EVALUASI MODEL BISNIS PADA PERUSAHAAN HOLMESICK.LTD DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

EVALUATION OF BUSINESS MODEL IN HOLMESICK.LTD COMPANIES USING BUSINESS MODEL CANVAS

Fajar Rizky Fernanda[1], Farda Hasun[2], Anton Abdulbasah Kamil[3]

[1,2,3]Program Studi Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

[1]fajarrizkyfernanda@gmail.com, [2]fardahasun@telkomuniversity.ac.id, [3]antonkamil@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Holmesick.Ltd merupakan perusahaan yang bergerak di bidang konveksi khususnya *outwear*, dengan mengusung konsep sederhana namun tidak ketinggalan zaman. Segmen konsumen yang menjadi sasaran Holmesick.Ltd adalah pelanggan dari kalangan remaja. Pertumbuhan penjualan yang menurun di tahun 2018 menjadi indikasi perlunya dilakukan evaluasi model bisnis agar tetap kompetitif dan dapat bersaing. Salah satu pendekatan yang dapat dilakukan adalah dengan cara menvisualisasikan dan mengevaluasi peta model bisnis secara utuh dengan pendekatan *business model canvas* (BMC). Pada penelitian ini, langkah awal adalah memetakan model bisnis saat ini dari Holmesick.Ltd. Kemudian membuat *customer profile* dan melakukan analisis lingkungan bisnis saat ini. Langkah berikutnya adalah melakukan analisis SWOT untuk masing-masing blok dalam kanvas model bisnis guna merumuskan strategi untuk setiap blok. Setelah melakukan analisis SWOT, dilakukan perancangan value proposition baru dilanjutkan dengan melakukan perbaikan di masing-masing blok sehingga menghasilkan model bisnis usulan yang diharapkan dapat meningkatkan daya saing Holmesick.Ltd di industri konveksi. Terdapat beberapa poin penting yang harus digarisbawahi seperti: saluran penjualan, hubungan pelanggan, partnership, aktivitas kunci dan revenue stream

Kata Kunci : Evaluasi Model Bisnis, *Business Model Canvas, Analisis Lingkungan,* Analisis SWOT, *outwear*

Abstract

Holmesick.Ltd is a convection company which produces outwears, by carrying out concept of 'simple but not out of date'. The consumer segment that is targeted by Holmesick.Ltd is teenagers. The number of sales growth that declined in 2018 is an indication of the need for an evaluation of business model to remain competitive. One thing that can be done is to visualize and assess a complete business model map using the business model canvas (BMC). In this study, the initial step is mapping the current business model of Holmesick, .Ltd. The next step is identifying customer profile and conduct an analysis of the current business environment. The next step is to conduct a SWOT analysis for each block in the business model canvas to formulate a strategy for each block. After conducting a SWOT analysis, a new value proposition design is carried out and followed by making improvements in each block so a new business model can be created to increase Holmesick.Ltd's competitiveness in the convection industry. Important points that should be highlighted are: sales channels, customer relations, partnerships, key activities and revenue streams.

Keywords: Business Model Evaluation, Model Business Canvas, Environmental Analysis, SWOT Analysis, outwear

1. Pendahuluan

Holmesick.Ltd adalah salah satu UKM (Usaha Kecil Menegah) di Bandung yang bergerak di bidang konveksi rumahan yang berdiri sejak tahun 2015 dengan tagline "Simple and Premium Quality". Tidak hanya menawarkan konsep yang berbeda dan lebih menarik, namun juga menyediakan produk baru dengan gaya baru yang disesuaikan dengan tren *fashion* di era ini. Sebagai salah satu penyedia pakaian bermerek, Holmesick.Ltd selalu menjaga kualitas dan layanan mereka dari waktu ke waktu, hanya untuk membuat pelanggan mereka selalu puas dan tidak pernah menyesal berbelanja di toko ini. Holmesick melakukan pemasaran melalui sosial media seperti Instagram,Facebook, dan Line. Sebagian besar customer dari Holmesick.Ltd adalah dari kalangan remaja yang terbiasa belanja online dan aktif dalam sosial media seperti Instagram, Twitter, dan Facebook yang masih berjalan hingga sekarang. Berdasarkan data penjualan selama 4 tahun, penjualan mengalami peningkatan yang cukup signifikan, yang dapat dilihat di tabel 1.

