

# Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Dalam Upaya Mencapai Keunggulan Bersaing Pada Usaha Win's Gokil

1<sup>st</sup> Andrie Putra Fachreza  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
andreputraaa@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Budi Praptono  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
budipraptono@telkomuniversity.ac.id

3<sup>rd</sup> Isnaeni Yuli Arini  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
isnaeniya@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak** - Usaha Win's Gokil merupakan Usaha Mikro yang bergerak dibidang gosok pakaian kiloan yang memiliki pegawai. Usaha gosok kiloan ini dikenal dengan Win's Gokil yang telah berdiri dibulan Agustus 2019. Win's Gokil menjalankan usahanya di sebuah rumah yang terletak di Pondok Ungu Permai Blok C23 No 4 Kaliabang Tengah Bekasi Utara. Pelanggan pada Win's Gokil rata-rata seorang ibu yang bekerja sebagai karyawan yang tidak memiliki waktu untuk menggosok. Pertumbuhan bisnis laundry yang cepat telah menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Sehingga mengakibatkan beberapa pebisnis usaha laundry yang ada mulai tersaingi bahkan sampai banting stir beralih ke usaha lainnya. Pada penelitian ini, penulis mengkaji permasalahan yang ada yaitu bagaimana strategi pengembangan bisnis pada Win's Gokil agar usaha tersebut dapat terus bersaing dengan kompetitor lainnya. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Objek dari penelitian ini usaha bernama Win's Gokil. Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui model bisnis yang baru berdasarkan pendekatan Business Model Canvas, kemudian dianalisa menggunakan analisis SWOT. Terdapat sebuah gambaran Business Model Canvas yang dipetakan dalam sembilan blok yaitu Value Propositions, Customer Segment, Channel, Customer Relations, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships dan Cost Structure.

**Kata kunci:** win's gokil, business model canvas, swot

## I. PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan strategis dalam pembangunan ekonomi

nasional karena tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga pemerataan hasil pembangunan (Amalia et al. 2019). Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keberadaan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengurangi pengangguran, hal ini disebabkan tenaga kerja tidak terserap dalam angkatan kerja. Namun, UKM juga memiliki kelemahan dalam mengumpulkan informasi yang diyakini berhubungan langsung dengan faktor internal.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga terbukti menjadi pilar ekonomi yang kuat (Kementerian Keuangan, 2015). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian. Berdasarkan data BPS Tahun 2014, jumlah UKM di Indonesia sebanyak 57,89 juta unit atau 99,99 persen dari total jumlah pengusaha nasional, pangsa UKM dalam kesempatan kerja sebesar 96,99 persen, dan pembentukan PDB sebesar 60,34 persen. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai jumlah UKM terbesar di dunia (Andry, 2016). Dengan perkembangan pesat yang terjadi pada UMKM pada saat ini UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi (Darwanto, 2013). Hal ini perlu dilakukan oleh UMKM sebagai upaya dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas agar dapat bertahan dan bersaing karena UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan

Laundry adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa laundry dan setrika. Laundry juga dapat diartikan sebagai kegiatan mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya dan juga sebagai tempat untuk mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya (Samosir, 2014).

## 2 Jurnal Tugas Akhir

Usaha Win's Gokil merupakan Usaha Mikro yang bergerak dibidang gosok pakaian kiloan, dikarenakan usaha Win's Gokil memiliki pendapatan dibawah Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta) dan memiliki pegawai dibawah 5 orang maka dikategorikan sebagai usaha mikro kecil. Win's Gokil telah berdiri dibulan Agustus 2019, Win's Gokil menggunakan sistem *online service* yang dimana para pelanggan harus mengontak pihak Win's Gokil terlebih dahulu agar pakaian yang akan digosok dapat diambil. Win's Gokil menjalankan usahanya di sebuah rumah yang terletak di Pondok Ungu Permai Blok C23 No 4 Kaliabang Tengah Bekasi Utara.



