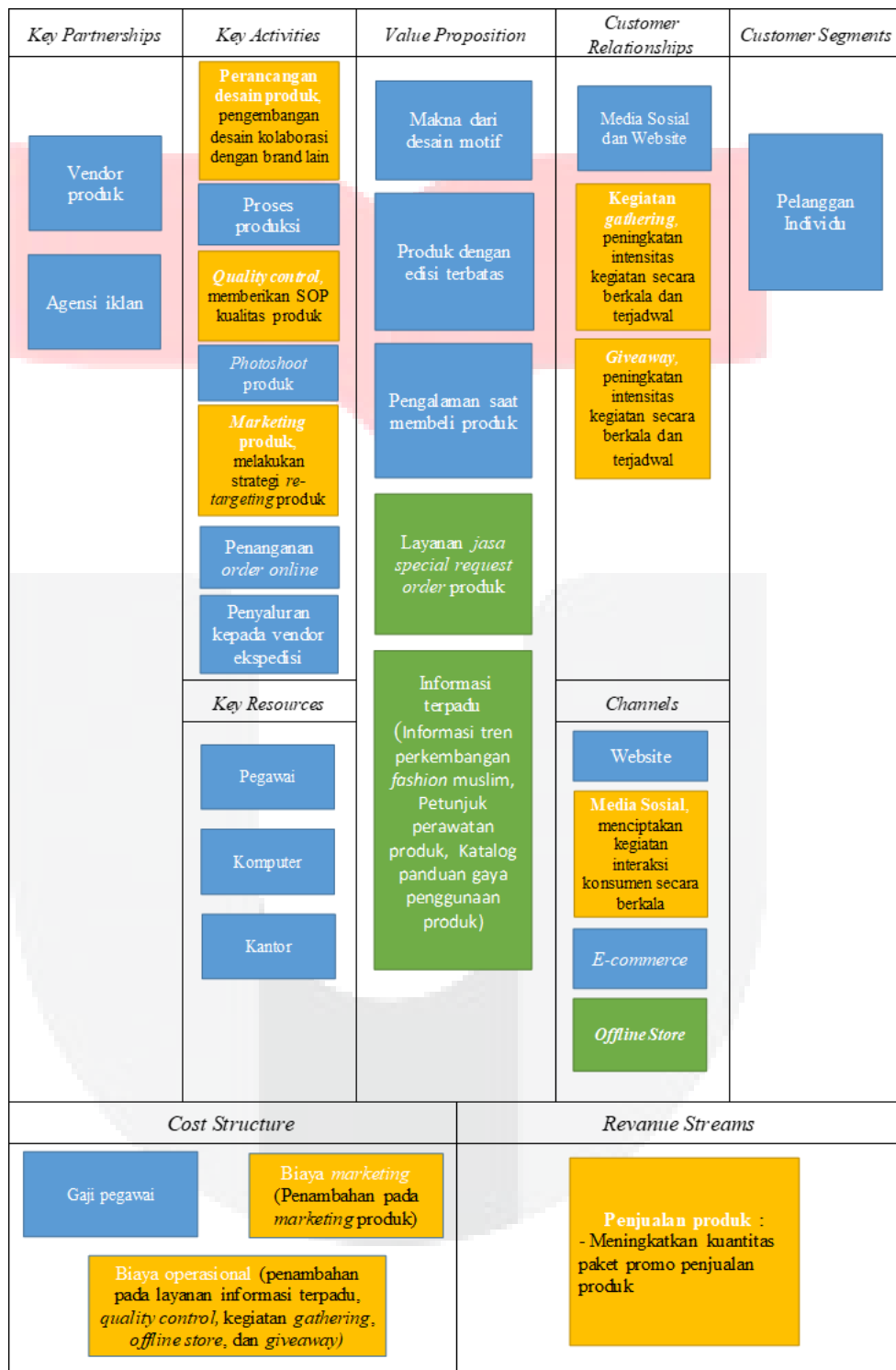
*Fit customer profile* dengan *value map* merupakan penggambaran kecocokan dari pada bagian kanan yaitu data *customer profile* yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan pada pelanggan Puru Kambera dengan bagian kiri yaitu *value map* yang didapatkan berdasarkan penyesuaian hasil strategi usulan yang didapatkan dari hasil diskusi yang dilakukan dengan pemilik dan manajemen Puru Kambera.



Gambar 5 Value Proposition Canvas

### 4.5 Model Bisnis Usulan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang dilakukan Gambar 6 merupakan model bisnis usulan yang diciptakan untuk Puru Kambera dalam mengembangkan bisnisnya.



Gambar 6 Model Bisnis Usulan

Keterangan: Tetap, Ditingkatkan, Diciptakan

## 5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan untuk mengembangkan bisnis Puru Kambera dengan pendekatan *Business model canvas*. Peneliti mendapatkan kesimpulan yaitu model bisnis eksisting, *customer profile*, analisis eksternal, hasil perhitungan SWOT dan memberikan rekomendasi strategi usulan pengembangan bisnis untuk Puru Kambera. Berdasarkan data yang telah didapatkan sebelumnya maka kesimpulan penelitian ini adalah mendapatkan model bisnis usulan untuk Puru Kambera sebagai bahan pertimbangan pengembangan bisnis kedepannya.

## Daftar Pustaka

- [1] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Kemenperin. (2018). Kementrian Perindustrian Republik Indonesia. Retrieved from <https://kemenperin.go.id/artikel/19010/Perluas-Pasar-Industri-Fesyen-Dalam-Negeri-Lewat-Indonesia-Fashion-Week-2018>
- [4] Delpiera, R. (2018, April 20). KLIKPOSITIF.com. Retrieved from <http://news.klikpositif.com/baca/30730/indonesia-peringkat-lima-pengeksport-busana-muslim>
- [5] Hariyanti, D. (2018, Oktober 1). KataData.co.id. Retrieved from <https://katadata.co.id/berita/2018/10/01/gaya-busana-muslim-kekuatan-baru-industri-fesyen-di-kancah-global>