

Perancangan Model Bisnis Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* Sebagai Strategi Pengembangan Pada CV Nakhoda Nusantara Grup (Studi Kasus pada CV Nakhoda Nusantara Grup)

Reynaldi Ramdhani ¹, **Endang Chumaidiyah**², **Yudha Prambudia**³

^{1,2,3} *Fakultas Rekayasa Industri Telkom University*

DOI : [10.37531/sejaman.v4i3.2401](https://doi.org/10.37531/sejaman.v4i3.2401)

Abstrak

Hasil wawancara dengan pemilik toko CV Nakhoda Nusantara Grup Bapak Jati Gunawan didapatkan tiga blok yang bermasalah dan harus dilakukan perbaikan yaitu pada blok *channels*, *key activities*, dan *value proposition*. Langkah-langkah yang harus dilakukan yaitu melakukan pemetaan model bisnis eksisting melalui wawancara dengan pemilik toko, melakukan identifikasi *customer profile* berdasarkan kuesioner yang telah disebarakan kepada pelanggan toko, melakukan analisis lingkungan dengan menggunakan data studi literatur dan pencarian data di internet dengan tujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman yang dimiliki oleh toko, dilakukan analisis SWOT dengan menyebarkan kuesioner SWOT kepada pihak internal toko, membuat *value proposition canvas* dengan mencocokkan *value map* dan *customer profile* dan merancang model bisnis usulan terbaik pada CV Nakhoda Nusantara Grup. Beberapa usulan yang diberikan dalam perancangan diantaranya memperluas customer segment dengan menggunakan *e-commerce* dan *google ads*, membuat sarana *feedback* dari pelanggan untuk karyawan, memberikan kompensasi kepada pelanggan, menyediakan variasi model baju, desain yang selalu mengikuti tren *fashion*, memberikan *bundling* promo, membuka pembayaran secara digital dan bermitra dengan *google business*.

Kata kunci : *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, Analisis lingkungan, Analisis SWOT, *Value Proposition Canvas*

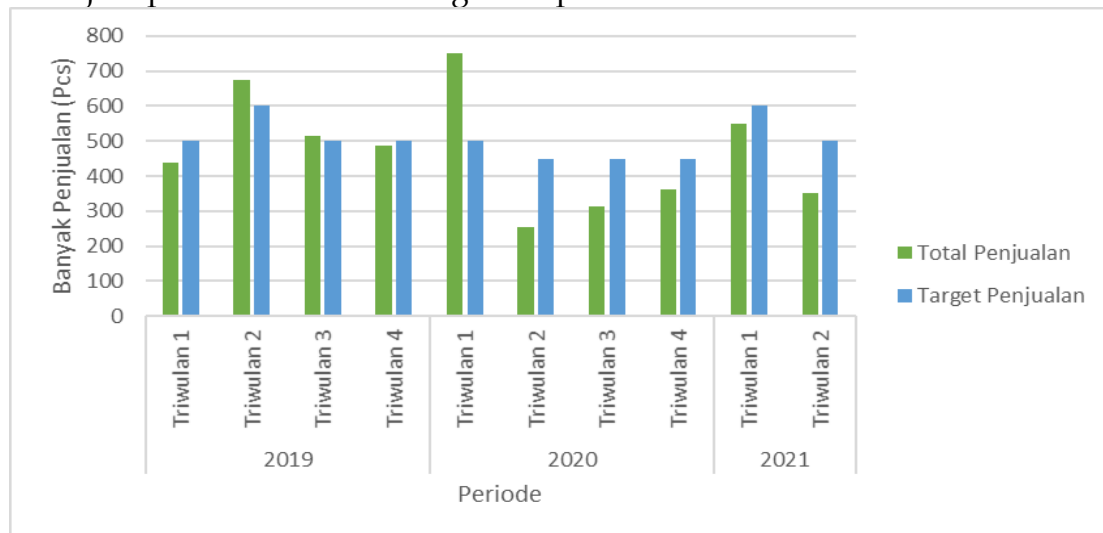
Copyright (c) 2022 Reynaldi Ramdhani

Corresponding author :