Menurut data pendapatan pada Win's gokil dari Tahun 2019 hingga 2022, pendapatan yang paling baik atau paling besar yang dihasilkan pada tahun 2021 sebesar Rp 31.000.000,00. Namun berdasarkan data grafik pendapatan yang dihasilkan oleh Win's gokil pada tahun 2019 sampai 2022, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat penurunan penghasilan pada tahun 2022 dikarenakan kompetitor yang tinggi. Usaha Win's gokil sudah melakukan berbagai macam pemasaran diantaranya adalah *mouth to mouth* dan penyebaran brosur.

## II. ANALISIS SWOT

Menurut *Osterwalder & Pigneur* (2012), SWOT merupakan metode yang berfungsi sebagai alat untuk merumuskan strategi manajemen perusahaan. Pendekatan ini bertujuan untuk menyeimbangkan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan dengan peluang dan ancaman di lingkungan eksternal perusahaan. Menurut Freddy Rangkuti (2014), SWOT berarti lingkungan kekuatan dan kelemahan internal dan lingkungan eksternal peluang dan ancaman yang dihadapi dunia usaha. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal Peluang (Opportunities), Ancaman (Threats) dengan faktor internal Kekuatan (Strengths), dan Kelemahan (Weaknesses).

### A. Metode Penelitian

Pemilihan teori menjadi aspek yang sangat penting dalam melakukan penelitian, pemilihan teori yang sesuai dapat memudahkan pengolahan data dan menyelesaikan permasalahan. Sebaliknya, pemilihan

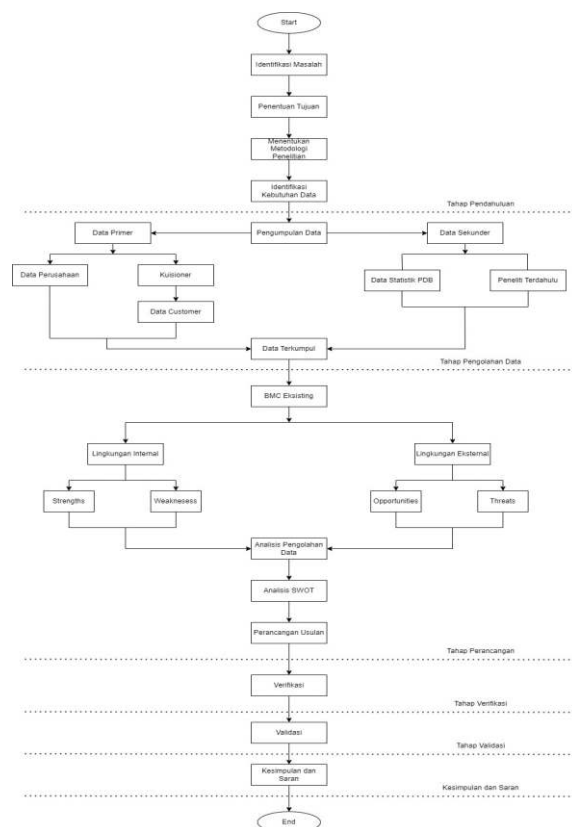
teori yang tidak sesuai akan menyulitkan dalam mengolah data yang ada serta tidak akan menyelesaikan permasalahan yang ada. Telah dilakukan analisis berdasarkan permasalahan yang dihadapi menggunakan fish bone diagram. Oleh karena itu, dipilihlah metode *Business Model Canvas* (BMC) sebagai penunjang untuk menyelesaikan permasalahan yang ada pada Win's Gokil.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif merupakan penelitian terhadap status, sikap, pendapat kelompok individu, perangkat kondisi dan prosedur, suatu sistem pemikiran atau peristiwa dalam rangka membuat deskripsi atau gambaran secara sistematis dan analitis yang dapat digunakan untuk memecahkan suatu masalah pada masa kini (Suprpto, 2013). Jenis data kualitatif adalah data yang dinyatakan berupa kalimat yang menjelaskan suatu peristiwa atau kegiatan dan bukan dalam bentuk angka atau bilangan (Moleong, 2014).

