

PERANCANGAN MODEL BISNIS ARCANA BATIK DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

DESIGN OF ARCANA BATIK BUSINESS MODEL USING CANVAS BUSINESS MODEL APPROACH

Muhammad Fahmi Siregar¹, Ir. Budi Praptono, M.M² dan Wawan Tripiawan, S.T., M.T³

^{1,2,3} Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, ³ Universitas Telkom

¹Mhdfahmisrg@gmail.com, ² budipraptono@telkomuniversity.ac.id,

³wawantripiawan@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Arcana batik merupakan salah satu dari umk yang ada di Jawa Barat. Produk yang ditawarkan adalah konsep fesyen modern yang dipadukan dengan pakaian traditional. Arcana Batik ingin mengubah mindset para konsumennya jika batik hanya digunakan untuk acara acara tertentu. Arcana batik belum melakukan perencanaan bisnis yang dimiliki dengan baik. Kekurangan yang dimiliki Arcana Batik saat ini adalah belum dilakukannya pemetaan model bisnis secara terstruktur. Hal ini menyebabkan Arcana Batik tidak mampu memprediksi pengaruh yang ditimbulkan akibat faktor internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang tepat agar visi& misi Arcana Batik tercapai. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui usulan rancangan model bisnis yang sesuai dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Dengan pendekatan kanvas, model bisnis ditampilkan dalam satu lembar kanvas, berisi peta sembilan elemen (kotak). Analisis SWOT adalah suatu metode penyusunan strategi UKM atau organisasi yang bersifat satu unit bisnis tunggal. Hasil penelitian berupa 9 blok bangunan atau disebut juga model bisnis kanvas pada bisnis Arcana batik. Model bisnis yang dirancang dan diteliti hanya sebuah ide dan rancangan yang diharapkan dapat diimplementasikan sebagai bentuk bisnis baru. Sehingga dibutuhkan persiapan serta pengawasan lebih lanjut saat penerapan ide tersebut dilakukan.

Kata Kunci: *Arcana batik, Business Model Canvas, SWOT*

Abstract

Arcana Batik is one of the umk in West Java. The product offered is a modern fashion concept combined with traditional clothing. Arcana Batik wants to change the mindset of its customers if batik is only used for certain events. Batik Arcana has not done a well-planned business plan. The disadvantages of Arcana Batik at this time were that there was no structured mapping of business models. This causes the Arcana Batik not able to predict the effects caused by internal and external factors of the company. Therefore, proper analysis is needed so that the vision and mission of the Arcana Batik is achieved. The purpose of this study is to find out the proposed design of the appropriate business model using Business Model Canvas. With the canvas approach, the business model is displayed on one canvas sheet, containing a map of nine elements (boxes). SWOT analysis is a method of structuring SME strategies or organizations that are a single business unit. The results of the research are 9 building blocks or also called canvas business models in the batik Arcana business. The business model designed and researched is only an idea and design that is expected to be implemented as a new form of business. So that further preparation and supervision is needed when implementing the idea.

Keywords : *Arcana batik, Business Model Canvas, SWOT*

I. PENDAHULUAN

Di Jawa Barat, Pengusaha UMK yang menyatakan bahwa usaha mereka akan lebih baik di masa mendatang ada sekitar 42 persen. Agar kondisi bisnis ke depan menjadi lebih baik, tentunya diperlukan upaya untuk mengurangi kendala yang dihadapi. Menurut data hasil Kementerian Perindustrian Indonesia nilai ekspor batik dan produk batik sampai Oktober 2017 mencapai USD51,15 juta atau naik dari capaian semester I tahun 2017 sebesar USD39,4 juta. Arcana batik merupakan salah satu dari umk yang ada di Jawa Barat. Produk yang ditawarkan adalah konsep fesyen modern yang dipadukan dengan pakaian traditional.

Arcana batik adalah lahir dari Founder yang menyukai warisan leluhur budaya Indonesia yaitu batik. Pada saat sekarang ini dunia fashion telah tumbuh memasuki era baru dengan berbagai style yang masuk ke Indonesia baik lokal maupun style dari luar negeri. Dengan ini Founder sepakat untuk menciptakan sebuah produk yang menjunjung tinggi budaya Indonesia namun dikombinasikan dengan *Modern Style* untuk merangsang generasi muda agar tetap melestarikan budaya Indonesia. Arcana Batik ingin mengubah mindset para konsumennya jika batik hanya digunakan untuk acara acara tertentu. Arcana Batik tidak bergerak sendirian dibidang ini. tingginya

tingkat persaingan disegmen ini membawa pengaruh besar terhadap bisnis dari Arcana Batik. Arcana Batik tidak bergerak sendirian dibidang ini. tingginya tingkat persaingan disegmen ini membawa pengaruh besar terhadap bisnis dari Arcana Batik.

