

PERANCANGAN MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA LIGHTMOS

Fakhri Almi¹, Budi Praptono², Rosad Ma'ali El Hadi³

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

fakhrialmi@student.telkomuniversity.ac.id¹, budipraptono@telkomuniversity.ac.id²,

rosadm@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Lightmos merupakan toko online brand lokal dalam bidang bisnis *clothing*, yang biasanya menjual serta memproduksi pakaian dengan keunikan pada setiap produknya, Lightmos berada di Jakarta Timur, DKI Jakarta. Lightmos memiliki masalah yaitu model bisnis perusahaan yang belum dipetakan. Metode penyelesaian masalah yang digunakan dalam tugas akhir ini adalah metode kualitatif deskriptif. Salah satu metode untuk bisa menggambarkan suatu model bisnis dari perusahaan yaitu dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Dalam mengumpulkan data dilakukan dengan menggunakan metode wawancara dan kuisioner. Pemilihan narasumber dalam tugas akhir ini menggunakan Teknik *purposive sampling*. Hasil akhir dari penelitian ini menunjukkan Lightmos sudah memiliki bisnis model eksisting yang sesuai dengan 9 blok pada *business model canvas*. Setelah mendapatkan model bisnis eksisting, baru mencari data sekunder pada lingkungan model bisnis dan *costumer profile*. Lingkungan model bisnis dan *costumer profile* di analisis menggunakan analisis SWOT sehingga *output* dari tugas akhir ini merupakan usulan model bisnis Lightmos yang dipetakan kedalam 9 blok *business model canvas*.

Kata kunci : *business model canvas*, lingkungan model bisnis, *costumer profile*, SWOT

Abstract

Lightmos is an online store for local brands in the clothing business, which usually sells and produces unique clothing for each product. Lightmos is located in East Jakarta, DKI Jakarta. Lightmos has a problem that is the company's uncharted business model. The problem-solving method used in this final project is a descriptive qualitative method. One method to be able to describe a business model of a company is to use the Business Model Canvas. Collecting data is done by using the method of interviews and questionnaires. The selection of resource persons in this final project uses the purposive sampling technique. The final result of this study shows that Lightmos already has an existing business model that fits the 9 blocks on the business model canvas. After getting the existing business model, then looking for secondary data on the business model environment and customer profile. The business model environment and customer profile are analyzed using SWOT analysis so that the output of this final project is a proposed Lightmos business model which is mapped into 9 business model canvas blocks.

Keywords: *business model canvas*, *business model environment*, *customer profile*, SWOT

1. Pendahuluan [10 pts/Bold]

Menurut Sekretaris Jenderal Kemenperin Haris Munandar beliau mengatakan, “Pengembangan wirausaha baru terutama berfokus pada industri kreatif yang telah mampu memberikan kontribusi besar terhadap PDB dengan mencapai angka 1000 triliun pada tahun 2018. Adapun tiga subsektor yang memberikan pengaruh besar terhadap ekonomi kreatif yaitu industry clothing sebesar 18,15%, industry kriya sebesar 15,70%, serta yang tertinggi yakni industri kuliner sebesar 41,70%. Menurut data yang ada Industri clothing di Indonesia telah menyumbang kontribusi terhadap PDB atau kepanjangan dari Pendapatan Domestik Bruto nasional sebesar 3,76 persen, dengan nilai ekspor pada tahun 2017 mencapai angka yang fantastic yaitu USD 13,29 milyar, telah meningkat 8,7 persen dari tahun sebelumnya (Kemenperin, 2018).

Hal tersebut menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin menyadari keberadaan industri *clothing* dan pentingnya berpenampilan menarik dengan mengikuti tren *clothing* yang sedang berkembang. Jajak Pendapat (Jakpat) melakukan sebuah survei terhadap 1521 responden pada tahun 2015 yang berkaitan dengan ‘*Local brand survey*’. Berdasarkan survei tersebut, sebesar 59,6% diketahui mengikuti perkembangan brand lokal Indonesia dalam dunia fashion, dan sisanya sebesar 40,37% tidak mengikuti perkembangan brand lokal. Besarnya pertumbuhan industri *clothing* di Indonesia membuat banyak anak muda tertarik dan memilih untuk berkarir di bidang ini. Untuk mendorong brand lokal yang agar berkembang pesat dan dengan minat masyarakat yang sedang tinggi akan brand local. Salah satu UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) sebagai sampel penelitian bernama Lightmos.