### B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian adalah pemilik bisnis usaha Win's Gokil. Objek penelitian adalah mendeskripsikan model bisnis usaha Win's Gokil saat ini dengan menggunakan metode Business Model Canvas, kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis SWOT.

## III. PENDEKATAN PEMECAHAN MASALAH



Sistematika perancangan merupakan penjabaran tahapan-tahapan perancangan penelitian yang

dirangkai menggunakan metode pemodelan sistematis dan terencana. Tahapan dalam karya ilmiah ini terdiri dari 6 tahapan yang dimulai dari tahap pendahuluan, tahap pengolahan data, tahap perancangan, tahap verifikasi, tahap validasi, serta yang terakhir tahap kesimpulan dan saran.

#### A. Batasan dan Asumsi Tugas Akhir

Batasan dan Asumsi Tugas Akhir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Rancangan pada penelitian ini hanya terbatas pada perbaikan BMC usulan dan tidak sampai implementasi.

### IV. PENGUMPULAN DATA

Pengumpulan data merupakan pencarian subjek terhadap informasi yang digunakan untuk menjawab permasalahan penelitian. Pengumpulan data dilakukan untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dalam memenuhi penelitian yang dilakukan. Terdapat data wawancara, data konsumen dan data lingkungan yang berkaitan dengan usaha Win's Gokil. Data wawancara didapatkan dari wawancara langsung bersama owner Win's Gokil. Data konsumen didapatkan dari hasil penyebaran kuesioner ke konsumen melalui *Google Form*. Untuk data lingkungan didapatkan dari hasil studi literatur.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha Win's Gokil maka diperoleh data-dat sebagai berikut.

1. *Customer Segment*
  - a. Siapa saja pelanggan dari usaha Win's Gokil?
  - b. Siapa saja target pelanggan dari usaha Win's Gokil?
2. *Value Proposition*
  - a. Nilai-nilai apa saja yang disediakan oleh usaha Win's Gokil untuk pelanggan?
3. *Channels*
  - b. Bagaimana cara usaha Win's Gokil mempromosikan ke pelanggan?
4. *Customer Relationship*
  - c. Bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan pelanggan?
  - d. Bagaimana cara menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan?
5. *Revenue Streams*
  - e. Apa saja hasil yang didapatkan dari usaha Win's Gokil?
6. *Key Resources*
  - f. Sumber daya apa saja yang dimiliki usaha Win's Gokil
7. *Key Activities*
  - g. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh tenaga kerja usaha Win's Gokil
8. *Key Partners*
  - h. Siapa saja partner yang menunjang usaha Win's Gokil?
9. *Cost Structure*

- i. Apa saja biaya yang dikeluarkan untuk usaha Win's Gokil?

### V. VERIFIKASI HASIL RANCANGAN

Verifikasi hasil rancangan merupakan tahap akhir dari hasil desain *Business Model Canvas* yang diimplementasikan dengan cara mendiskusikan hasil desain *Business Model Canvas* dengan pemilik usaha Win's Gokil. Data model bisnis model *eksisting*, *customer profile*, *business model canvas environment*, analisis SWOT, *fit customer profile* dan *value maps* diproses dan diperoleh hasil dari model bisnis yang diusulkan. Berdasarkan hasil perancangan model bisnis Win's Gokil dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* disimpulkan bahwa hasil perancangan dianggap cukup sesuai dengan hubungan kesembilan blok elemen model bisnis dan tidak ada perubahan serta keterkaitan antara kesembilan model bisnis tersebut.

#### A. Validasi Hasil Rancangan

Validasi hasil rancangan business model canvas yang diusulkan divalidasi melalui diskusi dengan tim usaha Win's Gokil. Diskusi dilakukan untuk menyampaikan hasil desain business model canvas yang diusulkan dan untuk mengetahui *feedback* yang akan diberikan oleh usaha Win's Gokil. *Feedback* ini terutama berkaitan dengan kelayakan model bisnis baru yang diajukan peneliti berupa penambahan atau pengembangan seperti media sosial dan penambahan tenaga kerja.

