

PENGUNAAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA PERUSAHAAN CUSTOMADE

THE USE BUSINESS MODEL CANVAS SHOE COMPANY CUSTOMADE

Hanzah Natassyah Z, Irfan Prarendra, ST., MM

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom
hanzahnatassyah31@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk membuat rancangan model perusahaan Customade yang menggunakan framework business model canvas (BMC). Customade sendiri hadir sebagai model pengembangan sistem pelayanan penjualan sandal dan sepatu kulit yang menawarkan harga murah dan mempunyai kualitas yang bagus serta memberikan merchandise dan sampai saat ini para pengusaha sepatu dan sandal kulit terus tumbuh tetapi sistem pelayanan yang ditawarkan tetap menggunakan sistem yang sama saja. Dimana para calon pelanggan membeli produk yang berkualitas tetapi harganya mahal. Hal tersebut menjadi hal yang melatar belakangi peneliti membuat rancangan model bisnis perusahaan sepatu yang bernama Customade.

Mengetahui tanggapan atau respon dari para calon pelanggan yaitu para pelanggan yang menyukai produk sepatu yang terbuat dari kulit menjadi tujuan utama penelitian ini untuk mendukung rancangan model bisnis yang akan disajikan. Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian utama yang digunakan dalam penelitian ini dengan menetapkan sumber triangulasi yaitu para calon pelanggan, pelaku usaha yang menjual sepatu dan sandal kulit, dan pemerhati fashion sebagai sumber data. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara langsung kepada para narasumber triangulasi. Hasil wawancara para narasumber kemudian dianalisis dan dijadikan sebagai indikator dalam peta empati.

Tidak cukup dengan metode kualitatif, penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif sebagai metode penunjang dari metode penelitian kualitatif. Metode kuantitatif dalam penelitian ini digunakan untuk dilakukannya analisis deskriptif dari hasil pengolahan data. Sumber data kuantitatif didapatkan dengan menyebarkan kuesioner dimana isi kuesioner berdasarkan kesimpulan dari indikator-indikator yang terdapat pada peta empati. Kuesioner disebarkan kepada 110 responden dari para calon pelanggan Customade. Sehingga penelitian ini dapat dikatakan sebagai penelitian yang menggunakan metode penelitian campuran.

Dari hasil analisis respon para responden maka diketahui bahwa para responden mendukung rancangan yang ditawarkan. Dari hasil analisis juga diketahui adanya keinginan para responden untuk penerapan sistem layanan lain yaitu layanan pemberian merchandise. Berdasarkan hasil dari para responden, maka rancangan yang terdapat pada blok proposisi nilai pada framework business model canvas (BMC) mengalami perubahan yaitu penambahan merchandise. Rancangan akhir yang terbentuk dari penelitian diharapkan dapat menunjang perkembangan perusahaan customade dan perkembangan bengkel sepeda motor pada umumnya.

Kata kunci : Business Model Canvas (BMC), Model Bisnis, sepatu kulit, sandal kulit.

ABSTRACT

This research aims to make a corporate model which uses customade framework business model canvas (bmc).Own customade present as model system development sales sandal service and leather boots that offer cheap prices and have the quality of being good and give merchandise and until now businessmen sandal shoes and leather continuing to grow but service system offered fixed both the same system course. Where most of the prospective customers purchase products qualified but purchase expensive. It became the thing that drive because there researchers make design company business model shoes named customade.

Knowing the responses or a response from the prospective customers which are those customers who are fond of the product a shoe made of the skin to become the

main objective of this research to favor the schemes of the business model that will be presented. A method of the qualitative study is a method of the main research used in the study to assign a triangulation which are those prospective customers, business doers that sell a shoe and sandal the skin, and observers of fashion as a source of data. Data collection is done by means of direct interview to the speakers triangulation. The results of interviews the speakers then analyzed and taken as an indicator in map empathy.

Not enough with qualitative methods, the study also use quantitative methods as complementary methods of qualitative research methods. Quantitative methods in his study used for descriptive analysis of actual data processing results. Source of quantitative data obtained by disseminating a questionnaire where the contents of the questionnaires based on the conclusions of the indicators contained in the map of empathy. A questionnaire distributed to 110 respondents from the prospect Customade. So that this can be said as a research study using a mix of research methods.

