

**ANALISIS BISNIS PADA USAHA MIKRO KECIL SABLON MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*: STUDI PADA TIO KINGDOM
SABLON DI KOTA SOLO**

**BUSINESS ANALYSIS MICRO BUSINESS SABLON USING CANVAS BUSINESS
MODEL APPROACH: STUDY IN TIO KINGDOM SABLON IN SOLO CITY**

Risya Nursyahbani¹, Ida Nurnida Relawan²

Prodi S1 Administrasi Bisnis, Universitas Telkom

¹risyanrsyah@gmail.com, ²Idanurnida@gmail.com

Abstrak

Pada dasarnya semua perusahaan mempunyai model bisnis, baik disadari maupun tidak. Pada sisi lain pemahaman pemilik usaha pada model bisnis yang dijalankannya dapat menjadikan bisnis secara lebih terstruktur sehingga arah pengembangan bisnis lebih jelas, yang dapat digunakan perusahaan ini untuk terus berinovasi, menjaga kualitas dan hubungan kemitraan untuk mampu bersaing dengan para kompetitor.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memetakan operasional bisnis industri sablon dengan studi pada 'Tio Kingdom Sablon' dengan pendekatan *Business Model Canvas*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis sembilan blok *Business Model Canvas*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis model kanvas dapat menggambarkan kondisi usaha Tio Kingdom Sablon dan terdapat aspek yang masih lemah pada Tio Kingdom Sablon yang perlu diperbaharui, yaitu dari aspek *Channel* yaitu kurangnya promosi menggunakan media sosial seperti instagram, facebook yang pada saat ini merupakan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan Tio Kingdom Sablon pada masyarakat luas dan bekerja sama dengan Event organizer. Aspek Key Resource yang masih lemah karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dari Tio Kingdom Sablon. Aspek Value Proposition dengan menambah produk yang bisa di custom seperti souvenir. Serta aspek Key Activity dengan melakukan pencatatan database pelanggan agar lebih terstruktur jumlah pengeluaran dan penjualan dari Tio Kingdom Sablon. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa Tio Kingdom Sablon sudah sesuai dengan konsep sembilan elemen dari *Business Model Canvas* yang saling berkaitan tetapi masih ada kelemahan pada beberapa elemennya.

Kata kunci : Model Bisnis, Bisnis Model Kanvas

Abstract

Basically, all companies have a business model, whether consciously or not. On the other hand, the understanding of business owners on the business model they run can make the business more structured so that the direction of business development is clearer, which this company can use to continue to innovate, maintain quality and partnership relationships to be able to compete with competitors.

The purpose of this study is to describe and map the business operations of the screen printing industry by studying at the 'Tio Kingdom Screen Printing' approach to the *Business Model Canvas*. The research method used is descriptive qualitative analysis using the analysis of nine blocks of *Business Model Canvas*.

The results show that the canvas model business can describe the business conditions of Tio Kingdom Sablon and there are still weak aspects in Tio Kingdom Sablon that need to be updated, namely from the aspect of the Channel namely lack of promotion using social media such as Instagram, Facebook which is currently a very big to increase sales and introduce Tio Kingdom Sablon to the wider community and work together with the Event organizer. Key Resource aspects are still weak due to the limited number of workers from Tio Kingdom Sablon. Value Proposition aspect by adding products that can be customized like souvenirs. And

aspects of the Key Activity by recording customer databases to make more structured the amount of expenditure and sales from Tio Kingdom Sablon. The conclusion of this study is that Tio Kingdom Sablon has applied nine elements of the Business Model Canvas that are interrelated but there are still weaknesses in some of the elements.

Keywords : *Business Model, Business Model Canvas*

1. Pendahuluan

Pada dasarnya semua perusahaan mempunyai model bisnis, baik disadari maupun tidak, demikian pula dengan Tio Kingdom Sablon menyatakan belum pernah membuat model bisnis, yang dapat digunakan perusahaan untuk berinovasi, menjaga kualitas, menjaga hubungan dengan mitra untuk dapat terus membuat produk yang berkualitas, untuk bersaing dengan para kompetitor.