Lightmos merupakan toko *online* brand lokal dalam bidang bisnis *clothing*, yang biasanya menjual serta memproduksi pakaian dengan keunikan pada setiap produknya. Hal yang mendasari bisnis ini dapat dijalankan adalah melihat dari potensi usaha brand lokal itu sendiri dimana saat ini sedang berkembang. Nama brand “Lightmos”, bergerak pada bidang *clothing* yang masih baru.muncul pada bulan september 2020 ini. Saat ini Lightmos belum memiliki strategi bisnis dalam menjalankan bisnisnya, terlebih dahulu Lightmos membutuhkan pemetaan terhadap model bisnis perusahaan untuk menentukan strategi bisnis perusahaan kedepannya. Hal tersebut dapat dipenuhi dengan melakukan perancangan model bisnis dari Lightmos dengan baik. Dalam merancang model bisnis yang baik, perancangan model bisnis menggunakan *business model canvas* memudahkan para *stakeholder* Lightmos untuk melihat model bisnis dari Lightmos dengan jelas.

Dari uraian diatas maka tulisan ini memiliki tujuan untuk menganalisis proses bisnis yang sudah ada melalui model *Business Model Canvas* eksisting dari Lightmos, mengidentifikasi potensi usaha dengan analisis SWOT pada Lightmos, menganalisis strategi pengembangan model bisnis dari Lightmos dan mengetahui usulan model bisnis Lightmos dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

2. Dasar Teori

2.1 Model Bisnis

Model bisnis merupakan gambaran kerangka kerja yang penting bagi sebuah organisasi atau perusahaan untuk menentukan tujuan dari perusahaan, melihat kelebihan dan kekurangan dari perusahaan, serta memberikan sebuah nilai kepada kostumer agar perusahaan tersebut mendapatkan keuntungan yang optimal. Metode ini digunakan untuk bisa mendapatkan pelanggan, bagaimana memberikan pelayanan kepada pelanggan, dan tentunya bagaimana perusahaan menghasilkan uang.

Model bisnis merupakan gambaran dasar bagaimana sebuah organisasi untuk menciptakan, menghantarkan, dan menangkap sebuah nilai. Model bisnis juga dapat diartikan sebagai suatu formula untuk mendapatkan *profit* yang maksimal (Osterwalder & Pigneur 2010),

2.2 Analisis SWOT

SWOT adalah sebuah tools yang menarik karena kesederhanaanya, namun penggunaannya dapat menyebabkan ketidakjelasan karena keterbukaanya menawarkan sedikit arahan mengenai aspek mana dari sebuah model untuk dianalisis. Ketika SWOT digabungkan dengan *business model canvas*, SWOT memungkinkan penilaian dan evaluasi yang lebih berfokus terhadap model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2010).

2.3 Business Model Canvas

Business Model Canvas atau biasa disebut dengan BMC menurut Osterwalder pada tahun 2012, salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan bahasa untuk memvisualisasikan, menggambarkan, menilai, maupun mengubah suatu model bisnis.

2.4 Lingkungan Model Bisnis

Menurut Pigneur (2012), lingkungan Model Bisnis ialah sebuah gambaran mengenai tentang 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 lebih spesifik dalam menjalankan model bisnis yang dijalankan sehingga pemahaman yang didapatkan menjadi lebih baik.

2. 5 Skala Likert

Skala instrumental yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2015:168) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial yang telah ditetapkan secara spesifik yang disebut sebagai variabel penelitian. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan sebagai titik tolak Bobot Relatif untuk menyusun item-item instrumental yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan.