Arcana batik belum melakukan perencanaan bisnis yang dimiliki dengan baik. Kekurangan yang dimiliki Arcana Batik saat ini adalah belum dilakukannya pemetaan model bisnis secara terstruktur. Hal ini menyebabkan Arcana Batik tidak mampu memprediksi pengaruh yang ditimbulkan akibat faktor internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang tepat agar visi&misi Arcana Batik tercapai. *Business Model Canvas* adalah Model bisnis yang merupakan rencana bisnis yang formatnya dirancang secara inovatif sehingga menjadi hanya satu halaman. Rencana bisnis dibagi menjadi sembilan blok dan masing-masing berisi elemen-elemen esensial untuk merencanakan perintisan ataupun pengembangan bisnis yang meliputi sembilan elemen penting dalam sebuah kegiatan bisnis yang meliputi *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resource, key partners, key activities* dan *cost structure*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Entrepreneurship

Menurut Marlo (2013:5) menjelaskan bahwa *entrepreneurship* adalah kemampuan seseorang untuk peka terhadap peluang dan memanfaatkan peluang tersebut untuk melakukan perubahan dari sistem yang ada. Dalam dunia *entrepreneurship*, peluang adalah kesempatan untuk mewujudkan atau melaksanakan suatu usaha dengan tetap memperhitungkan resiko yang dihadapi.

B. Manajemen Strategi

Manajemen strategi berupa seperangkat keputusan dan tindakan yang menghasilkan rancangan strategi untuk mencapai tujuan yang dimiliki oleh suatu organisasi. Manajemen strategi di dalam organisasi menjadi hal yang penting karena menjelaskan rencana yang telah dirancang oleh suatu organisasi untuk meraih tujuan melalui satu keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi dari rencana yang telah dibuat (Pearce & Robinson, 2008:3).

C. Business Model Canvas

Sejak munculnya praktik *e-commerce*, model bisnis menjadi salah satu konsep yang paling menonjol di antara konsep-konsep manajemen yang lain. Hadirnya *e-commerce* membuat para praktisi bisnis mengubah total model bisnis lama menjadi model bisnis baru yang lebih sesuai. Penyebab utama kepopuleran model bisnis adalah karena ditengarai banyak organisasi yang tumbuh pesat karena kemampuannya menciptakan model bisnis yang tepat. Dengan pendekatan kanvas, model bisnis ditampilkan dalam satu lembar kanvas, berisi peta sembilan elemen (kotak). Elemen dalam *Business Model Canvas* mencakup *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure*. Untuk menyusun model bisnis menggunakan pendekatan ini dimulai dari *Customer Segment*, diikuti dengan *Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structure*.

D. Segmentasi Pasar

Dalam buku Manajemen Pemasaran, Assauri (2013) membagi segmentasi menjadi empat variabel segmentasi utama bagi konsumen. Variabel segmentasi yang umum digunakan adalah variabel geografis, demografis, psikografis, dan perilaku.

E. Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*)

Analisis SWOT adalah suatu metode penyusunan strategi UKM atau organisasi yang bersifat satu unit bisnis tunggal. SWOT itu sendiri merupakan singkatan dari *Strengths (S), Weaknesses (W), Opportunities (O), dan Threats (T)* yang artinya kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman atau kendala, dimana yang secara sistematis dapat membantu dalam mengidentifikasi faktor-faktor luar (O dan T) dan faktor didalam UKM (S dan W). Kata-kata tersebut dipakai dalam usaha penyusunan suatu rencana matang untuk mencapai tujuan baik untuk jangka pendek maupun jangka panjang. Berikut merupakan pengertian menurut salah satu pakar SWOT Indonesia, yaitu Fredy Rangkuti (2014): "Analisa SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi UKM. Analisa ini didasarkan pada hubungan atau interaksi antara unsur-unsur internal, yaitu kekuatan dan kelemahan, terhadap unsur-unsur eksternal yaitu peluang dan ancaman". Analisis SWOT dilakukan dengan menganalisis 4 variabel yaitu *Strength dan Weakness, Opportunity, dan Threat* dimana masing-masing variabel memiliki 4 dimensi yang dijadikan sub-variabel yang diperoleh dalam buku *Business Model Generation* oleh Osterwalder dan Pigneur (2012:217-23). 4 dimensi tersebut terdiri atas proposisi nilai, biaya dan pendapatan, infrastruktur yang terdiri dari *key Resource, key activity, dan key partnership, cost structure, value proposition* serta hubungan pelanggan yang terdiri pada aspek *customer segment, channel, dan customer relationship*.