Of the results of the analysis response respondents then seen that the respondents favor the schemes of that which is offered. Of the results of the analysis it was known that there the hope of respondents to the implementation of the other service that is the provision of services merchandise. Based on the results of the respondents hence the design which is found in a block of a proposition a value on framework business model canvas (bmc) undergoing of change namely the addition of merchandise. The final draft formed from penlitian is expected to support the development of company customade and development of motorcycle workshop in general.

Keywords : canvas (bmc) business model , the business model , leather shoes , leather sandals

Pendahuluan

Indonesia merupakan salah satu negara berkembang dan Bandung merupakan salah satu sentra bisnis di Indonesia. Banyaknya industri kreatif dan bisnis fashion yang didirikan di Bandung salah satunya berupa pusat pembuatan sepatu. Perkembangan industri pembuatan sepatu diikuti dengan meningkatnya jumlah produk lokal yang berkualitas dan mengalami perkembangan pesat selama beberapa dekade terakhir ini. Dengan semakin berkembangnya dan semakin tingginya kebutuhan masyarakat terhadap pelayanan yang berhubungan dengan kebutuhan fashion, maka kami berinisiatif untuk membuka suatu usaha Industri Kreatif yaitu di bidang fashion khususnya dalam memproduksi sepatu handmade yang berkualitas dan mengerti akan kebutuhan masyarakat yang dinamakan " Customade Indonesia " Customade Indonesia yang berdiri di kota Bandung. Customade Indonesia adalah produksi rumahan atau biasa di sebut home industry berdiri sejak tahun 2010, memproduksi sepatu handmade berbahan dasar kulit dengan berbagai macam jenis sepatu untuk pria dan wanita. Kami melayani pesanan sepatu dengan design bebas selain itu kami menerima pesanan partai kecil maupun partai besar untuk memenuhi kebutuhan konsumen.

Strategi usaha yang dijalankan oleh perusahaan tidak akan dapat berjalan maksimal jika tidak didasari oleh pengkajian dan perumusan model bisnis yang tepat (Chesbrough, 2006). Menurut Levy (2001), bertindak pada model bisnis yang salah dapat menimbulkan kerugian finansial atau kehilangan peluang yang sangat besar, sehingga meningkatkan potensi untuk keluar dari bisnis. Hal ini menunjukkan bahwa evaluasi model bisnis merupakan hal penting dalam dunia bisnis, tidak terkecuali pada bidang fashion. Tanpa adanya model bisnis yang sesuai maka perusahaan tidak akan dapat bertahan lama. Model bisnis Customade akan dijelaskan lebih detail melalui bisnis model kanvas. Penjelasan bisnis melalui model bisnis kanvas akan membantu perusahaan untuk melihat lebih akurat bagaimana rupa usaha yang akan dijalani. Dengan alat ini perusahaan seakan dapat melihat bisnis secara keseluruhan, gambaran besar dari setiap elemen kunci yang terkait dengan bisnis Customade. Jenis segmen pelanggan Customade dibagi menjadi dua segmen menjadi business to business dan business to customer pria dan wanita segala usia baik pelajar, pekerja, maupun profesi yang lainnya. Untuk business to business nya Customade memenuhi permintaan yang pada umumnya mereka memiliki toko sendiri, baik berupa toko fisik ataupun

online. Sistem kontrak pemesanan berupa sistem beli putus dengan minimal pemesanan 20pcs (1 kodi). area penjualan Customade meliputi Indonesia, kawasan Asia Tenggara dan Australia.