Tabel 1 Skala Penelitian Likert
(Sumber: Sugioyono (2012))

Skala Pengukuran Skor	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (ST)	4
Cukup	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

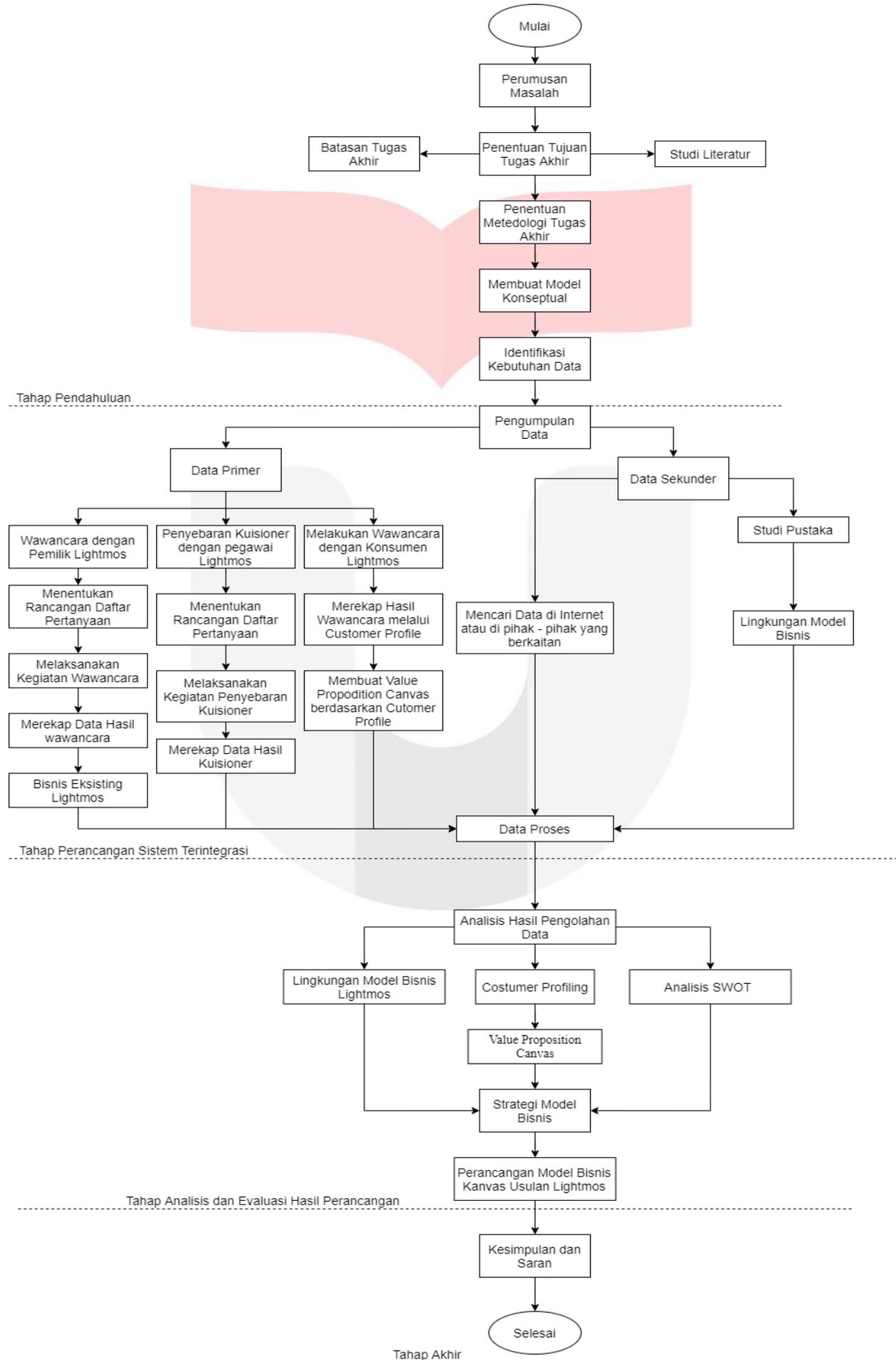
3. Sistematika Penyelesaian Masalah

3.1 Metodologi Tugas Akhir

Tabel 2 Struktur Metodologi Tugas Akhir

Aspek dalam metodologi tugas akhir	Tugas akhir Ini	Deskripsi
Kerangka konseptual	Perancangan model bisnis menggunakan kerangka <i>business model canvas</i>	Pemetaan 9 blok business model canvas untuk merancang model bisnis usulan berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisis
Framework / alur / model teoretis / <i>engineering methodology</i>	<i>Business Model Canvas</i>	Dalam proses perancangan model bisnis mengacu pada pemetaan kerangka 9 blok <i>business model canvas</i> .
Metode pengumpulan data	Studi kasus perusahaan melalui wawancara, observasi, <i>Focus Group Discussion</i> (FGD), studi literatur, kuisisioner.	Pengumpulan data untuk menganalisis model bisnis dan merancang bisnis model usulan.