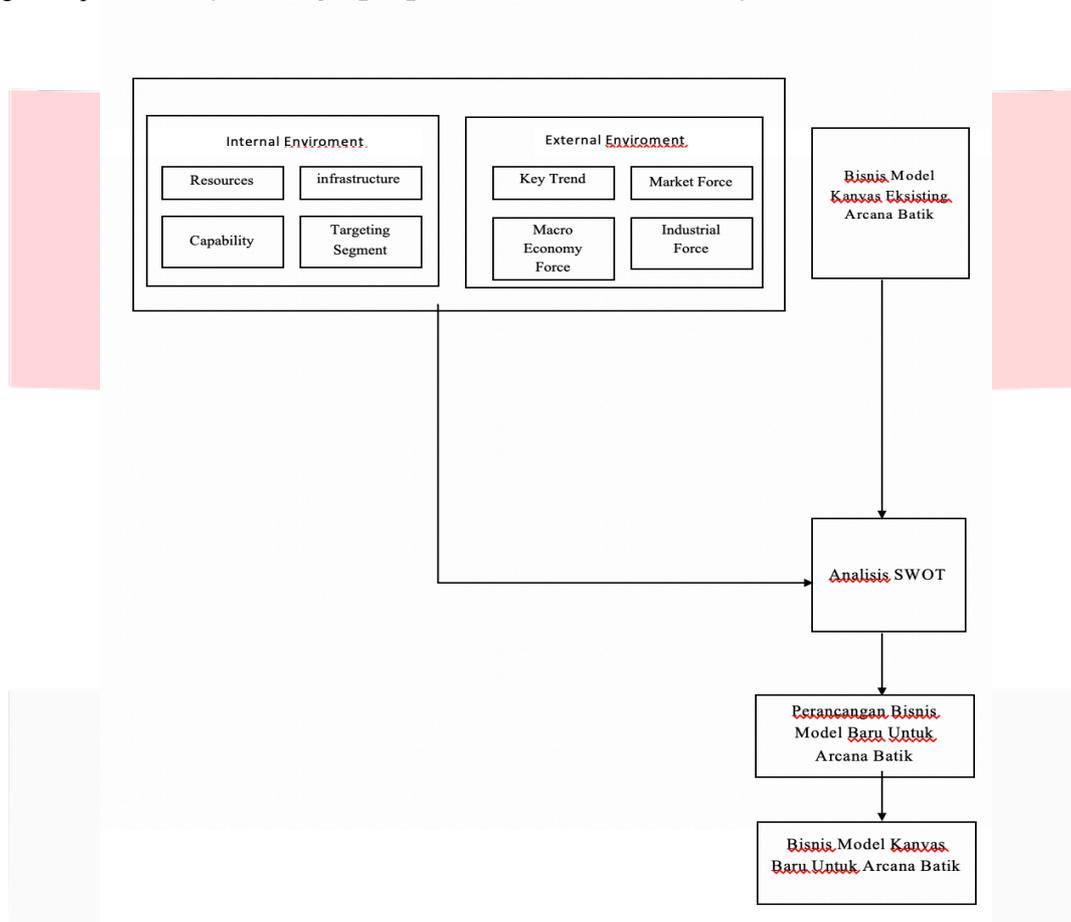
F. Skala Likert

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.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Model Konseptual

Kerangka berpikir dalam penelitian yang di gambarkan dalam model konseptual di bawah ini.