Tio Kingdom adalah salah satu jenis usaha berskala mikro dengan omset rata-rata Rp.700.000.00 juta per tahun. Berdasarkan UU No 20/2008 jika jumlah omset lebih dari Rp.300.000.000 sampai dengan Rp.2.500.000.000 maka termasuk ke dalam kriteria usaha kecil. Tio Kingdom Sablon sablon sebagai salah satu unit UMK yang merupakan bagian dari usaha berskala mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berikut adalah:

TABEL 1.1 JUMLAH PENJUALAN TIO KINGDOM SABLON TAHUN 2013-2018

No	Nama produk	Tahun					
		2013	2014	2015	2016	2017	2018
1	Kemeja/Kaos	3400	3700	4100	5500	4800	6000
2	Hoodie/Jacket	1550	3200	3000	2700	3600	3500
3	Topi	120	200	300	550	290	350
4	Stiker	65	50	2500	48	150	200
5	Shopping Bag	80	115	100	120	200	170
6	Custom Totebag	50	48	60	-	50	100
Jumlah		5265	7313	7810	8926	9090	10320

Tio Kingdom Sablon adalah salah satu unit UMK yang telah berkembang dengan pesat. Hal tersebut dilihat dari banyaknya penjualan dari tahun ke tahun yang semakin meningkat sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.1 . Munculnya pesaing baru seperti Thunderstorm, Rown, dan Nimco sangat memungkinkan akan mempengaruhi Tio Kingdom Sablon yang dapat menyebabkan penurunan usahanya. Saat ini Tio Kingdom Sablon menjalankan bisnisnya dengan kegiatan berdagang tanpa modal dan mempromosikan usahanya dari mulut ke mulut(WOM), dan belum mengembangkan promosi usahan ya di media sosial seperti instagram, facebook yang pada saat ini menjadi suatu keharusan terkait dengan kemajuan usaha.

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti melakukan penelitian dengan judul “Analisis Bisis Pada Usaha Mikro Kecil Sablon Menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* :Studi Pada Tio Kingdom Sablon Di Solo”.

2. Kerangka Teoritis

2.1 Strategi

Menurut Ritson (2013:9) strategi adalah mendapatkan posisi atau serangkaian posisi kompetitif yang mengarah pada kinerja keuangan yang unggul dan berkelanjutan kompetitif.

2.2 Model Bisnis

Model bisnis diartikan sebagai model yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan bergerak dalam menghasilkan keuntungan. Model bisnis didefinisikan sebagai suatu gambaran yang rasional terkait

usaha organisasi dalam menciptakan, menghantarkan, dan menangkap nilai. Bisnis model memiliki sembilan dimensi yang dikenal sebagai 'Business model canvas' (Ostelwalder & Pigneur, 2014:18). Sedangkan menurut Wheelen & Hunger (2014:110) mendefinisikan model bisnis sebagai metode yang digunakan oleh perusahaan untuk menghasilkan uang di lingkungan bisnis dimana perusahaan beroperasi

2.3 Model Bisnis Kanvas (Business Model Canvas)

Business model canvas adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Model bisnis dapat dijelaskan dengan Sembilan blok bangunan dasar yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang.

Business model canvas menurut Ostelwalder & Pigneur (2013:18) terdiri atas sembilan blok yaitu proporsi nilai (value propositions), segmen pelanggan (customer segments), hubungan pelanggan (customer relationship), saluran (channels), sumber daya utama (key resources), aktivitas kunci (key activities), kemitraan utama (key partnership), struktur biaya (cost structure), arus pendapatan (revenue streams). Menurut Ostelwalder & Pigneur (2013:19) setiap dari nine basic building blocks, dapat menjadi langkah awal untuk menentukan darimana suatu perusahaan melakukan transformasi bisnis model.