Metode analisis data dan perancangan sistem	<ul style="list-style-type: none"> Analisis data kualitatif terhadap wawancara, FGD, notes/foto/video hasil observasi Perancangan model bisnis 	<ul style="list-style-type: none"> Data wawancara dan FGD ditranskripsi dan diolah secara kualitatif untuk mengidentifikasi kebutuhan stakeholder. Notes/foto/video (hasil observasi) digunakan untuk membantu akurasi pemodelan proses bisnis.
Tools dalam pemodelan dan pembangunan perangkat lunak	<ul style="list-style-type: none"> Matriks TOWS 	Perancangan strategi model bisnis dilakukan menggunakan analisis SWOT melalui matriks TOWS dengan metode skala Likert. Hasil rancangan strateginya digunakan untuk model bisnis usulan pada perusahaan
Metode verifikasi hasil	<ul style="list-style-type: none"> Verifikasi kebutuhan stakeholder internal perusahaan Lingkungan model bisnis perusahaan Kuisisioner terhadap model bisnis eksisting dan <i>costumer profile</i> 	<ul style="list-style-type: none"> Memperoleh data untuk memetakan pada 9 blok business model canvas dan <i>costumer profile</i> melalui wawancara dan kuisisioner. Hasil strategi sesuai dengan <i>costumer profile</i> dan lingkungan model bisnis Kuisisioner untuk memperoleh data hasil internal perusahaan secara keseluruhan.

3.2 Sistematika Penyelesaian Masalah



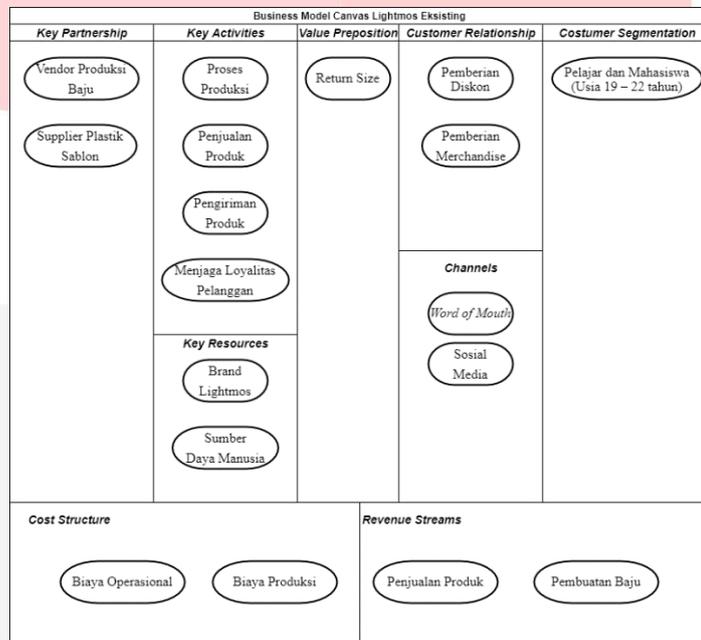
Gambar 2 Sistematika Penyelesaian Masalah