Gambar 2 Model Konseptual

B. Sistematis Pemecahan Masalah

Sistematika pemecahan masalah dalam penelitian ini dibuat sebagai alur yang jelas dalam perancangan *Business Model Canvas*. Sistematika pemecahan masalah digambarkan sebagai berikut:

1. Tahap pendahuluan
2. Tahap identifikasi kebutuhan data
3. Tahap pengumpulan dan pengolahan data
4. Tahap perancangan model bisnis
5. Tahap analisis model bisnis
6. Kesimpulan dan saran

IV. PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Berikut merupakan kondisi eksisting bisnis model kanvas Arcana Batik Bandung dapat dilihat pada Tabel 3 :
Tabel 1 Bussiness Model Canvas eksisting Arcana batik

Current Company Business Model				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
Store Consignment	Produksi kaos, kemeja & dress bermotif batik	Pelestarian dan perpaduan budaya Indonesia dan gaya modern	Media Sosial (Instagram & Whatsapp)	Pria dan Wanita, umur 17-30 Tahun
Konveksi kaos&kemeja	Melakukan promosi produk		Channels	
Tukang jahit dress wanita	Key Resource	Produk yang unik perpaduan antara kasual dan etnik	Penjualan Online	
Digital Marketing	Content creator Fashion designer		Store Consignment	
Cost Structure		Revenue Streams		
Marketing, Production Cost		Penjualan Produk		

Berikut ini merupakan hasil penilaian dari 3 narasumber Arcana Batik berdasarkan pernyataan yang digunakan melalui kuisioner dalam 4 bidang utama tersebut terhadap *strength and weakness, opportunity, dan threats* yang dialami saat ini dan yang akan datang pada Arcana Batik.

1. Proposisi Nilai

- Strength and Weakness**, proposisi nilai dari Arcana Batik dapat tersampaikan dengan sangat baik kepada basis pelanggan dengan total nilai 13 pada proposisi nilai yang ditawarkan kepada pelanggan.
- Opportunity**, Arcana Batik memiliki beberapa peluang yang dapat dilakukan untuk meningkatkan proposisi nilai.
- Threats**, Arcana Batik memiliki beberapa ancaman yang kuat yang mengancam proposisi nilai Arcana Batik. Ancaman yang terbesar adalah pesaing mengancam untuk menawarkan harga atau nilai yang lebih baik.

2. Biaya dan Pendapatan

- Strength and Weakness**, bahwa biaya dan pendapatan Arcana Batik kategori cukup untuk memenuhi kebutuhan melalui pendapatan yang didapat.
- Opportunity**, Arcana Batik memiliki sedikit peluang untuk menggantikan pendapatan satu kali transaksi dengan pendapatan berulang melalui satu konsumen.
- Threats**, Arcana Batik memiliki beberapa ancaman yang cukup kuat yang mengancam biaya pendapatan Arcana Batik.

3. Infrastruktur

- Strength and Weakness**, Arcana Batik memiliki kekuatan dan kelemahan yang hampir sama, berdasarkan hasil penilaian dari narasumber.
- Opportunity**, Arcana Batik memiliki peluang cukup besar dalam penjualan silang.
- Threats**, Arcana Batik memiliki ancaman yang Rendah dalam variabel infrastruktur perusahaan.

4. Hubungan Pelanggan

- Strength and Weakness**, Arcana Batik memiliki kekuatan dan kelemahan yang seimbang.
- Opportunity**, Arcana Batik memiliki peluang dalam variabel hubungan pelanggan yang baik
- Threats**, Arcana Batik memiliki ancaman yang cukup besar dalam variabel hubungan pelanggan.

V. ANALISIS DAN REKOMENDASI

Terdapat beberapa strategi yang mampu membuat Arcana Batik tetap kompetitif dan dapat bersaing di persaingan industri fesyen, yaitu:

- Membuat variasi dan diversifikasi produk sesuai dengan kebutuhan pelanggan melalui kolaborasi.
- Memberikan *discount* atau pun *give away* kepada pelanggan setia Arcana Batik untuk mempertahankan pelanggan.
- Melakukan penjualan silang dengan mitra usaha Arcana Batik.
- Meningkatkan margin keuntungan dengan peningkatan harga jual suatu produk.
- Membuat SOP Kerja.
- Membangun Brand Awareness melalui media online Arcana Batik dan membuat produk sesuai dengan permintaan pelanggan.
- Menawarkan harga sesuai dengan kualitas pada produk yang akan dijual.
- Berpartisipasi dalam pameran atau event yang ada.
- Melakukan riset inovasi pengembangan produk.

