

PERANCANGAN MODEL BISNIS *DIFFERENT LOOKS* DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

DESIGNING A DIFFERENT LOOKS BUSINESS MODEL USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH

Hilman Maulana¹, Sinta Aryani², Rio Aurachman³

Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

[1hilmanmaulana@student.telkomuniversity.ac.id](mailto:hilmanmaulana@student.telkomuniversity.ac.id), [2sintatelu@telkomuniversity.ac.id](mailto:sintatelu@telkomuniversity.ac.id),

[3rioaurachman@telkomuniversity.ac.id](mailto:rioaurachman@telkomuniversity.ac.id)

Abstrak

Different looks merupakan bisnis yang akan dibuka dan bergerak dalam bidang jasa perawatan sepatu. Untuk mengetahui bagaimana bisnis tersebut dapat memberikan peluang dan juga bertahan dalam persaingan, maka diperlukan strategi bisnis untuk mengevaluasi seluruh aspek bisnis yang dijalankan pada bisnis perawatan sepatu. Oleh karena itu, maka dibutuhkan adanya analisis terhadap model bisnis perawatan sepatu sehingga dapat dilakukan perancangan dan juga melakukan *improvement* terhadap model bisnis tersebut.

Perancangan model bisnis *Different Looks* pada penelitian ini dilakukan dengan pendekatan *business model canvas*. Penelitian diawali dengan melakukan *benchmark* terhadap beberapa bisnis perawatan sepatu yang sudah berjalan dengan menggunakan data dari studi literatur untuk mengetahui model bisnis eksisting dari bisnis perawatan sepatu, kemudian melakukan *customer profiling* yang didapatkan dari hasil wawancara, setelah itu dilakukan analisis lingkungan bisnis menggunakan data dari studi literatur, dan kemudian dilakukan wawancara terhadap pemilik bisnis untuk mengetahui aspirasi bagi bisnisnya. Setelah itu dilakukan analisis SWOT untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman serta dapat merancang strategi bagi model bisnis yang akan diusulkan. Setelah itu dilakukan perancangan *value proposition* yang kemudian dilakukan proses penyesuaian antara *value proposition* dengan *customer profile*. Hasil dari penelitian ini berupa model bisnis usulan dengan pendekatan *business model canvas* yang ditujukan untuk pihak *Different Looks*.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Analisis Lingkungan, Analisis SWOT, *Value Proposition Canvas*, Jasa Perawatan Sepatu

Abstract

Different looks is a business that will be opened and engaged in shoe care services. To find out how this business can provide opportunities and also survive in competition, a business strategy is needed to evaluate all aspects of the business in the shoe care business. Therefore, it is necessary to have an analysis of the shoe care business model, so it can be designed and also made improvements to the business model.

The design of the *Different Looks* business model in this study is carried out using the *business model canvas* approach. The research begins by conducting a *benchmark* against several shoe care businesses that are already running using data from a literature study to find out the existing business model of the shoe care business. Then, doing *customer profiling* obtained from the interview results, after which an analysis of the business environment is carried out using data from literature studies. And then conducted interviews with business owners to find out the aspirations for his business. After that, a SWOT analysis is carried out to evaluate the strengths, weaknesses, opportunities and threats and also can design a strategy for the proposed business model. After that, the design of the *value proposition* is carried out by the adjustment process between the *value proposition* and the *customer profile*. The results of this study are in the form of a proposed business model with a *business model canvas* approach aimed at *Different Looks*.

Keywords: : *Business Model Canvas*, Environment Analysis, SWOT Analysis, *Value Proposition Canvas*, Shoe Care Services

1. Pendahuluan

Bisnis penjualan sepatu banyak diminati oleh kaum milenial sekarang ini sebagai ajang adu gengsi dengan teman-temannya, pemakaian sehari-hari, dan adapula yang hanya diperuntukan sebagai koleksi dirumahnya. Namun, dalam hal perawatannya sendiri masih banyak yang enggan untuk melaksanakan, dikarenakan kesibukannya masing-masing dan juga keinginan yang lebih praktis dalam hal perawatannya. Oleh karena itu, bisnis perawatan sepatu dapat menjadi opsi untuk menangani permasalahan tersebut. Terdapat artikel yang menyebutkan juga bahwa bisnis tersebut dapat menghasilkan sebesar 5 sampai 8 juta rupiah.

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah adalah usaha produktif yang dimiliki perorangan maupun badan usaha yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro. Di Indonesia, Undang-Undang yang mengatur tentang UMKM adalah Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008. Dalam undang-undang tersebut, pengertian UMKM adalah sebuah perusahaan yang digolongkan sebagai UMKM adalah perusahaan kecil yang dimiliki dan dikelola oleh seseorang atau dimiliki oleh sekelompok kecil orang dengan jumlah kekayaan dan pendapatan tertentu [3].