Tahap pendahuluan yang dilakukan dalam tugas akhir ini ialah mengidentifikasi serta merumuskan masalah, batasan masalah dan studi literatur, metodologi penelitian dan metode konseptual. Selanjutnya adalah tahap pengumpulan dan pengolahan data, tahap pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan dalam tugas akhir ini adalah mengidentifikasi kebutuhan data, yang terdiri dari data kondisi awal Lightmos, data *costumer profile* dan data kondisi lingkungan bisnis Lightmos. Setelah data tersebut diidentifikasi, tahap selanjutnya adalah pengumpulan data. Data tersebut dibagi menjadi data primer dan data sekunder, data primer didapatkan dengan melakukan observasi langsung pada perusahaan itu sendiri, sedangkan data sekunder didapatkan dengan melakukan studi literatur. Data ini selanjutnya akan di olah untuk mengetahui perancangan model bisnis dari Lightmos. Tahap perancangan model bisnis yang dilakukan dalam tugas akhir ini adalah merancang model bisnis Lightmos menggunakan kerangka *business model canvas*, selanjutnya akan dilakukan analisis SWOT dengan skala likert untuk mengetahui strategi bisnis dari Lightmos. Setelah mengetahui strategi bisnis usulan dari Lightmos, maka terbentuk usulan model bisnis Lightmos dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Setelah semua tahap dilakukan, lalu masuk pada tahap akhir yaitu tahap kesimpulan dan jua saran dari hasil perancangan model bisnis Lightmos.

4. Perancangan Sistem Terintegrasi

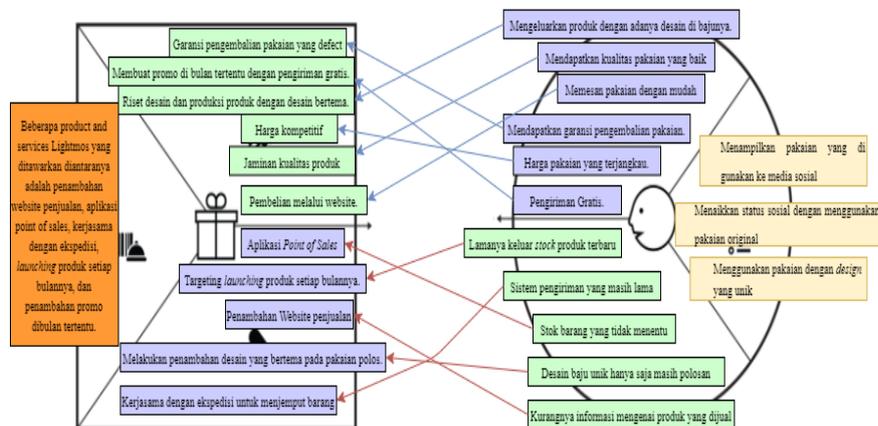
4.1 Business Model Canvas Eksisting

Berikut ini adalah model bisnis eksisting Pasar Kerja yang dipetakan menggunakan kerangka *business model canvas*, data model bisnis ini didapatkan dari wawancara *owner* Lightmos.



Gambar 3 Business Model Canvas Eksisting Lightmos

4.2 Perancangan Value Maps



Gambar 3 Fit Customer Profile Dengan Value Maps Lightmos

4.3 Analisis SWOT

Berikut ini merupakan hasil skor penilaian dari 3 narasumber Lightmos.

Tabel 3 Hasil Skor Kuisisioner SWOT

Skor Interpretasi Model Bisnis Lightmos				
	Proposisi Nilai	Biaya dan Pendekatan	Infrastruktur	Hubungan Pelanggan
Strenght & Weakness	12	9,16	10,14	13
Opportunity	10,3	10,75	10	11,1
Threats	10	10,25	8,5	10,25

Dengan nilai interval sebagai berikut.