Suatu nilai yang tercipta pada segmen pelanggan tidak terlepas dari kontribusi sebuah elemen-elemen yang terpadu dalam memenuhi pelayanan pada segmen pelanggan. Dari tiga elemen yaitu elemen sifat baru, kinerja, dan penyesuaian yang dijelaskan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam bukunya Business Model Generation, elemen Customade yang berkontribusi dalam penciptaan nilai pelanggan ialah elemen sifat baru dan elemen kinerja. Customade sendiri menjangkau pelanggannya dengan salurannya sendiri yang dibuat secara langsung dan tidak langsung, saluran secara langsung ialah saat diadakannya event jadi pelanggan dapat langsung menjangkau produk Customade di booth Customade. Dan secara tidak langsung pelanggan dapat menjangkau Customade melalui situs resmi www.customade-shoemakers dan media sosial resmi twitter (@CustomadeIDN) facebook (customade shoemakers) instagram (@customadeIDN). Customade memberikan garansi kepada konsumen dengan memberikan servis gratis terhadap kerusakan terhadap sepatu dan sandal selama periode yang ditentukan.

Motivasi dari penelitian ini agar dapat dilakukan perancangan desain bisnis Customade dengan menggunakan Model Bisnis Kanvas guna mendapatkan konsep serta rancangan bisnis yang matang. Rancangan konsep bisnis ini juga diharapkan dapat menunjang dan memenuhi harapan para konsumen dalam pemenuhan kebutuhan sepatu mereka dan menjadikan Customade sebagai produsen sepatu lokal yang bekerja dengan profesionalitas tinggi dengan tujuan kualitas dan kepuasan para konsumennya. Rumusan masalahnya adalah bagaimana rancangan desain bisnis atau model bisnis Customade menggunakan bantuan atau tool peta empati untuk membangun Business Model Canvas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyiapkan rancangan desain atau model bisnis Customade dengan menggunakan Business Model Canvas untuk menjelaskan model bisnis ini.

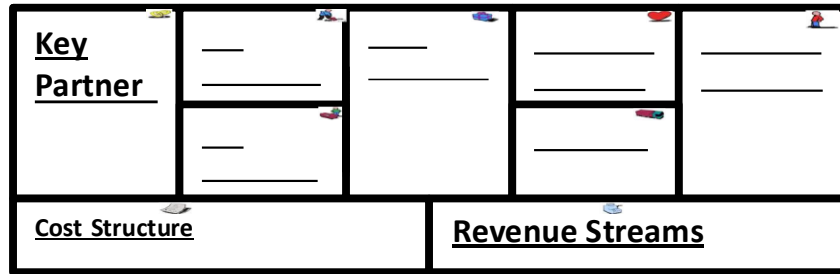
Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif merupakan riset yang bersifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang tidak menggunakan statistic tapi melalui pengumpulan data, analisis, kemudian diinterpretasikan. Biasanya berhubungan dengan masalah sosial dan manusia yang bersifat interdisipliner, fokus pada multimethod, naturalistik dan inter pretatif (dalam pengumpulan data, paradigma, dan interpretasi).

1. Tinjauan Pustaka

Ada dua hal yang menjadi topik utama yang akan dibahas pada tugas akhir ini yang terkait langsung dengan bisnis model Customade, yaitu Bisnis Model Kanvas dan Peta Empati. Kedua topik ini merupakan hal penting yang dibutuhkan untuk membangun sebuah bisnis model. Bisnis Model Kanvas adalah sebuah tools atau alat yang dirancang untuk membangun dan menggali sebuah ide bisnis. Alat yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan kolega-koleganya ini adalah sebuah alat visual satu halaman yang terdiri dari sembilan kotak yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang. (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:15). Peta empati sendiri merupakan alat bantu visual yang membantu kita untuk dapat membuat profil pelanggan dengan cara yang sangat mudah dan sederhana. Peta empati sangat penting karena banyak perusahaan berinvestasi sangat besar dalam riset pasar, meskipun pada saat mendesain produk, layanan, dan model bisnis sering kali mengabaikan perspektif pelanggan. Desain model bisnis yang baik akan menghindari kesalahan seperti ini. (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:131).