Different Looks merupakan nama usaha kreatif yang baru didirikan dan bergerak dalam bidang jasa perawatan sepatu. Usaha ini didirikan karena melihat peluang tingginya permintaan pada jasa perawatan sepatu. Pengelola dari usaha ini juga menyebutkan bahwa keinginan untuk mendirikan bisnis dalam bidang perawatan sepatu dikarenakan belum adanya usaha yang sejenis di lingkungan dimana usaha tersebut didirikan.

Sebuah model bisnis menggambarkan tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Manfaat yang diperoleh dengan menggunakan model bisnis ialah memudahkan perencanaan dan pengambilan keputusan di perusahaan untuk melihat hubungan logis antara komponen dalam bisnis sehingga dapat menghasilkan nilai bagi konsumen dan nilai perusahaan, model bisnis dapat digunakan untuk menguji konsistensi hubungan antara komponen-komponennya, model bisnis juga dapat digunakan untuk menguji pasar dan asumsi yang digunakan saat pengembangan bisnis [1].

Business Model Canvas merupakan sebuah manajemen strategi bisnis yang memungkinkan untuk menggambarkan, mendesain, kemudian mengerucutkan beberapa aspek bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh. *Business model canvas* menjelaskan dan menggambarkan tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai dengan menggunakan sembilan blok bangunan. *Business model canvas* digunakan sebagai model bisnis yang paling lengkap pada teori model bisnis yang menempatkan secara rinci mengenai hubungan antara komponen internal dan eksternal organisasi, dan memperlihatkan bagaimana hal tersebut saling berhubungan untuk menciptakan nilai yang dibagikan oleh perusahaan [1].

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Model Bisnis Kanvas

Model Bisnis Kanvas adalah model bisnis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Model Bisnis Kanvas dapat menguraikan suatu konsep yang rumit atau kompleks menjadi lebih sederhana dan juga merupakan sebuah alat bantu untuk menggambarkan, menilai dan mengubah suatu model bisnis. Konsep tersebut akan ditampilkan dalam satu lembar kanvas yang berisi sembilan blok dasar yang menunjukkan logika berpikir bagaimana bisnis dapat berkembang dan menghasilkan keuntungan dengan mempertimbangkan apa saja komponen yang dibutuhkan dalam perencanaan sebuah model bisnis [1].

Alexander Osterwalder (2010) dalam bukunya yang berjudul "Business Model Generation" menjelaskan sebuah kerangka kerja sederhana untuk mempresentasikan elemen – elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis yang disebut *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* sendiri memiliki sembilan blok penting yang mencakup empat bidang utama dalam sebuah bisnis yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelayakan finansial.

2.1.3 Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis merupakan sebuah alat untuk membantu seseorang dalam memetakan kekuatan lingkungan mereka dengan cara yang terstruktur dan nyata. Analisis lingkungan bisnis digunakan untuk meningkatkan kekuatan perusahaan pada lingkungan dan menciptakan pemahaman yang sama antar anggota tim bisnis. Analisis lingkungan bisnis juga dapat mengungkap wawasan, asosiasi, dan pola yang pada akhirnya akan mengarah pada ide model bisnis baru. Analisis lingkungan bisnis tersusun atas empat bidang utama, yang menggambarkan secara luas bagaimana proses didalamnya. Keempat bidang tersebut ialah *key trends*, *market forces*, *macroeconomic forces*, dan *industry forces* [1].

2.1.4 Analisis SWOT

SWOT merupakan metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Metode ini secara umum dapat dibagi ke dalam dua kategori, yaitu faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*), sedangkan faktor eksternal meliputi peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) [2].

2.1.5 Value Proposition Canvas

Value Proposition Canvas merupakan alat untuk menggambarkan bagaimana sebuah produk atau jasa memberikan nilai terhadap pelanggan dengan memahami kebutuhan desain produk dan juga layanan atau jasa yang pelanggan butuhkan. *Value Proposition Canvas* terdiri dari dua bagian yaitu *customer profile* dan *value map*.

Customer profile merupakan bagian yang menggambarkan secara terperinci *customer segment* secara terstruktur dan juga terperinci [2].

3. Metodologi Penelitian

Berikut merupakan sistematika penelitian yang digunakan pada penelitian ini.

1. Perancangan model bisnis terhadap bisnis perawatan sepatu

Proses tersebut dilakukan dengan cara *benchmarking* terhadap bisnis serupa yang sudah berjalan dalam kurun waktu yang cukup lama.

2. Analisis Eksternal

Analisis eksternal didapatkan dengan menggunakan analisis lingkungan bisnis. Analisis lingkungan bisnis digunakan untuk mengetahui pengaruh eksternal perusahaan yang dapat mempengaruhi penentuan strategi usulan model bisnis yang akan dibuat. Analisis eksternal didapatkan menggunakan data sekunder dengan pencarian melalui internet.