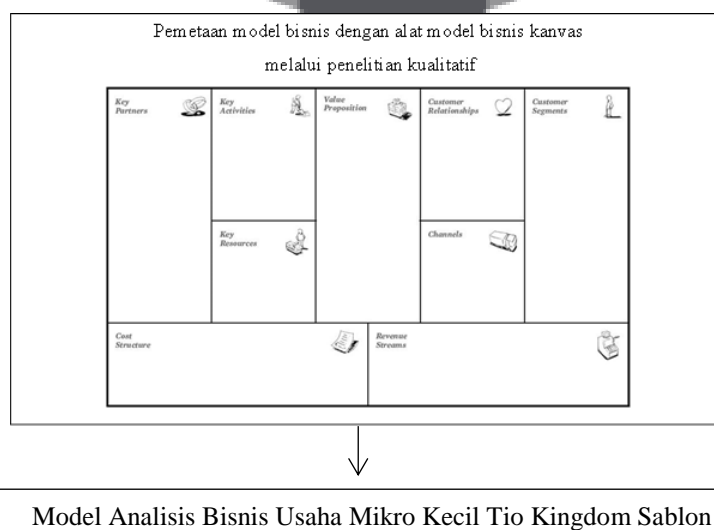
2.4 Emphaty map

Peta empati merupakan alat bantu visual yang diciptakan dan dikembangkan oleh perusahaan berpikir visual bernama Xplane (Osterwalder & Pigneur 2013:131) peta empati akan memberikan pengertian yang lebih mendalam tentang bagaimana pelanggan mendapatkan kepuasan terhadap nilai produk/jasa jika dibandingkan dengan harga yang ditawarkan. Terdapat 6 indikator pertanyaan yang diajukan kepada segmen pelanggan agar perusahaan lebih memahami dengan baik apa yang benar-benar diinginkan oleh pelanggan.(Osterwalder & Pigneur 2013:131)

1. Apa yang dilihatnya?
2. Apa yang didengarnya?
3. Apa yang benar-benar dipikirkan dan dirasakan?
4. Apa yang dikatakan dan dilakukannya?
5. Sakit hati apakah yang dirasakan pelanggan?
6. Apa saja perolehan pelanggan?

2.5 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memetakan operasional bisnis secara jelas dengan pendekatan business model canvas pada Tio Kingdom Sablon agar mengetahui apakah Tio Kingdom Sablon sudah menggunakan 9 blok bangunan dalam bisnis model kanvas secara keseluruhan atau hanya sebagian saja yang digunakan. hal tersebut penting untuk mengevaluasi jalannya bisnis Tio Kingdom Sablon selama ini. Selain itu business model canvas dapat dijadikan bahan evaluasi bagi Tio Kingdom Sablon agar mampu mengembangkan usahanya dan menerapkan sebuah model bisnis yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan metode analisis bisnis model kanvas.



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

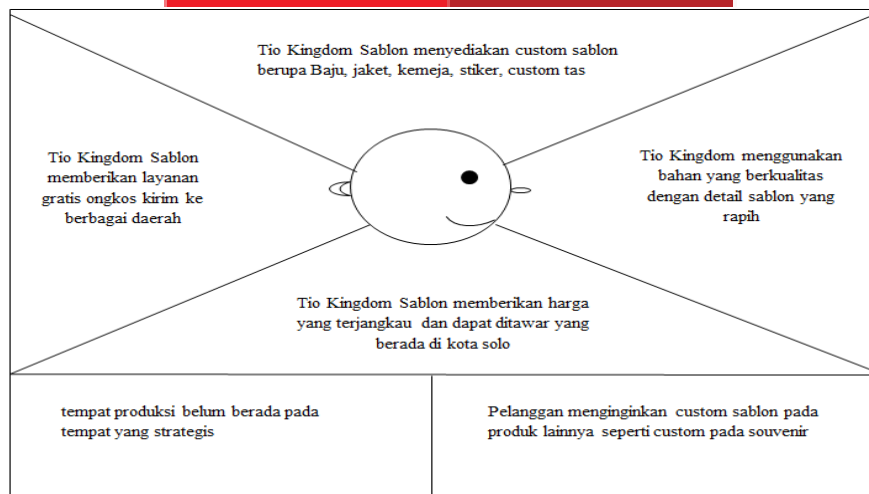
3 Metode Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara sedangkan data sekunder diperoleh melalui studi pustaka. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Penelitian bisnis kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk memenuhi tujuan bisnis melalui teknik-teknik yang memungkinkan peneliti menyajikan bahan untuk melakukan interpretasi fenomena penelitian tanpa tergantung pada ukuran-ukuran angka

Dalam uji keabsahan data yang dilakukan peneliti dalam penelitian ini adalah menggunakan Uji kepercayaan (*credibility*) yang menggunakan teknik triangulasi sumber dan teknik triangulasi waktu . Uji keteralihan (*transferability*) dalam penelitian ini yaitu dengan memaparkan hasil penelitian dengan jelas, rinci, terstruktur, sistematis dan dapat dipercaya agar dapat memenuhi uji keteralihan. Uji kebergantungan (*dependability*) pada penelitian ini yaitu dimana peneliti memberikan saran untuk peneliti selanjutnya dengan dilakukan audit dari proses awal sampai akhir. Uji kepastian (*confirmability*) pada penelitian ini yaitu peneliti telah meminta persetujuan dari pembimbing tentang hasil penelitian.