Email Address : 675eynaldi@gmail.com

PENDAHULUAN

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan sektor manufaktur yang mencatatkan pertumbuhan paling tinggi pada triwulan III tahun 2019 sebesar 15,08 persen. Capaian tersebut melampaui pertumbuhan ekonomi 5,02 persen di periode yang sama. Sebelumnya, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, produksi industri pakaian jadi mengalami pertumbuhan signifikan sebesar 15,29 persen. Sementara itu, Kementerian Perindustrian menargetkan, ekspor dari industri TPT nasional akan menembus hingga USD15 miliar sepanjang tahun 2019. Namun menurut data yang didapat dari website dataindustri.com menyatakan bahwa perekonomian Indonesia tahun 2020 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan 2012 mencapai Rp10.722,4 triliun. Dalam hal ini, perekonomian Indonesia tahun 2020 mengalami kontraksi (penurunan) pertumbuhan sebesar 2,07 persen dibandingkan tahun 2019 dan PDB atas harga konstan 2020 untuk industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun 2020 sebesar Rp132,4 triliun yang berarti bahwa industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun 2019.



Gambar 1 Data Target Penjualan CV Nakhoda Nusantara Grup

Data target penjualan yang terus tidak tercapai yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup maka perlu dilakukan perancangan model bisnis yang bertujuan untuk memetakan proses bisnis dan mempermudah mendapatkan solusi dari permasalahan yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup. Menggunakan metode *Business Model Canvas* dinilai lebih sesuai daripada *Lean Canvas* karena *Lean Canvas* cocok digunakan di *startups* sedangkan *Business Model Canvas* cocok digunakan di bisnis yang sudah ada dan *Lean Canvas* mampu menilai apakah suatu bisnis memiliki keunggulan dibanding produk lain dan bagaimana mengkapitalisasi keunggulan menjadi keuntungan sedangkan *Business Model Canvas* lebih fokus pada nilai kualitatif dan kuantitatif atas suatu produk jika ingin tetap berjaya di *market* (Murya A, 2016). Oleh karena itu, untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh CV Nakhoda Nusantara Grup akan menggunakan metode *Business Model Canvas*. Terdapat tiga permasalahan yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup.

Permasalahan pertama yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu kurangnya *brand awareness* dari masyarakat terhadap produk dari CV Nakhoda Nusantara Grup yang mengakibatkan target penjualan banyak yang tidak tercapai. Survei tentang *brand awareness* ini dilakukan sendiri oleh CV Nakhoda Nusantara Grup dengan hasil kurangnya *brand awareness* masyarakat terhadap CV Nakhoda Nusantara Grup.

Permasalahan kedua yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu CV Nakhoda Nusantara Grup belum menjualnya secara *online* sedangkan menurut hasil wawancara dengan Bapak Jati Gunawan, CV Nakhoda Nusantara Grup memiliki rencana untuk menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk menjualkan produknya karena target penjualan dari CV Nakhoda Nusantara Grup kedepannya yaitu untuk menjangkau seluruh Indonesia.

Permasalahan ketiga yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu kurangnya variasi produk yang diproduksi oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yang menyebabkan loyalitas dan kepuasan pelanggan menurun. Dari hasil wawancara dengan Bapak Jati Gunawan, CV Nakhoda Nusantara Grup mendapatkan *feedback* dari pelanggan yang mengatakan bahwa kurangnya produk yang ditawarkan oleh CV Nakhoda Nusantara Grup. Pelanggan menginginkan produk dengan model yang baru dari CV Nakhoda Nusantara Grup agar tidak bosan dengan produk-produk dari CV Nakhoda Nusantara Grup.

METODE PENELITIAN

Agar perancangan mendapatkan hasil yang baik tentu saja dibutuhkan langkah-langkah yang terstruktur dan sistematis agar dapat menjawab permasalahan yang ada melalui solusi yang diberikan. Pada tahap langkah awal ini yang dilakukan adalah melakukan identifikasi masalah yang ada di CV Nakhoda Nusantara Grup, setelah itu di gambarkan kembali menggunakan *fishbone*, setelah itu mencari alternatif solusi yang berpotensi untuk menyelesaikan permasalahan, kemudian dirangkum dalam rumusan masalah, setelah itu menetapkan tujuan dan manfaat dari perancangan, dan membuat sistematikan perancangan.