3. Aspirasi pemilik bisnis *Different looks*

Analisis ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis yang diinginkan oleh pemilik untuk rencana bisnis yang ia inginkan, analisis ini dilakukan dengan wawancara terhadap pemilik bisnis *Different Looks*.

4. Analisis SWOT dan Perancangan Strategi Bisnis

Analisis SWOT bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang bisa diperoleh dalam bisnis perawatan sepatu. Analisis ini dilakukan dengan cara observasi terhadap konsumen yang telah menggunakan jasa bisnis perawatan sepatu. Setelah itu dilakukan perhitungan pembobotan dan *rating* untuk mengetahui posisi tiap variabel pada kuadran SWOT. Kemudian dilakukan perancangan strategi bisnis yang baik untuk mengembangkan potensi bisnis perawatan sepatu untuk bisnis *Different Looks*.

5. Value Proposition Canvas

Melakukan identifikasi *value proposition canvas* berdasarkan data *customer profile* untuk menggambarkan bagaimana produk atau jasa memberikan nilai terhadap pelanggan dengan memahami layanan yang diinginkan oleh pelanggan

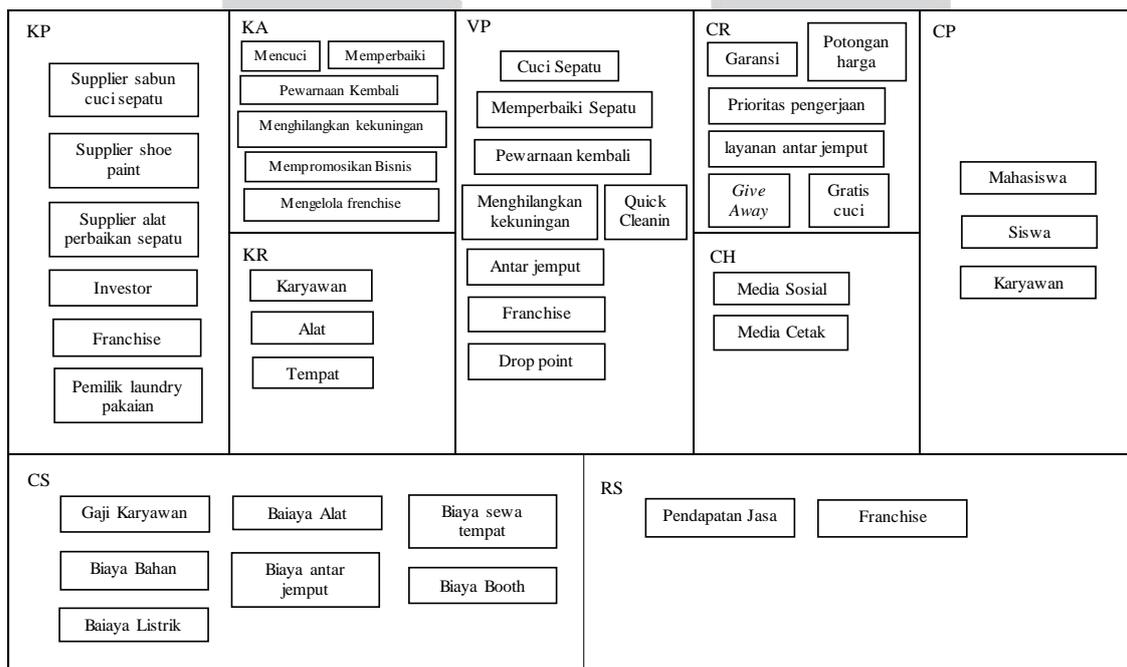
6. Perancangan model bisnis usulan *Different Looks*

Kemudian dilakukan perancangan model bisnis usulan yang dipetakan ke dalam sembilan blok *business model canvas*. Setiap variabel pada tiap blok tersebut ditunjukkan dengan warna yang berbeda untuk mengetahui apakah variabel tersebut mendapatkan usulan untuk diciptakan, ditingkatkan, atau dikurangi.

4. Pembahasan

4.1 Business Model Canvas Saat Ini

Gambar 1 merupakan model bisnis saat ini yang didapatkan dari hasil *benchmark* kepada beberapa bisnis serupa pada jasa perawatan sepatu dan juga dari aspirasi pemilik bisnis *Different Looks*.