4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis maka peta empati dari Tio Kingdom Sablon dijelaskan sebagai berikut:



Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan dari Tio Kingdom Sablon dapat diperoleh informasi mengenai gambaran Sembilan blok *Business Model Canvas* berikut adalah pemetaan operasional bisnis Tio Kingdom Sablon:

KP 1.Toko kain dan tinta 2.Reseller/broker 3.Pengiriman ekspedisi barang	KA 1.Membuat produk dan menjaga kualitas. 2.Mensponsori organisasi.	VP 1.Bahan baku produk menggunakan bahan yang berkualitas dan detail sablon yang rapih. 2.Respon pemesanan yang cepat. 3.Harga yang terjangkau dan dapat ditawar. 4.Gratis ongkir	CR 1.Interaksi pelanggan secara langsung dan dengan media online 2.Memberikan cashback pada pelanggan 3.menerima dan membantu keluhan konsumen	CS 1.Anak muda (SMP-Mahasiswa) 2. Komunitas
	KR 1.Tempat produksi 2.Alat sablon 3.SDM 4.Modal pribadi		CH 1. Promosi media sosial 2. Sponsor kegiatan organisasi 3.WOM	
CS Sewa tempat, gaji pegawai, biaya produksi, biaya transportasi, biaya bahan baku		RS Penjualan kaos, kemeja, jaket, tas, shopping bag, stiker, topi		

Berdasarkan dari hasil penelitian, hasil wawancara, dan observasi yang dilakukan peneliti kepada Tio Kingdom Sablon dapat dilihat menggunakan pendekatan business model canvas. berikut adalah analisis pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

4.2.1 Customer Segment

Customer segment Tio Kingdom Sablon masih berfokus pada anak muda di usia sekitar 15-24 tahun yaitu pelajar dan mahasiswa, serta segmen dari Tio Kingdom Sablon yaitu komunitas yang berada di kota solo.

4.2.2 Value Proposition

Value proposition dari Tio Kingdom Sablon yaitu menggunakan bahan yang berkualitas, juga mengerjakan custom produk dengan detail sablon yang rapih dan tidak mudah rusak, respon pemesanan yang cepat menjadi hal yang penting bagi konsumen karena konsumen cenderung ingin mendapatkan respon yang cepat, selain itu harga yang ditawarkan dari Tio Kingdom Sablon dapat ditawar dan gratis biaya ongkos kirim.

4.2.3 Channel

Berdasarkan dari hasil olah peneliti, jenis saluran yang digunakan Tio Kingdom Sablon dalam menjangkau pelanggan yaitu dengan cara menyediakan media sosial seperti line dan whats up yang bertujuan untuk memudahkan menyampaikan informasi, sponsor kegiatan organisasi di lingkungan kampus, Word of Mouth (WOM) merupakan proses komunikasi berupa pemberian rekomendasi baik secara individu maupun kelompok.

4.2.4 Customer Relationship

Customer relationship dari Tio Kingdom Sablon yaitu interaksi pelanggan secara langsung dengan berhubungan langsung kepada karyawan untuk memesan produk dan media online seperti line dan whats up. Tio Kingdom Sablon juga memberikan cashback pada pelanggan dengan cara memberikan potongan harga pada pelanggan, dan Tio Kingdom Sablon juga selalu menerima serta membantu keluhan dari para konsumen.

4.2.5 Revenue Stream

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada saat ini sumber pemasukan dan pendapatan yang diperoleh dari Tio Kingdom Sablon adalah seluruh kegiatan penjualan produk yaitu penjualan kaos, kemeja, jaket, tas, shopping bag, stiker, topi.

4.2.6 Key Resource

Tio Kingdom Sablon mempunyai beberapa sumber daya utama yang mendukung proses bisnisnya yaitu fasilitas fisik berupa tempat produksi yang di dalamnya berlangsung semua kegiatan produksi seperti menyablon, menjahit, packing produk. selain itu sumber daya manusia yang terdiri dari bagian kepala produksi, pecah warna sablon, serta penjahit. lalu Tio Kingdom Sablon mempunyai alat untuk mendukung proses produksi seperti screen, rakel, alat pemotong kain, dan mesin jahit. dan yang paling penting yaitu sumber daya finansial.

4.2.7 Key Activity

Dalam kegiatan bisnis Tio Kingdom Sablon terdapat beberapa aktivitas kunci yang dilakukan untuk dapat memenuhi permintaan konsumen. aktivitas produksi yang dilakukan Tio Kingdom Sablon yaitu membeli bahan baku, proses pemotongan sablon, proses sablon, proses jahit, dan proses packing. selain aktivitas tersebut Tio Kingdom Sablon menjadi sponsor kegiatan acara pada organisasi mahasiswa.