Setelah melakukan persiapan awal di tahap pendahuluan, berlanjut ke tahap pengumpulan data yaitu melakukan identifikasi dan pengumpulan data apa saja yang dibutuhkan untuk perancangan ini untuk nantinya dapat diolah sehingga menghasilkan usulan perancangan strategi model bisnis pada CV Nakhoda Nusantara Grup. Jenis data yang digunakan dalam perancangan ini merupakan data primer dan sekunder yang terdiri dari data eksisting CV Nakhoda Nusantara Grup, data konsumen, dan data lingkungan bisnis dari CV Nakhoda Nusantara Grup.

Pengolahan data pertama yaitu melakukan pemetaan data kondisi eksisting dari CV Nakhoda Nusantara Grup menjadi sembilan blok *business model canvas* berdasarkan hasil dari wawancara dengan *owner* CV Nakhoda Nusantara Grup. Namun terdapat permasalahan yang didapatkan yaitu pada blok *channels*, *key activities*, dan *value proposition*. Pengolahan data berikutnya yaitu melakukan analisis *customer profile* dengan menggunakan data konsumen hasil rekapan kuisiner yang sudah disebar. Pengolahan data selanjutnya yaitu melakukan analisis mengenai lingkungan bisnis dengan menggunakan data lingkungan bisnis yang sudah dikumpulkan melalui studi pustaka dan pencarian data dari internet.

Dari data primer dan sekunder yang sudah terkumpul selanjutnya dilakukan pengolahan hasil kuisoner SWOT yang sudah diberikan kepada pihak CV Nakhoda Nusantara Grup yang nantinya hasil dari kuisoner tersebut dapat digunakan untuk membuat rancangan strategi model bisnis terbaik untuk CV Nakhoda Nusantara Grup.

Berdasarkan hasil analisis *customer profile* dan analisis SWOT, dilakukan pembuatan *value proposition canvas* untuk merancang *value proposition*. Apabila *value proposition* belum sesuai, maka dilakukan pembuatan *value proposition canvas* kembali. Pada tahap ini dilakukan pengembangan mengenai usulan rancangan *business model canvas* yang sesuai dengan *customer profile*, analisis SWOT, dan *value proposition* yang sesuai.

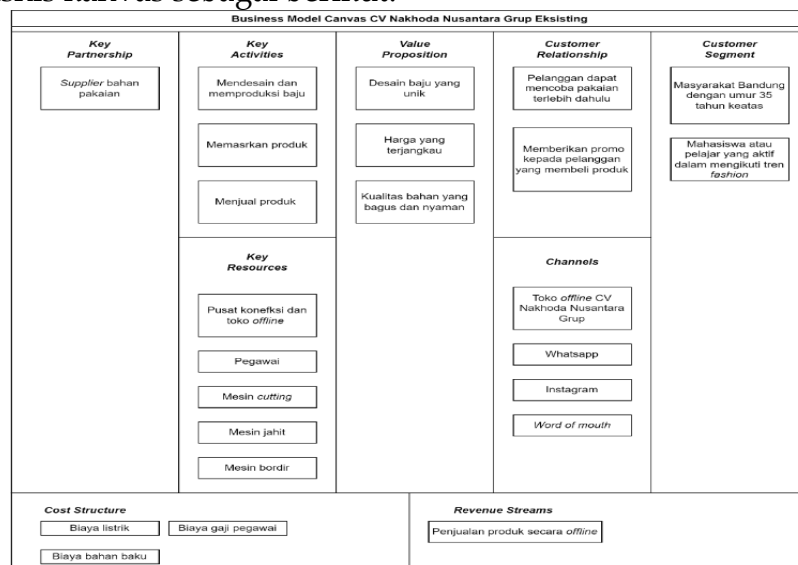
Pada tahapan ini dilakukan deskripsi mekanisme verifikasi mengenai usulan rancangan *Business Model Canvas* kepada pemilik dari CV Nakhoda Nusantara Grup. Proses verifikasi ini untuk melihat apakah pengerjaan *customer profile*, analisis SWOT, dan *value proposition canvas* sudah sesuai dengan tahapan berdasarkan teori.