10. Memproduksi produk Arcana Batik sendiri untuk meminimasi biaya produksi dengan tujuan meningkatkan profit keuntungan.
11. Instagram menjadi lebih menarik, dan meningkatkan layanan komunikasi lebih banyak (media sosial).

Berdasarkan hasil dari analisis SWOT yang telah dilakukan terdapat berapa usulan yang dapat dilakukan untuk meningkatkan bisnis Arcana Batik. Beberapa tindakan usulan sebagai berikut:

1. **Customer Segments**, kalangan yang dituju dalam elemen ini hanya dari semua kalangan laki-laki dan perempuan yang berumur 17-60 tahun yang tertarik dengan fashion seni budaya (batik).
2. **Value Propositions**, Arcana Batik harus melakukan inovasi terhadap produk yaitu dengan membuat desain khusus yang disukai oleh gaya orang dewasa.
3. **Channel**, Arcana Batik dapat membuat e-marketplace pada *channel* yang dimiliki.
4. **Customer Relationship**, memberikan layanan kemudahan kepada pelanggan untuk mencari informasi, memberikan diskon kepada pelanggan setia Arcana Batik.
5. **Key Activities**, Arcana Batik harus melakukan *research and development* secara rutin untuk menghasilkan produk tertentu yang bersifat analisis dan dapat diuji keefektifannya sehingga dapat berfungsi di masyarakat luas.
6. **Key Resources**, Peningkatan pengetahuan sang *content creator* harus dilakukan dengan mengikuti seminar atau pelatihan agar mampu membuat konten dari media sosial Arcana Batik lebih menarik.
7. **Key Partnerships**, Store consignment harus ditingkatkan dengan cara menjalin kerja sama dengan beberapa toko-toko fashion. Dan penggunaan jasa analisis perilaku konsumen dihapuskan.
8. **Cost Structure**, diharapkan dapat melakukan survei terhadap konveksi dan bahan baku yang lebih murah dari saat ini.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai perancangan model bisnis untuk Arcana Batik menggunakan pendekatan Business Model canvas. Perancangan model bisnis baru ini mempertimbangkan analisis SWOT dari model bisnis kondisi eksisting lingkungan model bisnis.

Tabel 2 Gambaran *Business Model Canvas* Usulan Arcana Batik

New Business Model Canvas				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationship	Customer Segments
Store Consignment Konveksi kaos&kemeja Tukang jahit dress wanita	Produksi kaos, kemeja & dress bermotif batik Melakukan promosi produk Research and Development	Pelestarian dan perpaduan budaya Indonesia dan gaya modern Produk yang unik perpaduan antara kasual dan etnik Design Batik khusus gaya orang dewasa	Media Sosial (Instagram & Whatsapp) Website Memberikan diskon kepada pelanggan setia	Pria dan Wanita, umur 17-30 Tahun
	Key Resource Content creator Fashion designer		Channels Penjualan Online Store Consignment Pameran E-Marketplace	
Cost Structure Marketing Production Cost		Revenue Streams Penjualan Produk		

Keterangan Warna: (Dibuat, Ditingkatkan dan Dikurangi)

Berdasarkan analisis hasil penelitian dan perubahan yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan berupa gambaran mengenai 9 blok bangunan atau disebut juga model bisnis kanvas pada bisnis Arcana Batik yang diantaranya *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure*.

B. Saran

Saran yang dapat diberikan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah:

1. Mengimplementasikan usulan dari hasil penelitian yang menghasilkan model bisnis baru perusahaan yang berguna untuk bersaing dan mendapatkan keuntungan lebih bagi perusahaan.
2. Dapat melakukan penelitian dengan menggunakan metode analisis SWOT.
3. Melakukan objek penelitian yang berbeda diharapkan dapat memunculkan ide-ide bisnis lain yang lebih variatif dan layak dengan lebih mendalam dengan jenis *patterns* dari bisnis model lainnya.

REFERENSI

- [1] Marlo, Abu. (2013). *Entrepreneurship Hukum Langit*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [2] Pearce, John A & Robinson. (2008). *Manajemen Strategis*. Jakarta: Salemba Empat.
- [3] Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [4] Rangkuti, Freddy. (2014). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta. PT Gramedia Pustaka Utama.
- [5] Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: Penerbit PT Elex Media Komputindo.
- [6] Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.