4.2.8 Key Parnership

Key partnership dari Tio Kingdom Sablon yaitu toko kain dan tinta sablon. Toko kain yang dipilih Tio Kingdom Sablon yaitu toko sumber sandang sedangkan untuk tinta sablon Tio Kingdom memilh di toko yuhu yang terletak di kota solo, selain itu Tio kingdom Sablon memiliki mitra yaitu reseller/ broker, dan juga eskpedisi pengiriman barang untuk dikirim ke berbagai daerah.

5 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa Tio Kingdom Sablon sudah sesuai dengan konsep sembilan elemen dari *Business Model Canvas* yang saling berkaitan tetapi masih ada kelemahan pada beberapa elemennya. Berikut adalah gambaran mengenai 9 blok bangunan atau disebut juga dengan *business model canvas* pada Tio Kingdom Sablon

1. Customer Segment dari Tio Kingdom Sablon adalah kalangan anak muda yang berusia 15-24 tahun dari anak SMP hingga mahasiswa, komunitas seperti komunitas motor, komunitas sepeda dan komunitas lainnya yang ada di kota solo.
2. Value Proposition dari Tio Kingdom Sablon yaitu respon pemesanan yang cepat, bahan baku produk menggunakan bahan yang berkualitas serta detail sablon yang rapih, harga yang ditawarkan Tio Kingdom sablon terjangkau dan dapat ditawar, juga gratis ongkos kirim ke berbagai daerah. Usulan value proposition dari peneliti yaitu menambahkan jenis produk yang bisa di custom seperti souvenir.
3. Channel Tio Kingdom Sablon yaitu dalam menjangkau pelanggan dengan media sosial seperti line, whatsapp, melalui WOM atau komunikasi dari mulut ke mulut yang mempunyai pengaruh kuat dalam bisnis ini, sponsor kegiatan organisasi seperti kegiatan acara olahraga. Usulan saluran dari peneliti adalah memperluas pemasaran melalui media sosial seperti instagram, facebook, website serta bekerjasama dengan event organizer.
4. Customer Relationship Tio kingdom sablon mampu membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan menggunakan personal assistance, memberikan cashback pada pelanggan, menerima dan membantu keluhan konsumen
5. Key Partnership Tio Kingdom Sablon mempunyai *supplier* untuk memenuhi kebutuhan produksi yaitu supplier toko kain dan tinta, reseller/broker, pengiriman ekspedisi barang.
6. Key Activity dari Tio Kingdom Sablon yaitu memproduksi custom sablon, dan mensponsori organisasi dalam upaya pemasaran brand Tio Kingdom Sablon.
7. Key Resources yang dimiliki Tio Kingdom Sablon yaitu tempat produksi, alat sablon, karyawan dan sumber daya finansial. Usulan key resource dari peneliti adalah menambah jumlah karyawan agar dapat mempercepat proses pengerjaan sablon.
8. Revenue Stream, pendapatan yang diterima Tio Kingdom Sablon yaitu berasal dari penjualan kaos, kemeja, jaket, tas, shopping bag, stiker, topi.
9. Cost Structure, Tio Kingdom Sablon memiliki jenis struktur biaya yaitu biaya sewa tempat, gaji pegawai, biaya produksi, biaya transportasi, biaya bahan baku.

Berdasarkan pemetaan diatas, hasil penelitian menunjukkan ada aspek yang masih lemah pada Tio Kingdom Sablon yang perlu diperbaharui, yaitu dari aspek *Channel* yaitu kurangnya promosi menggunakan media sosial seperti instagram, facebook yang pada saat ini merupakan peluang yang sangat besar untuk meningkatkan penjualan dan mengenalkan Tio Kingdom Sablon pada masyarakat luas dan bekerja sama dengan Event organizer. Aspek Key Resource yang masih lemah karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dari Tio Kingdom Sablon. Aspek Value Proposition dengan menambah produk yang bisa di custom seperti souvenir. Serta aspek Key Activity dengan melakukan pencatatan database pelanggan agar lebih terstruktur jumlah pengeluaran dan penjualan dari Tio Kingdom Sablon.

Daftar Pustaka:

- Ritson, N. (2013). *Strategic Management*. <http://bookboon.com>.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Canvas*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Canvas*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Wheelen, T. L., & J. David Hunger. (2014). *Managemen strategis*. Jakarta : Andi Dimensi.