1.1 Business Model Canvas

Menurut Eisenmann (2002, 12), Model Bisnis adalah hipotesis tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang dalam jangka panjang: apa yang perusahaan akan jual, dan kepada siapa, bagaimana perusahaan akan mengumpulkan pendapatan, teknologi apa yang akan digunakan, kapan perusahaan akan bergantung pada mitra bisnisnya serta bagaimana dengan hal biaya. Menurut Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam bukunya Business Model Generation ada sembilan blok bangunan dasar pada sebuah bisnis model yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang, gabungan kesembilan blok tersebut disebut Business Model Canvas (BMC). Kesembilan blok tersebut mencakup empat bidang utama pada suatu bisnis, yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan finansial (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:15)

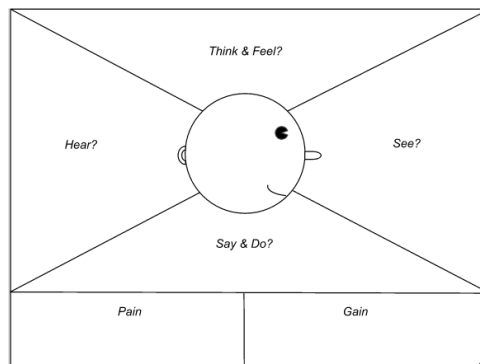


Gambar 1. Model Bisnis Kanvas

1.2 Empathy MAP

Siapun yang mempelajari model bisnis harus bisa mengurai profil segmen pelanggan yang dituju. Cara yang baik untuk memulai adalah dengan menggunakan peta empati, yaitu sebuah alat bantu berpikir yang membantu anda berjalan melampaui karakteristik demografi pelanggan dan mengembangkan pemahaman yang lebih baik tentang lingkungan, perilaku, kepedulian, dan aspirasi. Dengan alat ini kita bisa menemukan model bisnis yang lebih kuat karena profil pelanggan memandu perancangan proposisi nilai yang lebih baik, cara yang lebih nyaman dalam menjangkau pelanggan, dan hubungan pelanggan yang lebih baik (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:131).

Peta empati merupakan alat bantu visual yang dikembangkan oleh perusahaan berpikir visual bernama XPLANE (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:131). Alat bantu visual satu halaman ini terdiri dari enam kotak yang terdiri dari berbagai pertanyaan yang memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan lebih baik apa yang benar-benar diinginkan oleh pelanggan.



Gambar 2. Peta Empathy

<p>Apa yang dilihatnya? (See?) Jelaskan apa yang dilihat pelanggan dalam lingkungannya</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Seperti apa tampaknya? - Siapa yang mengelilinginya? - Siapa teman-temannya? - Apa masalah yang ditemui?
<p>Apa yang didengarnya? (Hear?) Menjelaskan bagaimana lingkungan mempengaruhi pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang dikatakan teman-temannya? Pasangannya? - Saluran media mana yang berpengaruh? - Saluran media mana yang berpengaruh?
<p>Apa yang benar-benar dipikirkan dan dirasakannya? (Think & Feel?) Mencoba mengurai apa yang ada dibenak</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Apa yang benar-benar penting untuknya (yang tidak dikatakannya secara terbuka)? - Bayangkan emosinya. Apa yang

pelanggan	menggerakkannya? - Apa yang dapat membuatnya terbangun di malam hari? - Cobalah menggambarkan mimpi-mimpi dan aspirasinya.
Apa yang dikatakan dan dilakukannya? (Say and Do?) Membayangkan apa yang mungkin dikatakan pelanggan, atau bagaimana perilakunya	- Apa sikapnya? - Apa yang dapat dikatakannya kepada orang lain?
Sakit hati apakah yang dirasakan pelanggan? (Pain?)	- Apakah frustrasi terbesarnya? - Risiko apa yang ditakutinya?
Apa saja perolehan pelanggan? (Gain?)	- Apa yang benar-benar ingin dicapainya? - Bagaimana ia mengukur kesuksesan?

Tabel 1. Pertanyaan Peta

2. Pembahasan

3.1 Peta Empathy

Hasil dari wawancara merupakan jawaban-jawaban dari pertanyaan yang telah ditentukan berdasarkan peta empati dan sumber jawaban berasal dari sumber-sumber yang ditetapkan pada teknik pengumpulan data triangulasi dimana terdapat tiga sumber yang diwawancarai seperti yang telah dijelaskan pada halaman 33 yaitu para pelaku usaha sepatu dan sandal, para pemerhati fashion khususnya di bidang sepatu dan sandal dan yang berkaitannya serta para calon pelanggan Customade. Kemudian jawaban-jawaban dari hasil wawancara akan dijadikan indikator-indikator yang akan mengisi pertanyaan-pertanyaan yang terdapat pada peta empati. Berikut adalah hasil wawancara yang telah dirangkum dari sumber-sumber yang telah ditetapkan.