Gambar 1 Business Model Canvas Eksisting Bisnis Perawatan Sepatu

Model bisnis yang ditunjukkan Gambar 1 menggambarkan beberapa variabel yang terdapat didalam setiap bloknya. Setiap variabel tersebut didapatkan dari beberapa bisnis yang sebelumnya telah dilakukan *benchmark* dan juga dari hasil aspirasi pemilik bisnis *Different looks* sendiri. Beberapa bisnis yang menjadi objek *benchmark* dan juga aspirasi pemilik bisnis memiliki kesamaan variabel pada setiap blok dan beberapa juga terdapat variabel yang berbeda. Keseluruhan variabel dikumpulkan dan kemudian dijadikan satu bentuk *business model canvas*.

4.2 Analisis Lingkungan Bisnis

1. *Market Forces*

Market Forces memberikan gambaran bagaimana pengaruh kekuatan pasar terhadap lingkungan perusahaan [1]. Tabel 1 menunjukkan hasil pencarian data mengenai pengaruh kekuatan pasar dari bisnis perawatan sepatu.

Tabel 1 Data *Market Forces*

| <i>Market Forces</i> | Keterangan |
|--|--|
| Sepatu menjadi tren <i>fashion</i> dikalangan masyarakat | Isu-isu mengenai tren saat ini yaitu masyarakat yang tengah menggemari sepatu baik dalam penggunaannya maupun sebagai barang koleksi, menjadi sebuah peluang bagi bisnis untuk menjadi tempat yang dapat dipercaya untuk melakukan perawatan sepatu. |
| Pelanggan individu | Segmen pelanggan individu menjadi peluang utama untuk bisnis sebagai tujuan pemasaran dari bisnis tersebut. |
| Perbedaan perlakuan pada berbagai bisnis serupa | Banyaknya bisnis yang serupa menjadikan bisnis harus memiliki perlakuan yang berbeda agar memiliki peluang untuk mendapatkan pelanggan |
| Perlakuan pada perawatan sepatu | Banyaknya jenis sepatu yang berada di masyarakat menjadikan peluang untuk bisnis agar menyediakan berbagai perlakuan dalam melakukan perawatan sepatu |

Pada Tabel 1 menunjukkan data *market forces* yang didapatkan dari hasil pencarian internet, data tersebut memberikan gambaran pengaruh kekuatan pasar terhadap lingkungan bisnis. Variabel dari setiap data merupakan hasil identifikasi masalah utama, segmen pasar utama, kebutuhan pasar, dan daya tarik bisnis.

2. *Industry Forces*

Industry Forces memberikan gambaran pengaruh kekuatan industri terhadap lingkungan perusahaan [1]. Tabel 2 menunjukkan hasil pencarian data mengenai pengaruh kekuatan industri dari bisnis perawatan sepatu.

Tabel 2 Data *Industry Forces*

| <i>Industry Forces</i> | Keterangan |
|---------------------------------|---|
| Pesaing | Pesaing menjadi ancaman bagi bisnis dikarenakan semakin banyak pesaing maka persaingan dalam bisnis tersebut pun akan semakin ketat |
| Produk dan jasa pengganti | Perодук dan jasa pengganti menjadi ancaman bagi bisnis karena pelanggan akan beralih untuk menggunakan jasa pengganti |
| Pemasok dan pelaku rantai nilai | Merupakan bagian yang membantu menopang sebuah bisnis supaya dapat dijalankan dan berkembang menjadi lebih baik |
| <i>Stakeholder</i> | Pihak yang dapat memberi pengaruh terhadap organisasi dan model bisnis perawatan sepatu |

Tabel 2 menunjukkan data *industry forces* yang didapatkan dari hasil pencarian internet, data tersebut memberikan gambaran pengaruh kekuatan industri terhadap lingkungan bisnis. Setiap variabel menunjukkan keterkaitannya terhadap bisnis perawatan sepatu.

3. Key Trends

Key Trends merupakan bagian yang memberikan gambaran pengaruh tren utama terhadap lingkungan perusahaan [1]. Tabel 3 menunjukkan hasil pencarian data mengenai pengaruh tren utama dari bisnis perawatan sepatu.

Tabel 3 Data *Key Trends*

| <i>Key Trends</i> | Keterangan |
|--|--|
| Tren penggunaan sosial media | Tren penggunaan media sosial menjadi sebuah peluang bagi bisnis untuk mempermudah sebagai alat promosi dan juga komunikasi kepada masyarakat sebagai pelanggan |
| Regulasi pemerintah | Regulasi pemerintah menjadi peluang bagi bisnis karena dapat membantu perkembangan dan jalannya bisnis |
| Tren masyarakat Indonesia yang menyukai sepatu untuk digunakan dan dikoleksi | Tren masyarakat Indonesia yang menyukai sepatu untuk digunakan dan dikoleksi menjadi peluang bagi bisnis untuk menawarkan jasa perawatan sepatu dengan berbagai perlakuan khusus untuk berbagai jenis sepatu |
| Tren <i>digital economy</i> | Tren <i>digital economy</i> menjadi peluang bagi bisnis. Saat ini jual beli <i>online</i> sangat digemari oleh masyarakat karena dapat dengan mudah mengakses, tidak memakan banyak waktu, dan juga dapat dilakukan dimana saja dan kapan saja |

Pada Tabel 3 menunjukkan data *key trends* yang didapatkan dari hasil pencarian internet, data tersebut memberikan gambaran pengaruh tren saat ini terhadap lingkungan bisnis. Variabel dari setiap data merupakan hasil identifikasi tren teknologi, tren regulasi, tren sosial, dan tren sosio ekonomi pada bisnis perawatan sepatu.