Tabel 1 Peningkatan Penjualan Holmesick.Ltd 2015-2018

Penjualan Holmesick.Ltd			
2015	2016	2017	2018
Rp. 168.000.000	Rp. 224.800.000	Rp. 293.280.000	Rp. 304.920.000

(Sumber : wawancara terhadap pemilik usaha)

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dijelaskan bahwa terjadi peningkatan omset penjualan dari tahun 2015 hingga 2018. Namun, laju pertumbuhan di tahun 2018 menurun. Selain itu, peningkatan omset juga menjadi permasalahan baru yang dihadapi oleh Holmesick.Ltd, karena dengan meningkatnya penjualan tiap tahunya maka harus ada juga peningkatan produksi. Namun dikarenakan faktor jumlah pekerja yang masih minim dan juga keterbatasan alat mengakibatkan pelanggan terkadang harus menunggu untuk mendapatkan barang yang akan dibeli di Holmesick.Ltd dikarenakan persediaan barang habis. Hal ini bisa saja membuat semakin menurunnya orang yang berbelanja ke Holmesick.Ltd.

Di sisi lain, penjualan *e-commerce* (perdagangan elektronik) ritel di Indonesia diperkirakan akan mengalami pertumbuhan mencapai 133,5% menjadi kisaran US$ 16,5 miliar atau berkisar Rp 219 triliun pada tahun 2020 dari posisi 2017. Pertumbuhan ini didasari oleh pesatnya kemajuan teknologi yang memberikan kemudahan bagi konsumen dalam melakukan belanja tanpa harus keluar rumah. Lahirnya generasi Z pada era digital juga menjadi salah satu faktor yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan e-commerce di Indonesia*(Databoks, 2018)*.

Dilihat dari data analisa dari 101 startup post-mortems, terdapat 20 alasan gagalnya usaha. Tidak adanya model bisnis yang tepat menjadi salah satu faktor terbesar gagalnya suatu perusahaan yang mana 17% kegagalan perusahaan diakibatkan oleh tidak adanya model bisnis yang tepat dalam proses bisnis yang berjalan(Insight, 2018). Apabila Holmesick.Ltd tidak memiliki model bisnis yang tepat, hal ini memungkinkan akan menjadi salah satu penyebab Holmesick.Ltd mengalami kegagalan dalam bisnis. Untuk dapat menjaga keberlangsungan usahanya, maka dirasa perlu bagi perusahaan untuk melakukan evaluasi model bisnis minimal selama 6 bulan sekali untuk merespon perubahan lingkungan industri yang terjadi termasuk untuk Holmesick.Ltd sendiri. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi model bisnis perusahaan Holmesick.Ltd dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*.

2. Landasan Teori

Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan sebuah alat bantu yang digunakan untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. *Business Model Canvas* menawarkan sebuah konsep baru dalam model bisnis yang memudahkan penggunanya karena dapat mengurai suatu konsep yang rumit atau kompleks menjadi lebih sederhana dimana konsep ini divisualisasikan melalui satu lembar kanvas yang terdiri dari sembilan blok dasar yang menunjukkan logika berpikir bagaimana bisnis dapat menghasilkan uang dengan mempertimbangkan komponen-komponen yang dibutuhkan dalam perencanaan sebuah model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Customer Profile

Customer profile adalah identifikasi berbagai karakteristik dan kebiasaan pelanggan yang tipikal dalam bisnis. *Customer profile* merupakan bagian yang harus dipertimbangkan dalam perancangan *value proposition* yang menggambarkan perilaku *customer segment* dari model bisnis secara terstruktur dan terperinci. *Customer profile* memiliki tiga bagian penting yaitu *customer jobs, customer pains,* dan *customer gains*. Data konsumen digunakan untuk mendefinisikan *customer profile* untuk meningkatkan pemahaman mengenai keinginan dan keluhan konsumen (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Value Proposition

Value proposition merupakan alasan yang membuat pelanggan beralih dari satu perusahaan ke perusahaan lain. *Value proposition* bertujuan untuk memecahkan masalah pelanggan atau memuaskan kebutuhan pelanggan. Setiap *value proposition* berisi gabungan produk atau jasa tertentu yang melayani kebutuhan segmen pelanggan spesifik. Dalam hal ini, *value proposition* merupakan kesatuan atau gabungan dari manfaat-manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Analisis SWOT

SWOT merupakan kependekan dari *Strength* (Kekuatan), *Weakness* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), *Threats* (Ancaman). Strength dan Weakness berasal dari dalam perusahaan sedangkan Weakness dan Opportunities berasal dari lingkungan luar perusahaan. Menurut Jogiyanto (2005), SWOT digunakan untuk menilai kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan yang berasal dari sumber daya yang dimiliki perusahaan dan kesempatan-kesempatan eksternal serta tantangan-tantangan yang dihadapi.