Tabel 4 Keterangan Interpretasi Skor

Kategori	Jarak Garis Kontinum Interval
Sangat Rendah	3 - 5,4
Rendah	>5,4 – 7,8
Cukup	>7,8 – 10,2
Tinggi	>10,2 – 12,6
Sangat Tinggi	>12,6 - 15

4.4 Lingkungan Model Bisnis

1. Kekuatan Pasar

Tabel 5 Kekuatan Pasar

Market Forces	Keterangan
Brand Lokal Sebagai Gaya Hidup	Produk lokal jelas lebih mudah didapat dan lebih terjamin dari segi kebersihan maupun kesehatan dan tentunya harganya lebih terjangkau. Sehingga menciptakan <i>opportunities</i> bagi perusahaan brand lokal.
Generasi Milenial yang Memiliki Gaya Hidup Semakin Konsumtif	Perilaku konsumtif yang tinggi dimana lebih mementingkan membeli barang bermerek, mengikuti trend baru, dan lainnya, sehingga dapat menciptakan <i>opportunities</i>
Pemberian diskon maupun promo	UMKM yang merupakan usaha kecil menengah tentu saja cara untuk bisa menggerakkan angka penjualan. Sehingga ini menjadi <i>opportunities</i> bagi perusahaan.
Kemudahan mendapatkan informasi produk di sosial media	Dengan tingginya pengguna sosial media di Indonesia akan menciptakan peluang yang besar bagi usaha brand lokal yang bergerak di bidang pakaian menjadi <i>opportunities</i> .
Akses transaksi digital yang begitu mudah	Transaksi tunai dinilai tidak efektif kedepannya. Maka dengan begitu, diperlukan pemasok produk yang dapat membangun kepercayaan untuk kemudahan bertransaksi. Sehingga ini menjadi <i>opportunities</i> bagi perusahaan.
Keamanan & kenyamanan transaksi untuk membuat timbulnya rasa kepercayaan	Salah satu yang harus dipenuhi adalah garansi keamanan transaksi saat melakukan proses pembelian. Jika perusahaan bisa menghadirkan hal tersebut tentu akan menjadi <i>opportunities</i> bagi perusahaan.

2. Kekuatan Industri

Tabel 6 Kekuatan Industri

Industry Forces	Keterangan
Pesaing	Gambaran pesaing secara umum jika dibandingkan dengan Lightmos adalah dalam hal pemanfaatan teknologi informasi. Pesaing ini merupakan <i>threat</i> yang harus diperhatikan.
Pemasok dan Pelaku Rantai Nilai	Bagian ini akan menjelaskan yang menjadi kunci value chain dalam proses bisnis yang berjalan. Jika pemasok yang dipilih buruk akan menjadi sebuah <i>threat</i> bagi usaha itu sendiri.
Stakeholder	Siapa saja yang mempengaruhi organisasi dan model bisnis. Jika stakeholder yang dipilih buruk akan menjadi <i>threat</i> .

3. Tren Kunci

Tabel 7 Tren Kunci

Key Trends	Keterangan
Metode pembayaran yang terintegrasi langsung ke web melalui digital	Metode pembayaran secara terintegrasi langsung ke web melalui digital biasanya menggunakan metode digital payment dinilai lebih aman jika dibandingkan dengan pembayaran tunai, Hal ini merupakan <i>Opportunities</i> jika diterapkan nantinya.
Go Digital terhadap UMKM	UMKM juga perlu untuk bisa memanfaatkan perubahan ini kearah yang lebih baik dengan memanfaatkan teknologi digital. Teknologi memberikan <i>opportunities</i> bagi pelaku usaha untuk bisa memperluas akses pasar.