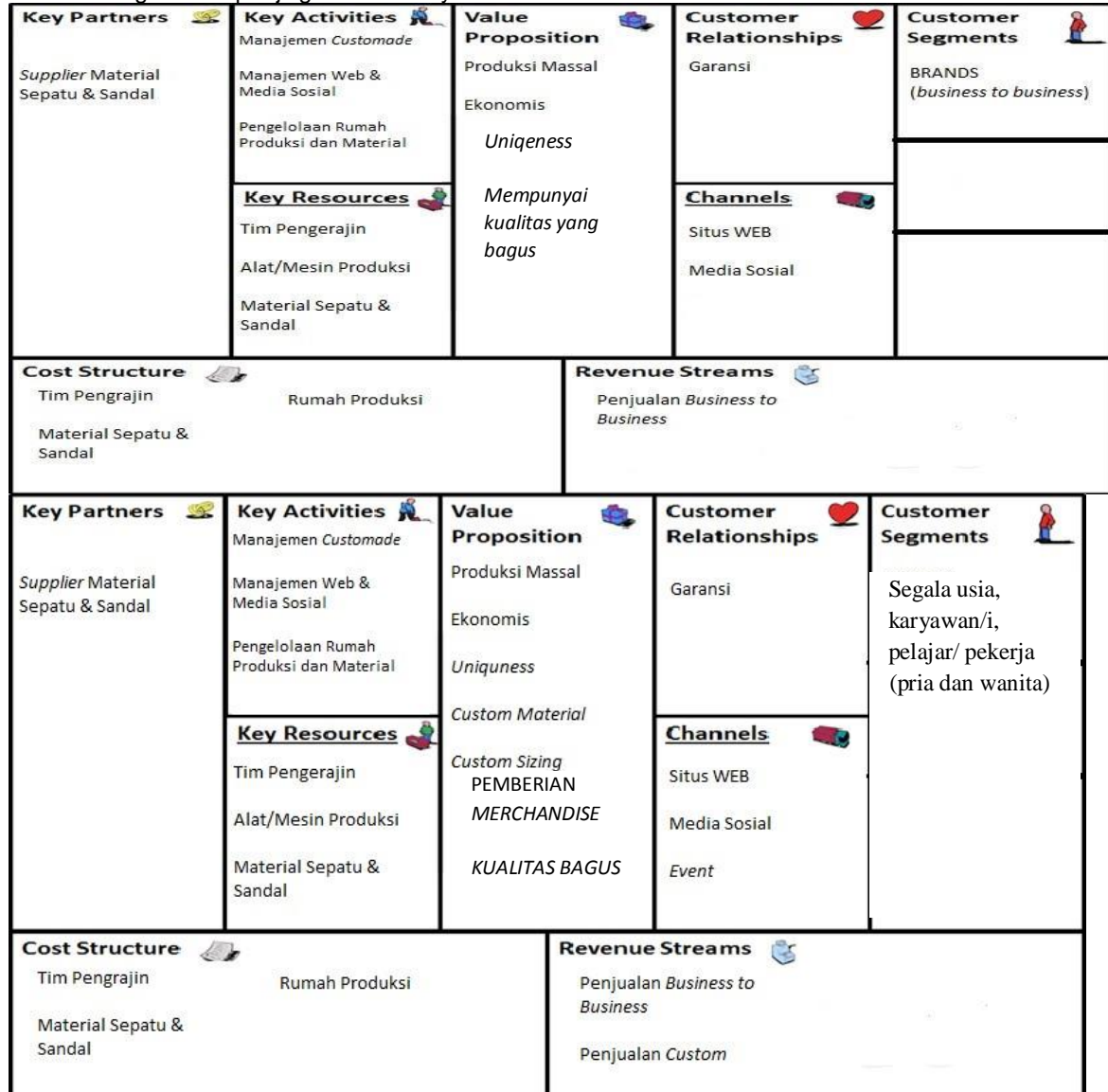


Gambar 3. Indikator Peta Empathy

Dengan melihat dari hasil analisis indikator peta empati yang berasal dari para informan triangulasi, peneliti melihat terdapat adanya kebutuhan yang masih sedikit para pelaku usaha sepatu/ sandal kulit yang menyadari kebutuhan tersebut. Sistem-sistem baru yang akan diterapkan nantinya akan menjadi sebuah inovasi sebagai wujud perkembangan dalam dunia fashion, dimana menurut pemerhati fashion sekarang banyak orang lebih memilih pembuatan sepatu secara handmade dan mempunyai kualitas lebih baik daripada buatan mesin.

3.2 Model Bisnis Kanvas

Rancangan model bisnis bengkel Customade yang peneliti tetapkan adalah pemberian merchandise, dan memberikan harga yang murah tetapi mempunyai kualitas yang tidak kalah bagusnya yang membuat para pelanggan Customade tentu akan merasalah lebih puas, serta Customade juga memberikan kualitas bahan yang mempunyai kualitas yang sangat baik terutama dalam pemilihan kulit buat atasan sepatu atau sandal, sehingga sepatu atau sandal akan terlihat lebih elegant dan terlihat mahal. Selain kualitas Customade juga memberikan kenyamanan terhadap sepatu dan sandal yang dijual ke pelanggan, jadi ketika pelanggan memakai produk buatan Customade bukan hanyaterlihat bagus tetapi juga terasa nyaman.



Gambar 5. Model Bisnis Kanvas Business to Customer Costumade Final

4 KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya penambahan pada Value Proposition pada Model Bisnis Kanvas Business to business Customade yaitu Uniqeness dan mempunyai kualitas yang bagus
2. Adanya penambahan pada Value Proposition pada Model Kanvas Business to customer Customade penambahannya yaitu pemberian merchandise dan kualitas bagus.

Saran

1. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti lebih dalam dan tidak hanya sebatas meneliti rancangan model pada blok-blok bisnis model kanvas. Penelitian pada model rencana bisnis atau business plan diharapkan dapat dilakukan seperti dari sisi model rencana keuangan atau financial plan seta model rencana pemasaran atau marketing plan.