4. Macro Economic Forces

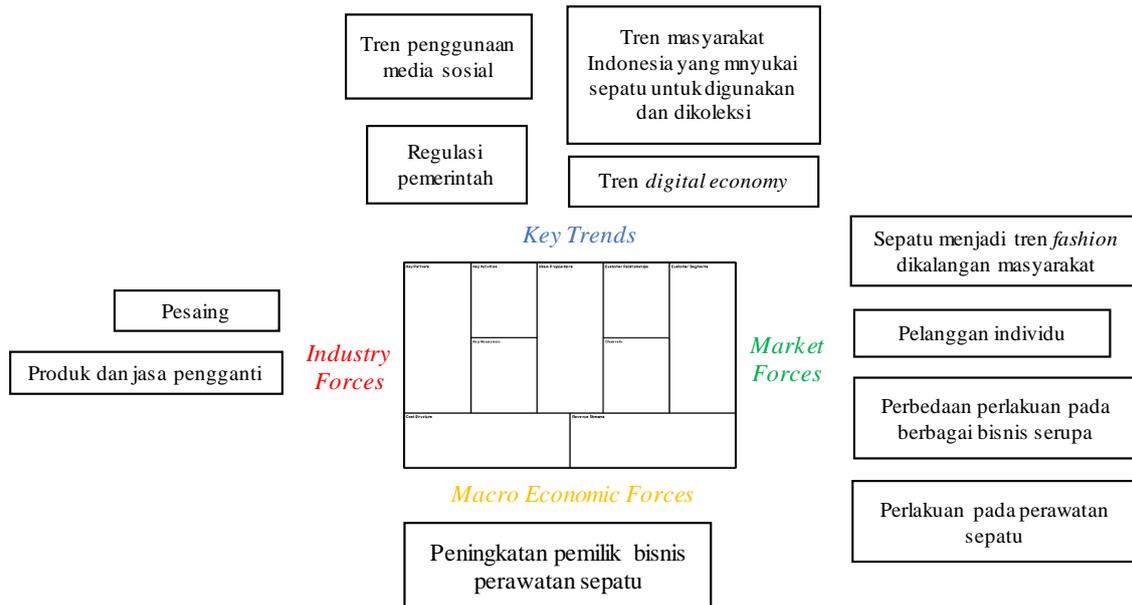
Macroeconomic Forces menggambarkan bagaimana pengaruh ekonomi makro terhadap lingkungan perusahaan [1]. Tabel 4 menunjukkan hasil pencarian data mengenai pengaruh ekonomi makro dari bisnis perawatan sepatu.

Tabel 4 Data *Macro Economic Forces*

| <i>Macro Economic Forces</i> | Keterangan |
|---|--|
| Peningkatan pemilik bisnis perawatan sepatu | Dengan kondisi perkembangan <i>fashion</i> yang terus meningkat, maka akan semakin meningkat pula munculnya bisnis-bisnis perawatan sepatu di Indonesia. Hal tersebut menjadi ancaman bagi bisnis karena dapat menurunkan minat pelanggan terhadap bisnis. |

Pada Tabel 4 menunjukkan data *macro economic forces* yang didapatkan dari hasil pencarian internet, data tersebut memberikan gambaran pengaruh ekonomi makro terhadap lingkungan bisnis. Variabel tersebut menunjukkan garis besar kondisi keseluruhan saat ini dari perspektif ekonomi makro.