4. Kekuatan Ekonomi Makro

Tabel 8 Kekuatan Ekonomi Makro

Kekuatan Ekonomi Makro	Keterangan
Indonesia memiliki potensi untuk menelurkan banyak merek global	Kelas menengah yang tumbuh berhasil di pasar internasional setelah merek lokal membangun citra merek yang kuat di tanah air dengan dukungan populasi besar yang meningkatkan kesadaran gaya hidup konsumen dan penggunaan produk produksi lokal. Hal ini menjadi <i>opportunities</i> bagi perusahaan.
Pasar modal di Indonesia ingin memperluas layanan dan memberikan perlindungan	Dengan adanya perluasan variasi dan layanan produk pasar modal diharapkan dapat meningkatkan kualitas dan kuantitas perusahaan yang mendapatkan suntikan dana dari investor. Hal ini menjadi <i>opportunities</i> bagi perusahaan.
Komoditas Ekspor	Bahan baku ini merupakan aset yang berharga dan tak tergantikan serta berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi negara. Komoditas menyumbang sekitar 60% dari total ekspor Indonesia. Hal ini menjadi <i>opportunities</i> bagi perusahaan.

5. Analisa Dan Evaluasi Hasil Perancangan

5.1 Matriks TOWS

Tahapan dalam perancangan strategi untuk meningkatkan daya saing Lightmos ini dirumuskan berdasarkan hasil analisis SWOT, lingkungan model bisnis, serta value maps berdasarkan customer profile. Berikut ialah strategi usulan yang dapat Lightmos terapkan dalam model bisnis Lightmos untuk meningkatkan daya saing di industri arang antara lain yaitu:

- Kerjasama dengan mitra untuk kolaborasi brand dan memangsa market baru (S4 + S5 + O4 + O5).
- Membuat Website produk dan penjualan (S1 + S3 + O5 + O6).
- Membuka Toko Offline (S5 + S4 + O7).
- Meningkatkan keuntungan margin yang besar dengan menggunakan sumber daya yang lebih murah (W1 + O5).
- Melakukan benchmarking dengan usaha sejenis (W3 + W4 + O4).
- Melakukan pemasaran melalui digital Marketing Video (W2 + O1 + O6).
- Menawarkan harga, diskon, cashback sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan (S1 + S4 + T1 + T4).
- Menambahkan layanan digital payment. (S2 + S5 + T1 + T2).
- Melakukan riset desain produk dan membuat unik produk (W1 + W2 + T1 + T2).
- Melakukan Kerjasama dengan beberapa marketplace untuk meningkatkan volume penjualan (W1 + W2 + W4 + T2 + T4).

5.2 Business Model Canvas Usulan Lightmos



Gambar 4 Business Model Canvas Usulan

6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan pada tugas akhir ini ialah pada *business model canvas* usulan Lightmos terdapat 8 blok yang di usulkan untuk di tambah ke dalam 9 blok business model canvas eksisting yaitu terdapat:

- Customer Relationship* : Cashback, Garansi Pengembalian, *Digital Payment*
- Channels* : Website Produk, Pemasaran *Digital Marketing*
- Value Proposition* : Aplikasi *Point of Sales* dan Website Penjualan
- Key Activities* : Kolaborasi dengan brand sejenis, dan *Benchmarking*
- Key Resources* : Membuka Toko *Offline*
- Key Partnership* : Kerjasama dengan perusahaan ekspedisi, Kerjasama dengan Marketplace, dan Supplier Bahan
- Cost Structure* : Biaya Website
- Revenue Stream* : Penjualan *Offline*

Berikut merupakan saran yang dapat diterima oleh Lightmos dalam menjalankan bisnis *clothing*.

- Pada penelitian kali ini hanya sekedar menghasilkan usulan strategi pengembangan bisnis. Sehingga diharapkan Lightmos dapat mengimplementasikan hasil penelitian seperti pembuatan website penjualan dan produk, Membuka toko offline, Digital Payment, Pemasaran Digital Marketing, Benchmarking, dan lainnya.
- Perlu adanya penelitian lebih lanjut mengenai pembuatan website produk dan penjualan yang merupakan salah satu usulan dari strategi pengembangan bisnis Lightmos.

Referensi

- [1] Fritscher, B. (2014). *Visualizing Business Model Evolution with the Business Model Canvas: Concept and Tool*.
- [2] Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- [3] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation: a Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons
- [4] Sugiyono, S. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.