Analisis Lingkungan

Lingkungan bisnis dapat diartikan sebagai segala sesuatu di luar perusahaan yang mempengaruhi sebuah aktivitas bisnis dalam suatu lembaga organisasi atau perusahaan.

.

3. Metodologi Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis pada UKM Holmesick.Ltd Bandung saat ini dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Pada proses penelitian ini, dibutuhkan data model bisnis Holmesick.Ltd saat ini, *customer profile,* dan data lingkungan bisnis. Data model bisnis saat ini terdiri dari *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Cost Structure, Key Activities, Key Resource, Key Partnership* yang di dapat dari hasil wawancara secara langsung terhadap pemilik Holmesick.Ltd. Kemudian langkah berikut adalah melakukan pengumpulan data dengan jalan wawancara kepada pelanggan Holmesick.Ltd dan menyebarkan kuisioner kepada pelanggan tersebut untuk memetakan *customer profile.* Dalam analisis lingkungan perlu diidentifikasi 4 kategori data lingkungan yaitu *key trends, market forces, macro economy forces,* dan *industry forces* untuk mengetahui faktor eksternal Holmesick.Ltd yang dapat mempengaruhi penentuan strategi usulan yang di usulkan. Data lingkungan dikumpulkan melalui sutdi literatur. Selain itu, juga dilakukan penyebaran kuisioner untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman perusahaan kepada tiga orang pengelola perusahaan Dari data model bisnis saat ini, analisis lingkungan, *customer profile,* dan kuisioner SWOT, selanjutnya dilakukan perancangan strategi baru untuk Holmesick.Ltd Bandung. Langkah selanjutnya adalah membuat *value proposition canvas* guna merespon *customer profile* dengan mempertimbangkan strategi dari Holmesick.Ltd Bandung yang telah didefinisikan sebelumnya. Langkah terakhir adalah membuat model bisnis baru di Holmesick.Ltd Bandung menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

4. Pembahasan

4.1 Model Bisnis *Eksisting* Holmesick.Ltd

Berikut ini merupakan *Business Model Canvas* saat ini dari hasil wawancara pemilik Holmesick.Ltd :

Key Partners • Pabrik-pabrik penyedia bahan baku produk Holmesick.Ltd di bandung. • UKM yang bergerak di bidang konveksi.	***Key Activities*** • Pengadaan bahan baku produk. yang berkualitas • Proses produksi produk. • Proses penjualan produk. • Proses pemasaran produk melalui media *online*. • Proses transaksi • Proses pengiriman ***Key Resources*** • Merk. • Tempat produksi. • Peralatan produksi. • Pegawai. • Aplikasi pemesanan. • Bahan baku.	***Value Proposition*** • Menyediakan produk *fashion* berupa outwear yang memiliki kualitas produk baik. • *Fast Response* CS. • *Free delivery*	***Customer Relationships*** • Memberikan informasi mengenai promo dan info terbaru di Holmesick.Ltd. • Hubungan antra pelanggan dan Holmesick.Ltd sendiri akan semakin dekat karena Holmesick.Ltd akan menawarkan pelanggan dengan produk baru atau produk pelengkap dengan melalui *customer service.* ***Channels*** • Media sosial seperti *facebook, twitter, instagram.* • Aplikasi *chatting* seperti *Line*. • Penjualan langsung dari pabrik.	***Customer Segment*** • Pelanggan Individu. Segmentasi pelanggan Holmesick.Ltd adalah dari remaja hingga orang dewasa dengan rentang usia 18 – 35 tahun. 90% *online* dan 10% *offline.*
Cost Structure • Biaya produksi. • Biaya operasional. • Biaya pemasaran. • Biaya pajak.			***Revenue Streams*** • Margin penjualan produk utama dari Holmesick.Ltd yaitu outwear.	

Gambar 1 *Business Model Canvas* saat ini Holmesick.Ltd

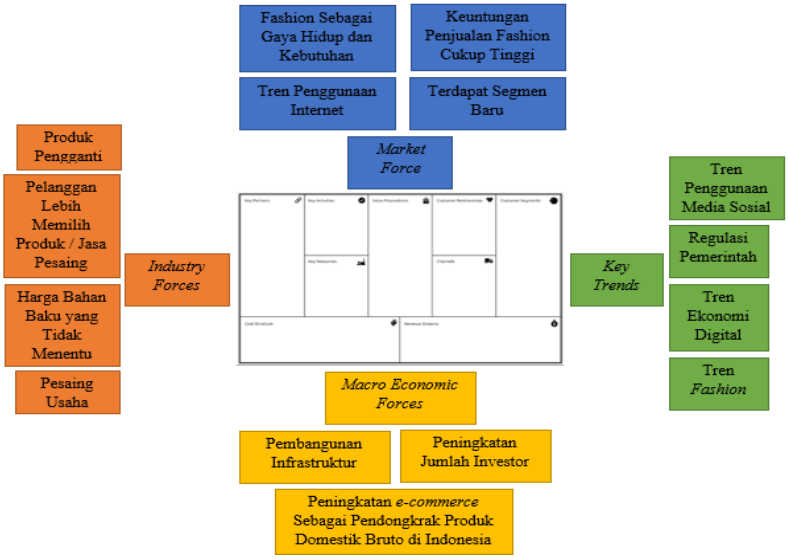
(Sumber : Hasil pengolahan wawancara terhadap pemilik usaha)

4.2 *Customer Profile*

Customer Profile Canvas membagi pelanggan menjadi 3 bagian, yaitu *Customer Jobs* (Aktivitas atau pekerjaan Pelanggan), *Customer Pains* (Kesulitan atau masalah Pelanggan), dan *Customer Gains* (Harapan Pelanggan). Berikut adalah *customer profile* di Holmesick.Ltd :

1. *Customer Job*
   a. Menghangatkan diri
   b. Mendapatkan sensasi nyaman ketika digunakan
   c. Terlihat *fashionable*
   d. Meningkatkan status sosial
   e. Cerminan diri sendiri
2. *Customer Pains*
   a. Barang datang tidak sesuai dengan tanggal yang ditetapkan
   b. Produk dan harga tidak sesuai dengan pesanan
   c. Ukuran produk yang dipesan tidak sesuai dengan badan
   d. Kualitas produk kurang baik
3. *Customer Gains*
   a. Mendapatkan produk sesuai yang diharapkan dengan melihat dan membeli secara langsung.
   b. Kemudahan dalam melakukan pemesanan
   c. Produk banyak pilihan
   d. Mendapatkan informasi secara langsung apabila terdapat produk baru
   e. Pelayanan cepat

4.3 Analisis Lingkungan



Gambar 2 Analisis Lingkungan Bisnis (diolah dari berbagai literatur)

Berikut merupakan hasil analisis lingkungan pada Holmesick.Ltd Bandung :

1. *Market Forces*
   a. *Trend fashion* sebagai gaya hidup dan kebutuhan
   b. Keuntungan penjualan *fashion* cukup tinggi
   c. Tren penggunaan internet yang semakin meningkat
   d. Terdapat segmen pelanggan baru
2. *Key Trends*
   a. Tren *fashion* yang sedang berkembang
   b. Tren regulasi pemerintah. Ada undang-undang terkait pengaturan penjualan secara online yang harus dipenuhi dalam melakukan transaksi
   c. Tren pengembangan teknologi, antara lain perkembangan terkait aplikasi perdagangan dan pembayaran serta kenyamanan dalam bertransaksi
3. *Industry Forces*
   a. Produk pengganti berupa outwear dalam model selain sweater dan jaket yang ditawarkan oleh Holmesick.Ltd
   b. Pelanggan lebih memilih produk/jasa pesaing
   c. Harga bahan baku yang tidak menentu

d. Pesaing usaha dengan sistem pemesanan yang lebih mudah

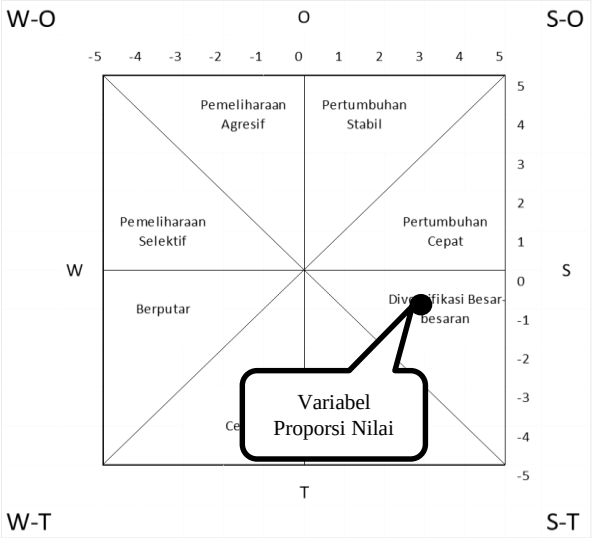
4. *Macro Economic Forces*
   a. Peningkatan e-commerce sebagai mendongkrak Produk Domestik Bruto di Indonesia.
   b. Pembangunan sarana infrastruktur
   c. Peningkatan jumlah investor

4.4 Analisis SWOT dan Strategi

Berikut merupakan analisis SWOT berdasarkan persepsi pengelola perusahaan beserta strategi usulan Holmesick.Ltd Bandung :

1. Variabel Proposisi Nilai

Berikut ini adalah gambaran matrix SWOT 8 kuadran pada variabel proposisi nilai di Holmesick.Ltd



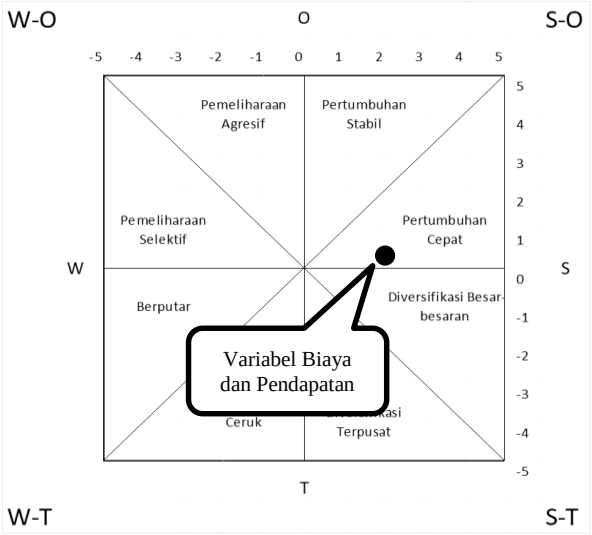
Gambar 3 Posisi Variabel Proposisi Nilai

(Sumber : Hasil dari pengolahan data SWOT variabel proposisi nilai)

Berdasarkan grafik pada variabel proposisi nilai didapatkan skor pada strength and weakness sebesar 3,01851 dan skor peluang dan ancaman sebesar -0,5328. Hal ini menunjukkan apabila Holmesick.Ltd memiliki ancaman meskipun perusahaan memiliki kekuatan dari segi proposisi nilai. Strategi usulan yang dapat dilakukan Holmesick.Ltd adalah menciptakan *value proposition* baru berupa penambahan variasi produk yang ditawarkan.

2. Variabel Biaya dan Pendapatan

Berikut ini adalah gambaran matrix SWOT 8 kuadran pada variabel biaya dan pendapatan di Holmesick.Ltd.



Gambar 4 Posisi Variabel Biaya dan Pendapatan

(Sumber : Hasil dari pengolahan data SWOT variabel biaya dan pendapatan)

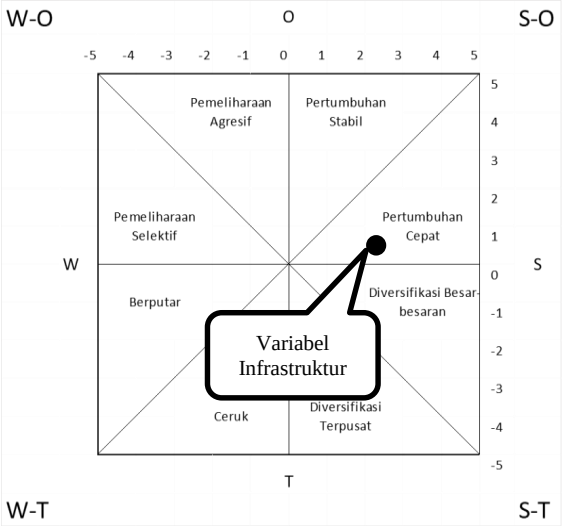
Berdasarkan grafik pada variabel biaya dan pendapatan didapatkan skor pada strength and weakness sebesar 2,2256 dan skor peluang dan ancaman sebesar 0,4567. Hal ini menunjukkan apabila Holmesick.Ltd dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada dari segi biaya dan pendapatan.

Berikut ini merupakan strategi usulan yang dapat dilakukan Holmesick.Ltd :

a. Mengevaluasi bagian *cost structure* berupa evaluasi kebijakan *free delivery* untuk mengurangi biaya pengiriman.
b. Menciptakan *revenue stream* baru berupa margin penjualan *merchandise* dalam packaging.
c. Menciptakan *revenue stream* dan *key partnerships* baru dengan melakukan kerjasama berupa *reseller.*
d. Menambahkan key partnerships,berupa vendor *supplier*.

3. Variabel Infrastruktur

Berikut ini adalah gambaran matrix SWOT 8 kuadran pada variabel infrastruktur di Holmesick.Ltd.



Gambar 5 Posisi Variabel Infrastruktur

(Sumber : Hasil dari pengolahan data SWOT variabel infrastruktur)

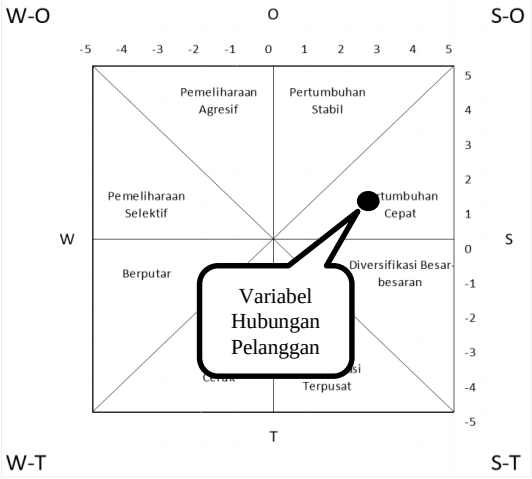
Berdasarkan grafik pada variabel infrastruktur didapatkan skor pada strength and weakness sebesar 2,4679 dan skor peluang dan ancaman sebesar 0,6564. Hal ini menunjukkan apabila Holmesick.Ltd dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada dari segi infrastruktur.

Berikut ini merupakan strategi usulan yang dapat dilakukan Holmesick.Ltd :

a. Menciptakan *key activities* baru kegiatan konsultasi mengenai dunia fashion and style.
b. Meningkatkan kegiatan promosi dan penjualan dengan website.
c. Menciptakan *key partnership* baru berupa kerjasama dengan perusahaan yang bergerak dalam bidang *fashion.*
d. Menciptakan *key partnership* baru berupa kerjasama dengan perusahaan di bidang ekspedisi / cargo.

4. Variabel Hubungan Pelanggan

Berikut ini adalah gambaran matrix SWOT 8 kuadran pada variabel Hubungan Pelanggan di Holmesick.Ltd.



Gambar 6 Posisi Variabel Hubungan Pelanggan

(Sumber : Hasil dari pengolahan data SWOT variabel hubungan pelanggan)

Berdasarkan grafik pada variabel hubungan pelanggan didapatkan skor pada strength and weakness sebesar 2,9853 dan skor peluang dan ancaman sebesar 1,51. Hal ini menunjukkan apabila Holmesick.Ltd dapat menggunakan kekuatan yang dimiliki untuk memanfaatkan peluang yang ada dari segi hubungan pelanggan.

Berikut ini merupakan strategi usulan yang dapat dilakukan Holmesick.Ltd :

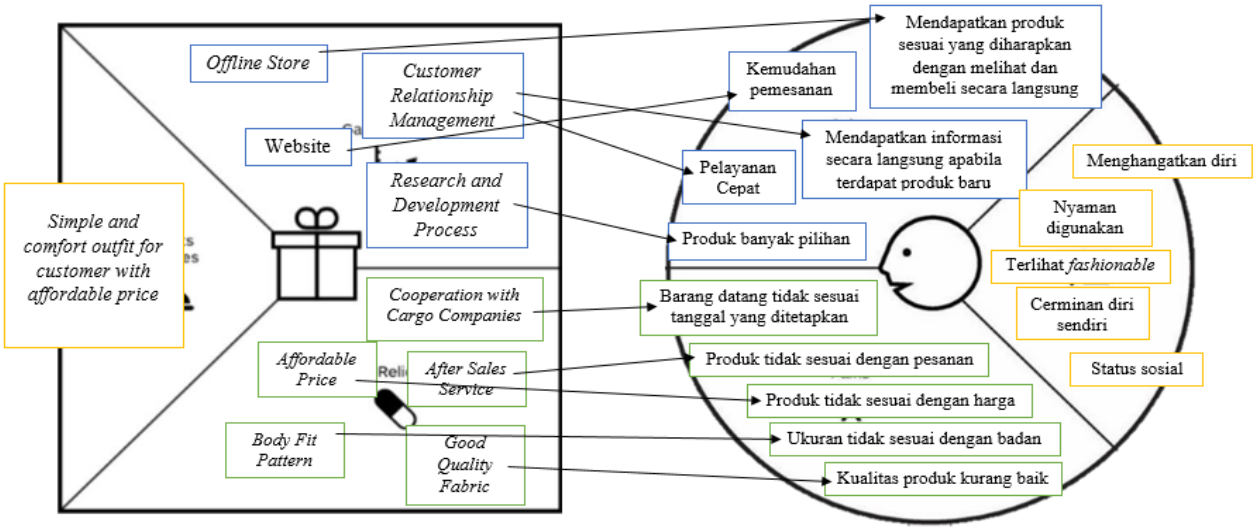
a. Menciptakan *channel* baru berupa website.
b. Menciptakan *channel* dan *key activities* baru berupa kegiatan *after-sales services.*
c. Membuat toko untuk menambah saluran secara langsung.

4.5 *Value Proposition*

Berdasarkan dari hasil analisis SWOT, berikut ini merupakan *value proposition* pada Holmesick.Ltd Bandung :

1. *Pain relievers*
   a. *After sales services*
   b. *Affordable price*
   c. *Body fit pattern*
   d. *Good quality fabric*
2. *Gains creators*
   a. *Offline store*
   b. *Website*
   c. *Customer Relationships Management*
   d. *Research and development process*
3. *Product and services*

Product and services yang ditawarkan oleh Holmesick.Ltd bredasarkan dengan kebutuhan dan harapan konsumenya, Holmesick.Ltd akan menawarkan produk yaitu *simple and comfort outfit for customer with affordable price*, dengan menyesuaikan kebutuhan pelanggan berdasarkan kualitas setara dengan harga yang ditawarkan, dan juga melakukan peningkatan kepercayaan pelanggan melalui sistem *customer relationship management* dan *after sales services.*



Gambar 7 *Fit Customer Profile with Value Proposition Maps* Holmesick.Ltd

4.6 Perancangan Model Bisnis Usulan

- Customer segment : meciptakan customer segment baru berupa pelanggan bisnis dengan cara reseller dan endorsement.
- Value propositons : meningkatkan kegiatan fast response cs, memberikan kemudahan berupa website dalam melakukan pemilihan dan pemesanan produk.
- Channels : Meningkatkan penjualan melalui media sosial, menghilangkan penjualan di pabrik dan menciptakan tempat penjualan baru berupa toko, selain itu juga menambahkan saluran baru yaitu website.
- Customer relationships : Memaksimalkan pendekatan dengan konsumen dengan memberikan informasi mengenai produk dan promo terkini. Selain itu melakukan kegiatan after sales services.
- Revenue streams : Menciptakan produk baru berupa marchendise seperti gantungan kunci dan syal. Selain itu juga menciptakan pemasukan baru dengan kegiatan jasa vendor.
- Key resources : Meningkatkan fungsi pengaplikasian penjualan dan pemasaran secara online seperti pembuatan website yang lebih tersegmentasi berdasarkan kategori.
- Key activities : Meningkatkan pemasaran dan penjualan secara online, menciptakan kegiatan konsultasi masalah fashion and style, dan menciptakan kegiatan after sales services.

- Key Partnerships : Menciptakan kerjasama baru dengan perusahaan ekspedisi/cargo dan perusahaan fashion.
- Cost structure : Memberikan free delivery dengan ketentuan apabila melakukan pembelian dengan nominal tertentu.

5. Business Model Canvas Usulan

Key Partners	*Key Activities*	*Value Proposition*	*Customer Relationships*	*Customer Segment*
• Pabrik-pabrik penyedia bahan baku produk Holmesick.Ltd di bandung. • UKM yang bergerak di bidang konveksi. • Perusahaan ekspedisi/cargo. • Perusahaan *fashion*	• Pengadaan bahan baku produk. yang berkualitas • Proses produksi produk. • Proses penjualan produk. • Proses pemasaran produk melalui media *online*. • Proses transaksi. • Proses pengiriman. • *Customer Relationship Activity*. • Konsultasi. • *After Sales Services*.	• Menyediakan produk *fashion* berupa outwear yang memiliki kualitas produk baik dan variasi produk yang lebih beragam. • *Fast Response* CS. • *Free delivery*. • Pemesanan berbasis web dengan tampilan tampilan yang telah tersegmentasi berdasarkan kategori.	• Memberikan informasi mengenai promo dan info terbaru di Holmesick.Ltd. • Hubungan antra pelanggan dan Holmesick.Ltd sendiri akan semakin dekat karena Holmesick.Ltd akan menawarkan pelanggan dengan produk baru atau produkz pelengkap dengan *system database*. • Melakukan kegiatan after sales services.	• Pelanggan Individu. Segmentasi pelanggan Holmesick.Ltd adalah dari remaja hingga orang dewasa dengan rentang usia 18 – 35 tahun. 90% *online* dan 10% *offline*. • Pelanggan bisnis.
	Key Resources • Merk. • Tempat produksi. • Peralatan produksi. • Sumber daya utama (Pegawai). • Aplikasi pemesanan. • Bahan baku.		*Channels* • Media sosial seperti *facebook, twitter, instagram*. • Aplikasi *chatting* seperti *Line*. • Penjualan langsung dari pabrik. • Website. • Penjualan langsung dari toko.	
Cost Structure • Biaya produksi. • Biaya pemasaran. • Biaya operasional. • Biaya Pengiriman. • Biaya pajak.			*Revenue Streams* • Margin penjualan produk utama dari Holmesick.Ltd yaitu outwear. • Margin penjualan *mechandise* dari Holmesick.Ltd. • Jasa vendor.	

Keterangan : Diciptakan, Ditingkatkan, Dikurangi, Tetap

Activate Win
Go to Settings to

Gambar 8 Business Model Canvas Usulan Holmesick.Ltd

Saran

Berikut ini merupakan saran untuk perusahaan Holmesick.Ltd Bandung dalam industri penjualan konveksi :

1. Saran untuk perusahaan konveksi Holmescik.Ltd Bandung adalah mengimplementasikan hasil dari penelitian ini sebagai model bisnis baru agar Holmesick.Ltd Bandung dapat lebih kompetitif dan meningkatkan eksistensinya dalam industri perdagangan konveksi khususnya *outwear*.
2. Saran untuk perusahaan konveksi Holmescik.Ltd Bandung untuk mempertimbangkan pelanggan tidak hanya sebagai konsumen saja namun juga sebagai rekan bisnis seperti reseller dan juga pemasaran seperti kegiatan *endorsement.*

DAFTAR PUSTAKA

[1]DATABOKS,2018.*KATADATA*.AVAILABLEAT:HTTPS://DATABOKS.KATADATA.CO.ID/DATAPUBLISH/2018/02/12/2022-PENJUALAN-E-COMMERCE-INDONESIA-MENCAPAI-RP-16-MILIAR

[2] INSIGHT,C.,2018.AVAILABLEAT:HTTPS://WWW.CBINSIGHTS.COM/RESEARCH/STARTUP-FAILURE-REASONS-TOP/

[3] Pigneur. (2012). *Business Model Generation.* New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.

[4] OSTERWALDER, A., & PIGNEUR, Y. (2012). *BUSINESS MODEL GENERATION.*

[5] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation.* Hoboken, New Jersey:John Wiley & Sons, Inc.

[6] KONTAN.CO.ID. (2019, FEBRUARI 22). *JUMLAH INVESTOR BARU DI PASAR MODAL INDONESIA BERTAMBAH 57.234 DI JANUARI2019*.RETRIEVEDFROMKONTAN.CO.ID:HTTPS://INVESTASI.KONTAN.CO.ID/NEWS/JUMLAH-INVESTOR-BARU-DI-PASAR-MODAL-INDONESIA-BERTAMBAH-57234-DI-JANUARI-2019.

[7] HUMAS, SETKAB. (2017, DESEMBER 12). *BERITA | PRESIDEN JOKOWI : PEMBANGUNAN INFRASTRUKTUR UNTUK CIPTAKAN PERTUMBUHAN EKONOMI YANG LEBIH TINGGI.* RETRIEVED FROM SETKAB.GO.ID WEBSITE:HTTP://SETKAB.GO.ID/PRESIDEN-JOKOWIPEMBANGUNAN-INFRASTRUKTUR-UNTUK-CIPTAKAN-PERTUMBUHAN-EKONOMI-YANGLEBIH-TINGGI/