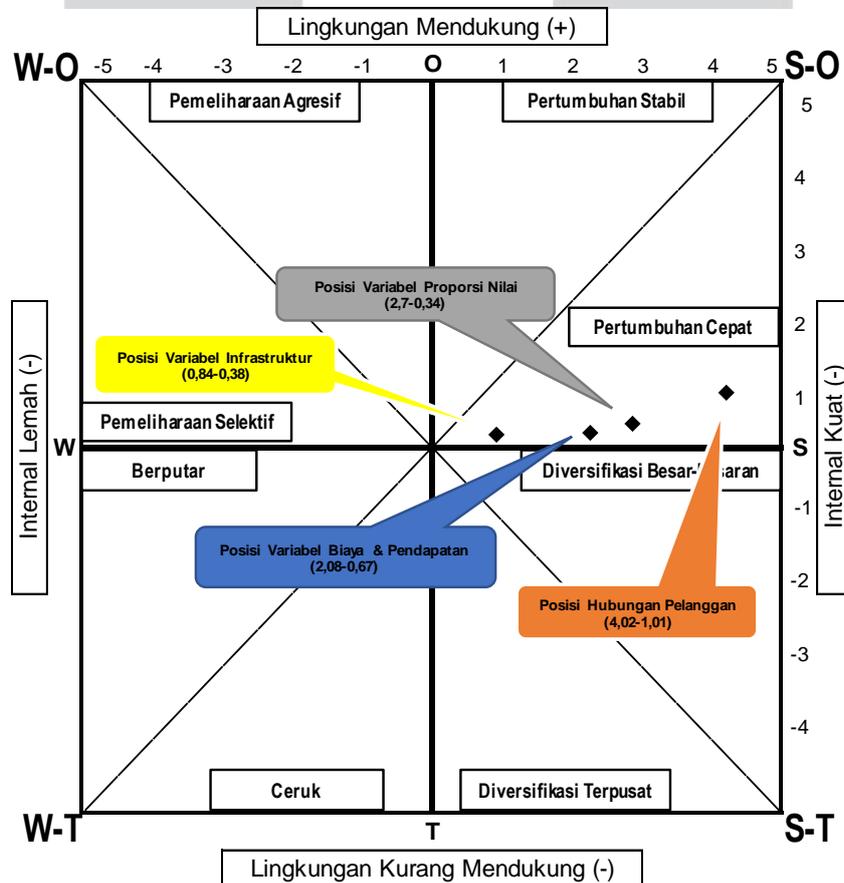
Berdasarkan pengolahan data tersebut, maka dapat diketahui hasil analisis lingkungan bisnis dari bisnis perawatan sepatu yang ditunjukkan pada Gambar 5. Pada Gambar 5, hasil pengolahan data telah dimasukkan ke dalam 4 variabel yang terdapat pada model analisis lingkungan bisnis.



Gambar 2 Hasil Analisis Lingkungan Bisnis

4.3 Analisis SWOT dan Strategi

Berdasarkan hasil pengolahan data kuesioner yang telah dilakukan, Gambar 3 merupakan gambar matriks SWOT yang menjelaskan letak keseluruhan variable pada bisnis perawatan sepatu. Setiap variabel memiliki skor yang berbeda-beda bergantung kepada hasil perhitungan pengolahan data SWOT yang didapatkan.



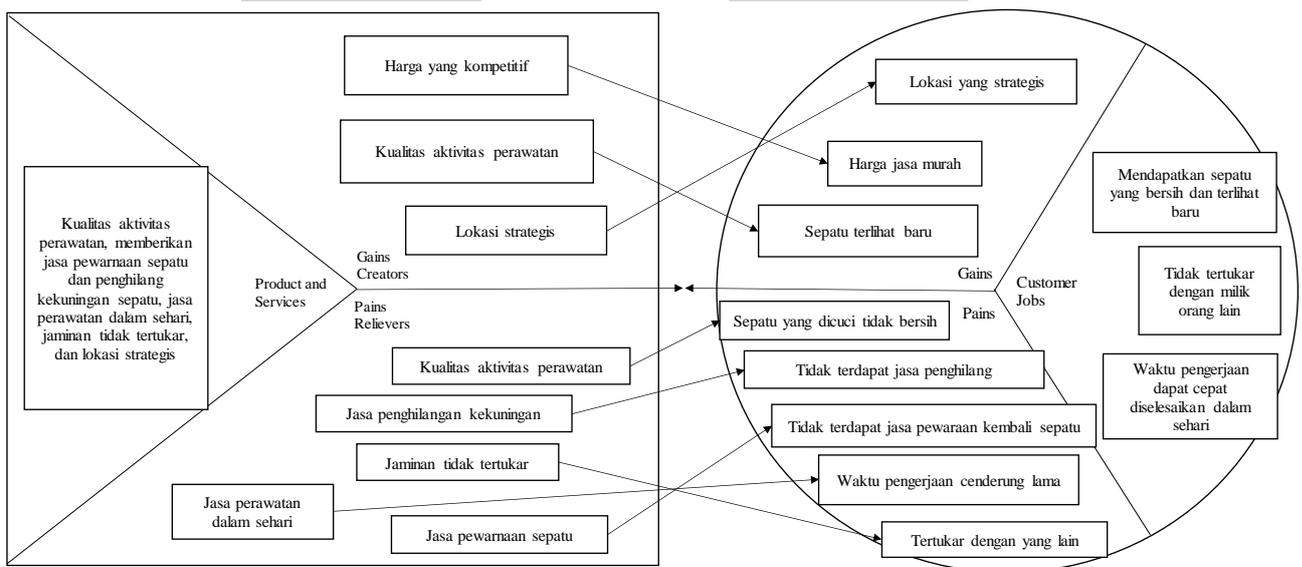
Gambar 3 Matriks Hasil Perhitungan Data SWOT