#### B. Analisis dan Rencana Hasil

Usaha Win's Gokil dapat menerapkan atau mengimplementasikan model bisnis yang diusulkan secara perlahan dan bertahap. Mulai dari yang sederhana dulu yaitu penambahan personil baru di bidang pemasaran dan manajemen, pengembangan media sosial dan promosi media sosial di WhatsApp dan Instagram dll, sehingga nantinya upaya Win's Gokil dapat memastikan model bisnis yang diusulkan perlahan diterapkan dan kemudian dapat berfungsi secara keseluruhan, sehingga peneliti dapat berpartisipasi dalam pengembangan usaha. Oleh karena itu, usaha yang dijalankan oleh Win's Gokil diharapkan mampu bersaing dan bertahan dengan para pesaing bisnis Win's Gokil.

### VI. KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Terdapat model bisnis usaha Win's Gokil usulan yang ditambahkan dan diperlukan beberapa perbaikan pada model bisnis usaha Win's Gokil *eksisting*.

#### B. Saran

Diharapkan usaha Win's Gokil dapat mengimplementasikan hasil rancangan model bisnis baru yang telah dilakukan oleh peneliti. Hal tersebut

#### 4 Jurnal Tugas Akhir

dapat membuat usaha Win's Gokil dapat terus berkembang dan meningkatkan usahanya serta bersaing dengan *competitor*. Selain itu, usaha Win's Gokil dapat menghilangkan ketergantungan pemasok dengan mencari alternatif solusi pemasok baru atau bekerja sama dengan baik dengan pemasok sebelumnya.

#### REFERENSI

- A. William. 2001. Ekonomi Mikro. Jakarta : Raja Grafindo.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. Service, Quality Satisfaction. Jogjakarta: Andi Offset.
- Fandy Tjiptono, Pemasaran Jasa, Penerbit Banyumedia Publishing, Jawa Timur 2017
- Fandy Tjiptono, Manajemen Pemasaran Jasa, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta 2017
- Husein Umar. (2001). Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Umar, Husein Umar. 2001. Strategic Management InAction. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- J.Moleong, Lexy.2014. Metode Penelitian Kualitatif, Edisi Revisi. PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Kotler, P. (2001). Manajemen Pemasaran dengan Pemasaran Efektif dan Profitable, Cetakan Kedua. Jakarta: Gramedia Pusat Utama
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). Manajemen Pemasaran (Jilid 2, Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Lubis, Z., Mauladi, K. F., & Irawan, M. R. N. (2020). Penentuan Strategi Pemasaran Dalam Mempertahankan Eksistensi Dan Mengadapi Persaingan (Studi Kasus Pada Gemilang Art Glass Di Modo). Media Mahardhika, 19(1), 59-70.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1). John Wiley & Sons.
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. (2010). Business Model Generation. John Willey & Sons, Hoboken – NJ
- Osterwalder, A., & Yves, P. (2012). Business Model Generation. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). Value proposition design: How to create products and services customers want (Vol. 2). John Wiley & Sons.
- Puntoadi, Danis, 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media, PT Elex Komputindo, Jakarta
- Rahma, Eva Seila, 2007, Analisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli dan berdampak pada keputusan pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis. Universitas Diponegoro
- Rangkuti, Freddy. (2014). Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, F. (2014). Analisis SWOT: Cara Perhitungan Bobot, Rating, dan OCAI. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Schiffman, Leon, & Kanuk, Leslie Lazar. 2007. Consumer Behaviour 7 th. Edition. (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.
- Tambunan, T. (2009). UMKM di Indonesia.
- Tjiptono, Fandy., 2010, Strategi Pemasaran. Jogjakarta: Penerbit Andi.