2. Fokus penelitian ini hanya pada kegiatan eksternalnya saja yang dirancang menggunakan peta empati. Sehingga pada peneliti selanjutnya dapat dilakukan penelitian yang berfokus pada kegiatan internal atau operasional dengan menggunakan model analisis atau tools yang berbeda seperti analisis SWOT (strength, weakness, opportunity, and tread) atau analisis strategi rantai nilai atau model analisis lainnya yang bertujuan untuk mendapatkan pengurangan cost dalam pelaksanaan kegiatan operasional dan semakin meningkatkan profit.

DAFTAR PUSTAKA

A. Sumber Buku

- Creswell, John .W. (2009). Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, John.W (2010). Research Design: pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Eisenmann, Thomas. (2002). Internet Business Models: Text and Cases. New York. McGraw-Hill/Irwin.
- Narbuko, Cholid., & Achmadi, Abu. (2012). Metodologi Penelitian. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Osterwalder, Alexander., & Pigneur, Yves. (2012). Business Model Generation. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Riduwan. (2010). Metode dan Teknik Menyusun Tesis. Bandung: Alfabeta.
- Rogers, Everett M. (1983). Diffusion of Innovations. New York : free press, collier mamillan.
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Suharyadi & Purwanto. Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. (2009). Jakarta. Salemba Empat.
- Susetyo, Budi. (2010). Statistika Untuk Analisis Data Penelitian. Bandung: Refika Aditama.

B. Sumber Internet

- (<http://sepatupria99.com/blog/sepatu-handmade-original-buatan-indonesia>, diakses pada tanggal 20-11-2014)
- (<http://sepatupria99.com/blog/likers-brand-sepatu-lokal-terbaru-bandung>, diakses pada tanggal 20-11-2014)
- (<http://www.merdeka.com/peristiwa/sepatu-buatan-anak-muda-bandung-sampai-ke-afrika-selatan.html>, diakses pada tanggal 20-11-2014)