Berikut ini merupakan hasil analisis SWOT bisnis perawatan sepatu:

- a. **Variabel Value Proposition**
 Variabel proporsi nilai mendapatkan skor untuk sub-variabel *strength and weakness* sebesar 2,70 dan untuk sub-variabel *opportunities and threats* masing-masing sebesar 4,18 dan 3,83 sehingga skor sub-variabel peluang dan ancaman ialah sebesar 0,34. Maka variabel ini berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O). Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh *Different Looks* ialah:
 - Menciptakan *value proposition* baru berupa : layanan konsultasi mengenai perawatan sepatu secara gratis
- b. **Variabel Cost and Revenue**
 Variabel biaya dan pendapatan mendapatkan skor untuk sub-variabel *strength and weakness* sebesar 2,08 dan untuk sub-variabel *opportunities and threats* masing-masing sebesar 4,17 dan 3,51 sehingga skor sub-variabel peluang dan ancaman ialah sebesar 0,67. Maka variabel ini berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O). Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh *Different Looks* ialah:
 - Memberikan harga yang kompetitif dengan pesaing pada bisnis serupa
- c. **Variabel Infrastructure**
 Variabel infrastruktur mendapatkan skor untuk sub-variabel *strength and weakness* sebesar 0,84 dan untuk sub-variabel *opportunities and threats* masing-masing sebesar 3,96 dan 3,58 sehingga skor sub-variabel peluang dan ancaman ialah sebesar 0,38. Maka variabel ini berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O). Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh *Different Looks* ialah:
 - Meningkatkan kegiatan promosi
 - Meningkatkan kualitas kegiatan perawatan
 - Meningkatkan dan memperluas kolaborasi dengan mitra pada bidang jasa *laundry* pakaian
- d. **Variabel Customer Interface**
 Variabel hubungan pelanggan mendapatkan skor untuk sub-variabel *strength and weakness* sebesar 4,02 dan untuk sub-variabel *opportunities and threats* masing-masing sebesar 4,15 dan 3,14 sehingga skor sub-variabel peluang dan ancaman ialah sebesar 1,01. Maka variabel ini berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O). Strategi usulan yang dapat dilakukan oleh *Different Looks* ialah:
 - Menambahkan *channel* baru berupa *digital market place*
 - Meningkatkan promosi lewat media sosial dengan waktu promosi yang konsisten dengan tenggat waktu tertentu

4.4 Fit Customer Profile dengan Value Proposition

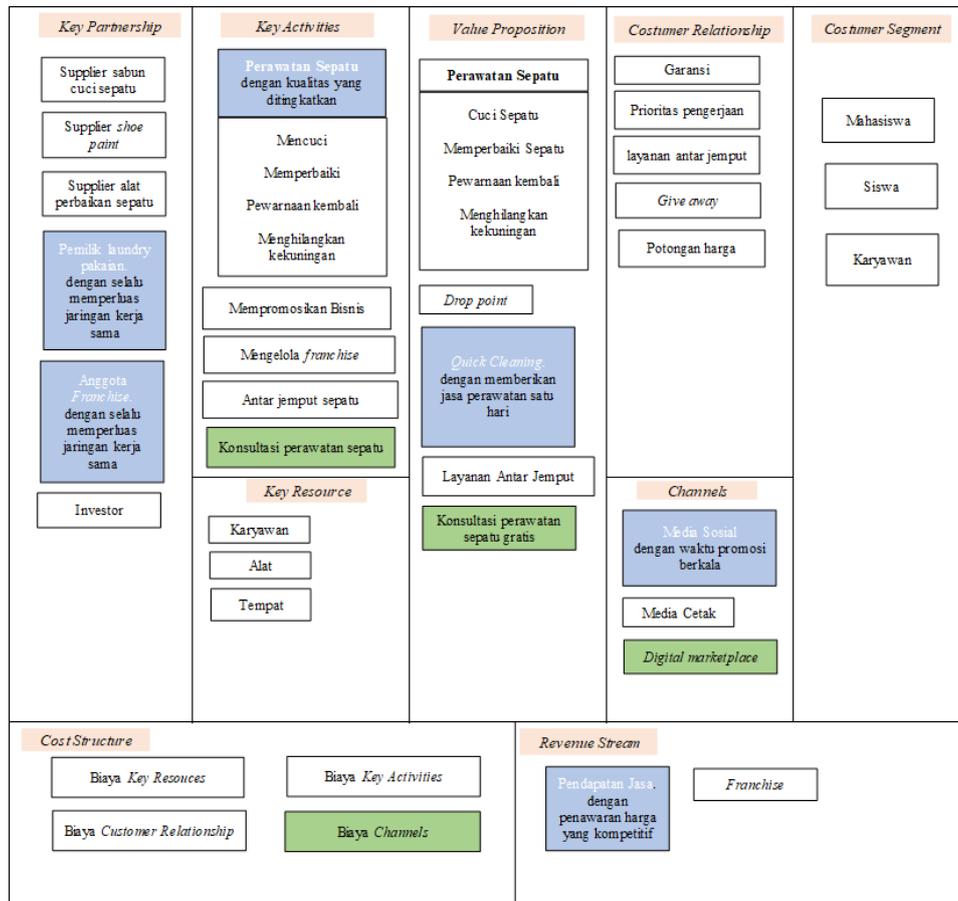
Merupakan gambaran yang menunjukkan kecocokan antara komponen yang terdapat pada *value proposition* dengan komponen yang terdapat pada *customer profile*. Berdasarkan data *value proposition* dan *customer profile*, Gambar 4 merupakan gambar hubungan antara kedua data tersebut dari bisnis perawatan sepatu untuk bisnis *Different Looks*. Variabel pada setiap bagian saling berkaitan satu sama lain, untuk selanjutnya dapat menentukan jasa seperti apa yang akan ditawarkan oleh bisnis *Different Looks* terhadap pelanggannya.



Gambar 4 Fit Customer Profile dengan Value Proposition

4.5 Business Model canvas Usulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis informasi, Gambar 5 merupakan usulan model bisnis *Different Looks* dengan pendekatan *business model canvas*.



Gambar 5 Business Model Canvas Usulan

Keterangan :

- = Diciptakan,
- = Ditingkatkan,
- = Tetap

Variabel pada setiap blok dibedakan ke dalam tiga warna, setiap warna tersebut bertujuan untuk memudahkan mengetahui variabel mana yang mendapatkan usulan untuk ditingkatkan ataupun ditambahkan. Untuk variabel yang berwarna putih menunjukkan bahwa variabel tersebut tidak mendapatkan usulan. Variabel yang berwarna biru menunjukkan bahwa variabel tersebut mendapatkan usulan untuk ditingkatkan, mengacu kepada hasil pengolahan data-data sebelumnya yang berkaitan dengan bisnis perawatan sepatu untuk selanjutnya diberikan kepada bisnis *Different Looks*. Untuk variabel yang berwarna hijau menunjukkan bahwa variabel tersebut merupakan usulan untuk ditambahkan, usulan tersebut didapatkan juga dari hasil pengolahan data sebelumnya yang berkaitan dengan bisnis perawatan sepatu dan juga dalam perkembangannya.

5. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai model bisnis usulan untuk bisnis *Different Looks* dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*. Dalam mengembangkan model bisnis *Different Looks*, peneliti menggunakan pendekatan analisis lingkungan, SWOT, aspirasi pemilik bisnis, *customer profile*, dan *value proposition*. Setelah itu dilakukan perancangan strategi dan menghasilkan *business model canvas* usulan yang dapat digunakan oleh bisnis *Different Looks*. Maka dari itu, kesimpulan dari penelitian yang dilakukan ialah usulan model bisnis sebagai berikut.

- a. *Customer Segment* : Mahasiswa, siswa, dan karyawan
- b. *Value Proposition* : Pelayanan perawatan sepatu yang lengkap
- c. *Channels* : Media sosial, media cetak, *digital marketplace*
- d. *Customer Relationship* : Garansi, prioritas pengerjaan, layanan antar jemput, *give away*, potongan harga
- e. *Revenue Stream* : Pendapatan jasa, *franchise*
- f. *Key Resources* : Karyawan, alat, tempat

- g. *Key Activities* : Perawatan sepatu, mempromosikan bisnis, mengelola *franchise*, antar jemput sepatu, konsultasi perawatan sepatu.
- h. *Key Partnership* : *Supplier* sabun cuci sepatu, *supplier shoe paint*, *supplier* alat perbaikan sepatu, pemilik *laundry* pakaian, *franchise*, investor
- i. *Cost Structure* : Biaya *key resources*, biaya *customer relationship*, biaya *key activities*, biaya *digital marketplace*.

Daftar Pustaka

- [1] Osterwalder, A. &. (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] Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. (2016, Januari 29). Diambil kembali dari kemenperin.go.id: <https://kemenperin.go.id/artikel/14200/Kontribusi-UMKM-Naik>
- [4] Faizal, B. M. (2019). Evaluasi Model Bisnis Kopi Strelep Temanggung Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*.
- [5] Ramadhan, A. D. (2017). Perancangan Model Bisnis R&D *Shining Shoes* Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*.