Pada tahapan ini dilakukan evaluasi mengenai rancangan usulan *Business Model Canvas* yang telah dihasilkan. Evaluasi membahas mengenai apakah rancangan tersebut sudah sesuai dengan perusahaan atau belum berdasarkan *feedback* dari pemilik CV Nakhoda Nusantara Grup. Apabila rancangan usulan *Business Model Canvas* sudah sesuai maka akan membantu perusahaan dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di CV Nakhoda Nusantara Grup. Namun apabila rancangan usulan *Business Model Canvas* masih belum sesuai dengan perusahaan, maka harus dilakukan penyesuaian kembali untuk SWOT dan *value proposition* dari CV Nakhoda Nusantara Grup.

HASIL PENELITIAN

Business Model Canvas Eksisting

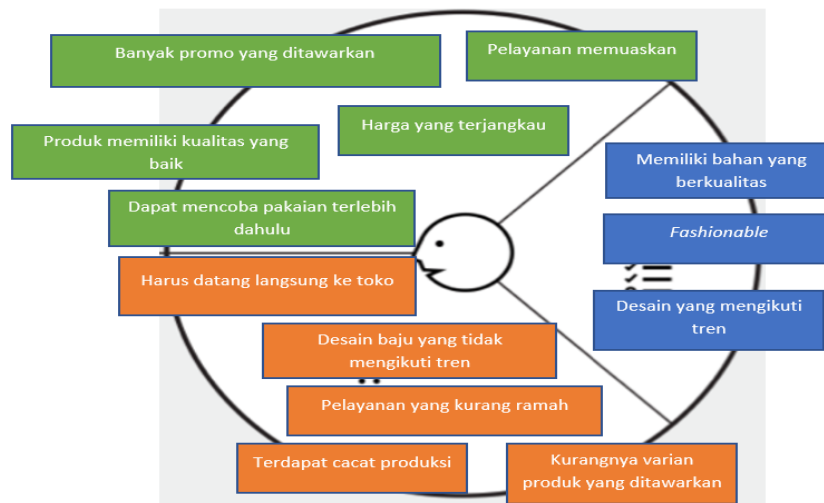
Dari hasil wawancara dengan *owner* CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu Bapak Jati Gunawan didapatkan hasil untuk pemetaan model bisnis berdasarkan sembilan blok model bisnis canvas sebagai berikut:



Gambar 2 *Business Model Canvas* Eksisting CV Nakhoda Nusantara Grup

Customer Profile

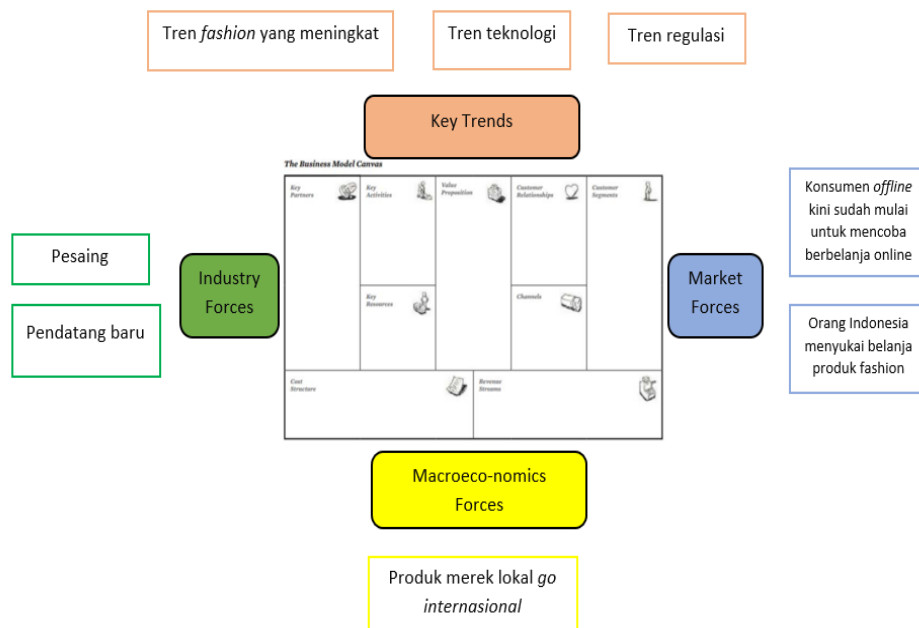
Berdasarkan data pelanggan yang didapatkan dari hasil kuisioner, maka dapat dipetakan *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains* untuk menjadi *customer profile* dari CV Nakhoda Nusantara Grup sebagai berikut:



Gambar 3 Customer Profile CV Nakhoda Nusantara Grup

Business Model Environment

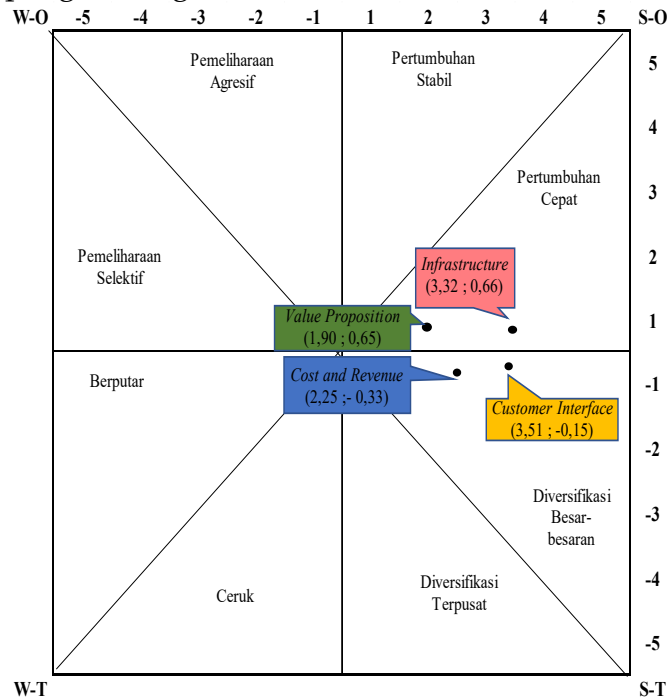
Setelah data berhasil dikumpulkan, maka langkah selanjutnya adalah melakukan pengolahan data. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu.



Gambar 4 Business Model Environment CV Nakhoda Nusantara Grup

Matriks SWOT

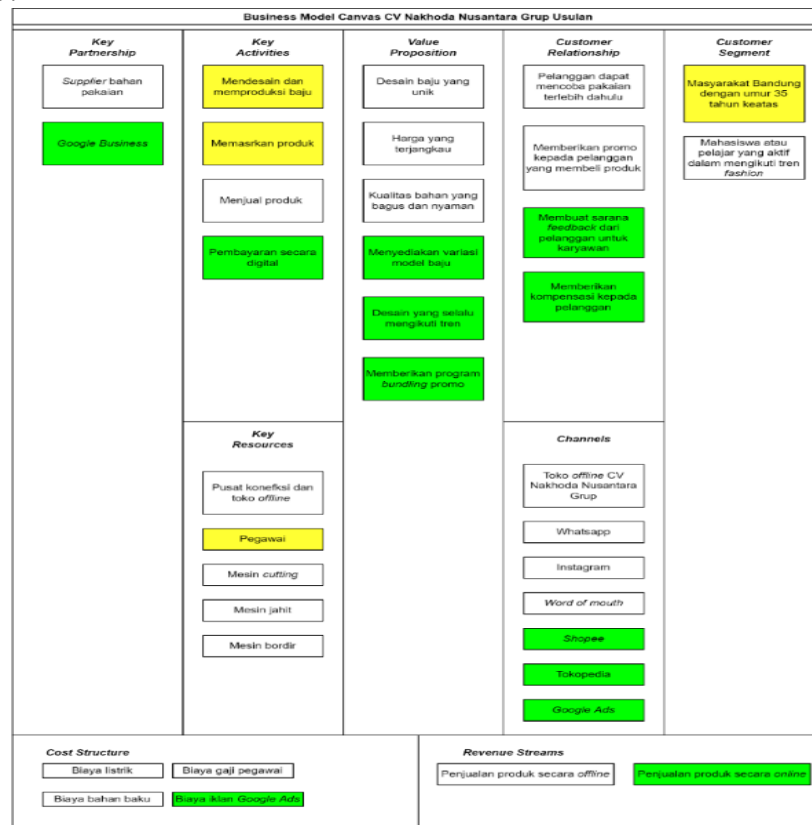
Berikut merupakan analisis matriks SWOT berdasarkan empat variabel dan strategi usulan untuk pengembangan model bisnis dari CV Nakhoda Nusantara Grup:



Gambar 5 Matriks SWOT

Business Model Canvas Usulan

Berikut merupakan hasil perancangan model bisnis usulan pada CV Nakhoda Nusantara Grup:



Gambar 6 Business Model Canvas Usulan CV Nakhoda Nusantara Grup

Berikut merupakan hasil perancangan model bisnis usulan pada CV Nakhoda Nusantara Grup:

a. *Customer Segment*

- Masyarakat Bandung baik pria maupun wanita dengan umur 35 tahun keatas (Ditingkatkan menjadi seluruh masyarakat Indonesia)
- Mahasiswa atau pelajar yang aktif mengikuti tren *fashion*

b. *Customer Relationship*

- Pelanggan dapat mencoba pakaian terlebih dahulu
- Memberikan promo kepada pelanggan yang membeli produk
- Membuat sarana feedback dari pelanggan untuk karyawan (Usulan)
- Memberikan kompensasi kepada pelanggan (Usulan)

c. *Channel*

- Toko *offline* CV Nakhoda Nusantara Grup
- Whatsapp
- Instagram
- *Word of mouth*
- Shopee (Usulan)
- Tokopedia (Usulan)
- *Google Ads* (Usulan)

d. *Value Proposition*

- Desain baju yang unik
- Harga terjangkau
- Kualitas bahan yang bagus dan nyaman
- Menyediakan variasi model baju (Usulan)
- Desain yang mengikuti tren (Usulan)
- Memberikan program *bundling* promo (Usulan)

e. *Revenue Streams*

- Penjualan produk secara *offline*
- Penjualan produk secara *online* (Usulan)

f. *Cost Structure*

- Biaya listrik
- Biaya gaji pegawai
- Biaya bahan baku
- Biaya iklan *Google Ads* (Usulan)

g. *Key Activities*

- Mendesain dan memproduksi baju (Ditingkatkan)
- Memasarkan produk (Ditingkatkan)
- Menjual produk
- Membuka pembayaran secara digital (Usulan)

h. *Key Resources*

- Pusat konfeksi dan toko *offline*
- Pegawai (Ditingkatkan)
- Mesin *cutting*
- Mesin jahit
- Mesin bordir

i. *Key Partnership*

- *Supplier* bahan pakaian
- *Google Business* (Usulan)

SIMPULAN

Hasil rancangan *business model canvas* usulan untuk CV Nakhoda Nusantara Grup ada yaitu memperluas segmen pelanggan dengan membuka toko di *e-commerce* yaitu membuka toko di Tokopedia dan Shopee, membuat transaksi pembayaran secara digital, membuat sarana *feedback* dari pelanggan untuk karyawan, memberikan kompensasi bagi pelanggan yang mendapatkan produk baju yang cacat produksi, memberikan *bundling* promo, bermitra dengan *google* melalui *Google Business*, melakukan pengiklanan *online* menggunakan *Google Ads*, menyediakan variasi model baju, dan membuat desain yang selalu mengikuti tren *fashion*.

Referensi :

- Chesbrough, H. (2007). *Business model innovation: it's not just about technology anymore: Strategy and Leadership*, Vol. 35 No. 6, pp. 12-17.
- Osterwalder, A. (2004). *The Business Model Ontology: A Proposition in a Design Science*.
- Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2010), *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*, Wiley.
- Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama