

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(STUDI KASUS PADA VOCUZ EVOLUTE CLOTHING PADA TAHUN 2014)**

***BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY WITH BUSINESS MODEL CANVAS
(Case Study In Vocuz Evolute Clothing)***

M Fikri Finaldo¹, Dr. Ir. Ratna L. Nugroho, MM.²

¹Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

²Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Universitas Telkom

¹aldo.fholicstudio@gmail.com, ²ratnalubis@ymail.com

Abstrak

Industri sandang adalah industri yang semakin berkembang seiring bertambahnya jumlah penduduk, hal ini di sebabkan sandang adalah salah satu kebutuhan utama setiap manusia sehingga persaingan dalam industri ini semakin hari semakin ketat. Dalam hal ini, Vocuz Evolute sebagai salah satu usaha yang bergerak dibidang sandang yang berdiri sejak tahun 2003 dan belum mempunyai model bisnis, dapat menciptakan model bisnis yang tepat untuk menghadapi persaingan serta mengembangkan usahanya. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memetakan model bisnis Vocuz Evolute dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*, kemudian model bisnis yang ada dievaluasi menggunakan analisis *strengths, weaknesses, opportunities, and threats* (SWOT). Setelah itu, dihasilkan rancangan model bisnis baru sebagai pengembangan usaha Vocuz Evolute. Jenis penelitian ini adalah deskriptif studi kasus dengan metode kombinasi. Teknik pengumpulan data metode kualitatif menggunakan *in depth interview* dan studi dokumentasi. Selain itu, data didapatkan dari kuesioner analisis *Strenght, Weakness, Opportunity, Threat* kepada pihak internal perusahaan. Teknik analisisnya menggunakan teknik analisis data kualitatif dan analisis statistik deskriptif.

Hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa gambaran model bisnis perusahaan sudah baik jika ditinjau dari sembilan elemen menurut konsep *business model canvas*. Dari penelitian ini ditemukan bahwa perusahaan mampu memaksimalkan kekuatan yang ada sehingga kekuatan tersebut ada pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Peluang yang sangat tinggi pada elemen *customer segments* dan ancaman yang tinggi pada elemen *value propositions*. Maka dari itu, perusahaan disarankan untuk dapat melakukan pengembangan bisnis dengan cara; Meningkatkan *value propositions* dengan cara menambah variasi produk, membuat divisi khusus untuk mengurus bagian *online*, dan menambah jumlah toko-toko mitra yang di miliki.

Kata kunci: *business model canvas*, industri sandang.

Abstract

Clothing industry is growing by increasing the number of population, that because Clothing is our basics need as human being and because of that competition in this industry is always increasing. Vocuz Evolute as one of many business in Clothing industry since 2003 never had any business model and if Vocuz Evolute have one, it can help them to compete with their competitors and also develop their business.

This research goal is to map business model of Vocuz Evolte with business model canvas, after that business model will be evaluated by strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) and then reveals the new business model for Vocuz Evolute.

Type of this Research are descriptive case study with combination method. Quallitative data collection using in depth intervie and documented study. Quantitative method using SWOT qestioner for corporate internal. Analisisist technique using quallitative data analysisist and analysisist statistic descriptive.

Results of this research tell us that Vocuz Evolute have good business model base on business model canvas concept. Research find Vocuz Evolute capable of maximizing their strenght with high and very high category. One of Very high category is opportunity with element custimer segment and high category in threats is value propositions.

Because of that, we suggested Vocuz Evolute for developing their business with : increasing their value propositions with adding more product variant, create online focus division and adding more partner store.

1. Pendahuluan

Vocuz Evolute merupakan salah satu *clothing* dari kota Bandung yang berdiri pada tanggal 12 Juni 2003. Vocuz Evolute memproduksi pakaian untuk pria dan wanita, mulai dari kaos, celana, jaket, rok, hingga aksesoris seperti tas dan topi. Lokasi toko Vocuz Evolute sendiri berada di Jl. Geusan No.1, Sultan Agung, Bandung dan berkantor pada Jl.Parasitologi No.10, Cigadung, Bandung.

Lokasi toko Vocuz Evolute sendiri berada di salah satu jalan yang terdapat *clothing* lainnya di Bandung yaitu jalan Sultan Agung. Dari observasi peneliti di sepanjang jalan Sultan Agung terdapat beberapa *clothing* lainnya seperti House of Smith, Ouval Research, Black id, Kick denim, Blankwear, LTP Project, Apparel Store, Evil, Cosmic, Dloops dan lain lain.

Industri sandang merupakan industri yang akan terus berkembang, karena pada dasarnya semua manusia memiliki tiga kebutuhan primer yaitu sandang, pangan dan papan. Karena Sandang adalah salah satu kebutuhan primer setiap manusia, maka pertumbuhan kebutuhan sandang pun mengikuti pertumbuhan jumlah penduduk suatu daerah.

Kota Bandung sebagai salah satu kota kreatif di Indonesia tentunya bukanlah hal baru lagi bagi masyarakat di negara ini. Banyaknya kekayaan alam yang tersimpan di kota kembang, dan tingginya kreativitas sumber daya manusia yang berada di kota tersebut, menjadikan Kota Bandung sebagai barometer pertumbuhan industri kreatif di tingkat nasional. Tidaklah heran bila berbagai macam predikat pun kini mulai bermunculan dari kalangan masyarakat, mulai dari kota besar yang dikenal sebagai pusat perkembangan mode, pusat kreasi seni dan budaya, pusat jajanan dan kuliner, serta sebutan Paris Van Java yang sekarang ini menjadi salah satu icon tujuan wisata di Kota Bandung

pendapatan domestik bruto (PDB) subsektor industri kreatif di bidang Produk Domestik Bruto pada tahun 2013 didominasi oleh subsektor kuliner sebesar 33% dan fesyen yaitu sebesar 27%. Menjadi sebuah alasan tersendiri mengapa fesyen yang masih berhubungan dengan sandang menjadi objek penelitian penulis yaitu dengan banyaknya pelaku usaha dalam bisnis fashion di kota Bandung maupun di Indonesia.

2. Dasar Teori dan Metodologi

2.1 Tinjauan Pustaka

[1]Model Bisnis

Ada beberapa definisi mengenai model bisnis, satu di antaranya yaitu “sebuah model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.” (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 14). Pernyataan di atas dapat diartikan bahwa model bisnis menggambarkan mengenai bagaimana sebuah organisasi membuat, menyampaikan dan mendapatkan nilai kepada calon konsumen.

Terdapat empat manfaat apabila kita memiliki model bisnis, yaitu sebagai berikut (Tim PPM Manajemen, 2012: 19):

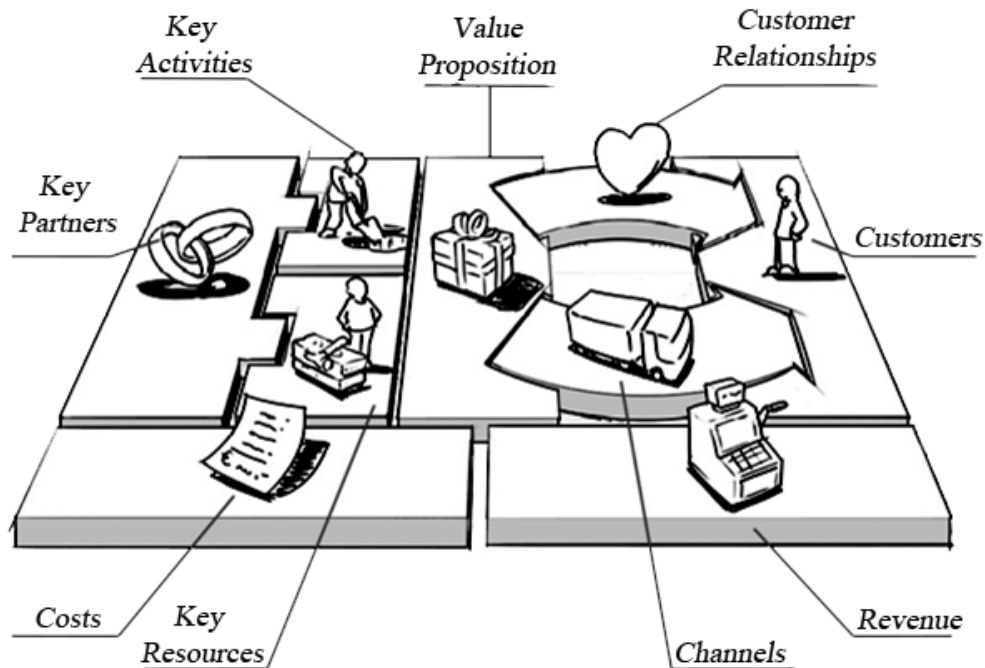
1. Model bisnis memudahkan para perencana dan pengambil keputusan di perusahaan melihat hubungan logis antara komponen-komponen dalam bisnisnya, sehingga dapat dihasilkan nilai bagi konsumen dan nilai bagi perusahaan.
2. Model bisnis dapat dipakai untuk membantu menguji konsistensi hubungan antar komponennya.
3. Model bisnis dapat digunakan untuk membantu menguji pasar dan asumsi yang digunakan ketika mengembangkan bisnis.
4. Model bisnis dapat dipakai untuk menunjukkan seberapa radikal suatu perubahan dilakukan dan konsekuensinya.

[2]Model Bisnis Canvas

Ada beberapa definisi mengenai model bisnis, satu di antaranya yaitu “sebuah model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.” (Osterwalder dan Pigneur, 2010: 14). Pernyataan di atas dapat diartikan bahwa model bisnis menggambarkan mengenai bagaimana sebuah organisasi membuat, menyampaikan dan mendapatkan nilai kepada calon konsumen.

The business model canvas didefinisikan sebagai “*A shared language for describing, visualizing, assessing, and changing business model*” (Osterwalder dan Pigneur, 2012: 12) yakni sebuah bahasa untuk melukiskan, memvisualisasikan, menilai dan merubah model bisnis.

Model bisnis ini digambarkan dengan sembilan *building blocks* yang menunjukkan bagaimana sebuah perusahaan menghasilkan uang. Elemen-elemen ini mencakup empat area utama bisnis yaitu: konsumen, penawaran, infrastruktur dan kelangsungan finansial perusahaan.



Gambar 2.1 *Business Model Canvas*

[3]Evaluasi Bisnis Model

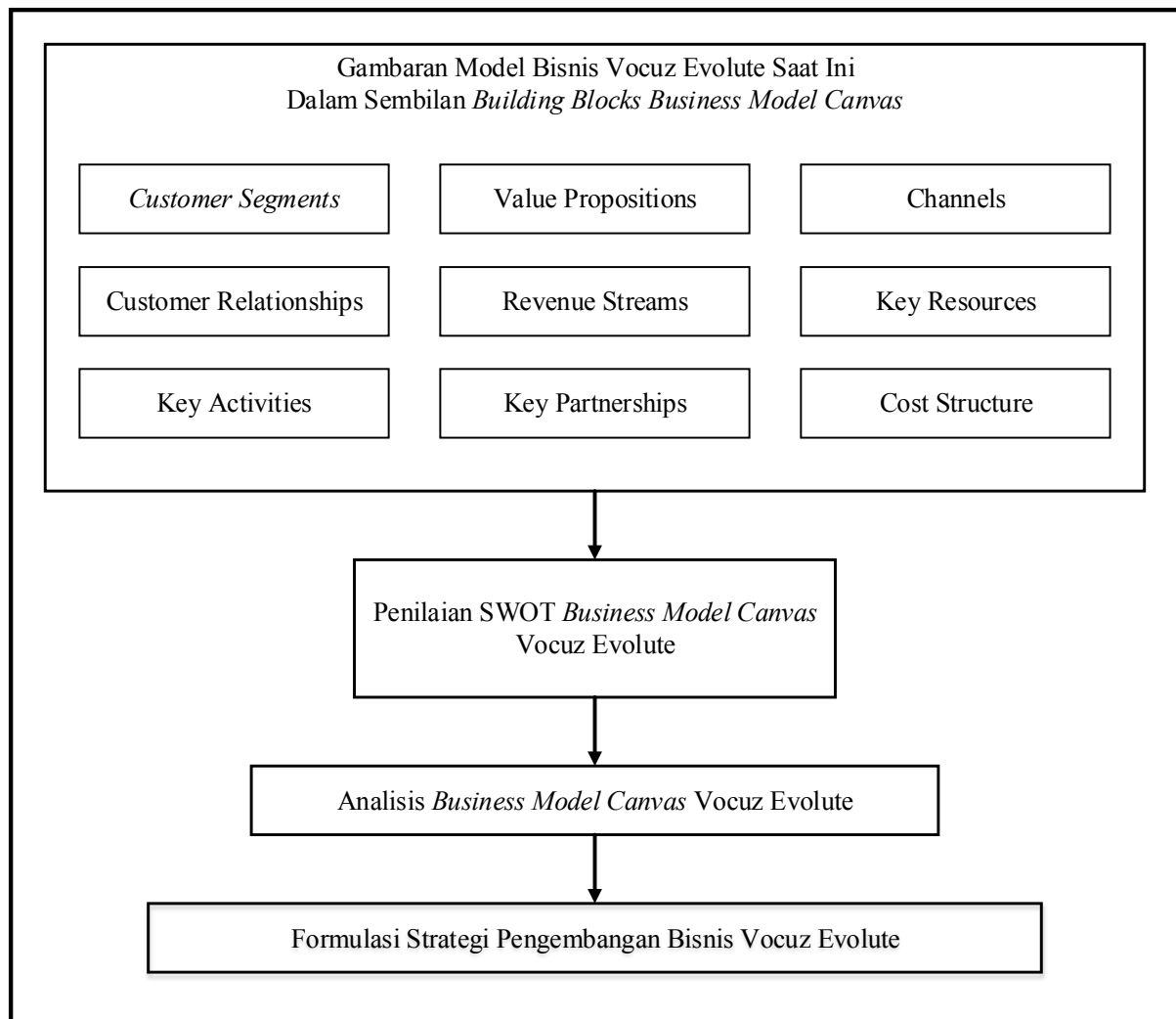
Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012: 212), evaluasi pada bisnis model merupakan aktivitas manajemen yang penting dilakukan secara berkelanjutan. Pengecekan bisa dilakukan bertahap untuk meningkatkan model bisnis, bahkan menimbulkan campur tangan dari bisnis model yang inovatif.

Evaluasi model bisnis bertujuan untuk menilai kondisi perusahaan, dengan begitu perusahaan dapat lebih cepat menemukan masalah pada bisnis model, bahkan perusahaan dapat mencegah kebangkrutan. Hasil evaluasi berguna untuk bahan diskusi lebih jauh, pengambilan keputusan, serta dapat menjadi dasar untuk meningkatkan, pembaharuan dan inovasi pada model bisnis.

Dalam mengevaluasi model bisnis, penilaian dilakukan pada ke sembilan elemen dalam BMC. Cara yang efektif untuk melakukan evaluasi adalah dengan memadukan analisis *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats* (SWOT), dengan *business model canvas* (BMC). Analisis SWOT menyediakan empat perspektif untuk menilai setiap elemen model bisnis. Sedangkan BMC menyediakan sembilan elemen penting dari suatu perusahaan sebagai fokus yang perlu dilakukan analisis SWOT (Osterwalder dan Pigneur, 2012: 216).

2.2 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori – teori yang mendasari penelitian ini dan prasurvei yang dilakukan oleh peneliti, maka dibuat kerangka pemikiran yang dijelaskan pada gambar 2.10.



Gambar 2.10

2.3 Metode Penelitian

Dari rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif studi kasus. Nazir (2013: 44) menjelaskan bahwa apabila ditinjau dari jenis masalah yang diselidiki, teknik dan alat yang digunakan, serta tempat dan waktu penelitian dilakukan, penelitian deskriptif terdiri dari beberapa jenis yaitu metode survei, metode deskriptif berkesinambungan, penelitian studi kasus, penelitian analisis pekerjaan dan aktivitas, penelitian tindakan, dan penelitian perpustakaan dan dokumenter.

Menurut Sekaran dan Bougie (2010: 304) *case study that are qualitative in nature are, however useful in applying solution to current problems based on past problem solving experiences*. Studi kasus yang bersifat kualitatif, bagaimanapun berguna dalam menerapkan solusi untuk masalah saat ini didasarkan pada pemecahan masalah pasca pengalaman.

Penelitian ini menggunakan studi kasus karena peneliti ingin mengetahui suatu fenomena di sebuah objek penelitian yang telah ditentukan yaitu Vocuz Evolute. Hal ini didukung oleh pengertian penelitian studi kasus yang dikemukakan oleh Maxfield (Nazir, 2013: 45) yaitu penelitian yang berhubungan dengan suatu fase spesifik, atau khas dari keseluruhan personalitas. Subjek penelitian dapat saja berupa individu, kelompok, lembaga, maupun masyarakat.

Jenis penelitian yang di gunakan adalah penelitian kualitatif menurut Satori dan Komariah (2013:25) adalah suatu pendekatan penelitian yang mengungkap situasi sosial tertentu dengan mendeskripsikan kenyataan secara benar, dibentuk oleh kata-kata berdasarkan teknik pengumpulan dan analisis data yang relevan diperoleh dari situasi yang alamiah.

Desain yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sequential exploratory* atau urutan penemuan. Metode penelitian kombinasi yang menggabungkan metode penelitian kualitatif dan kuantitatif secara berurutan, di mana pada tahap pertama penelitian menggunakan metode kualitatif dan pada tahap ke dua menggunakan metode kuantitatif (Sugiyono, 2014:473).

Desain penelitian ini di pilih karena dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data kualitatif dengan melakukan wawancara mendalam untuk mengetahui model bisnis yang sedang berjalan untuk Vocuz Evolute saat ini, dan untuk data kuantitatif peneliti menggunakan bantuan kuesioner analisis SWOT untuk mengevaluasi

model bisnis yang sedang berjalan untuk nantinya dilakukan penyempurnaan terhadap bisnis modelnya. Kuesioner dibangun berdasarkan pedoman dari Osterwalder dan Pigneur (2012).

3. Pembahasan

3.1 Karakteristik Responden






Penentuan responden pada penelitian kualitatif dilakukan secara *purposive*, yaitu ditentukan dengan menyesuaikan tujuan penelitian atau tujuan tertentu (Satori dan Komariah, 2013: 50). Jadi, sampel pada penelitian kualitatif tidak dapat ditetapkan dengan rumus seperti dalam penelitian kuantitatif. Sampel dalam penelitian kualitatif adalah semua orang, dokumen dan peristiwa-peristiwa (yang ditetapkan oleh peneliti) untuk diamati, diobservasi, atau diwawancarai sebagai sumber informasi yang dianggap ada hubungannya dengan permasalahan penelitian (Satori dan Komariah, 2013: 52).





Pada jurnal ini responden yang di pilih adalah :

Responden	Teknik Pengambilan Data	Nama Responden	Posisi di perusahaan
I	Wawancara, Kuesioner	Randi Tusla	<i>Owner</i> merangkap <i>accounting</i>
II	Wawancara, Kuesioner	Lukman Permana	<i>Assistant Owner</i> merangkap <i>marketing & sales</i>
III	Wawancara, Kuesioner	Ryzal Firmansyah	Pegawai operasional
IV	Wawancara, Kuesioner	Aprizal Rosmayadi	Pegawai <i>store</i>

3.2 Hasil Penelitian kualitatif

Dari hasil wawancara dan studi dokumentasi yang dilakukan peneliti maka dapat dipetakan model bisnis yang dijalankan Vocuz Evolute adalah sebagai berikut:

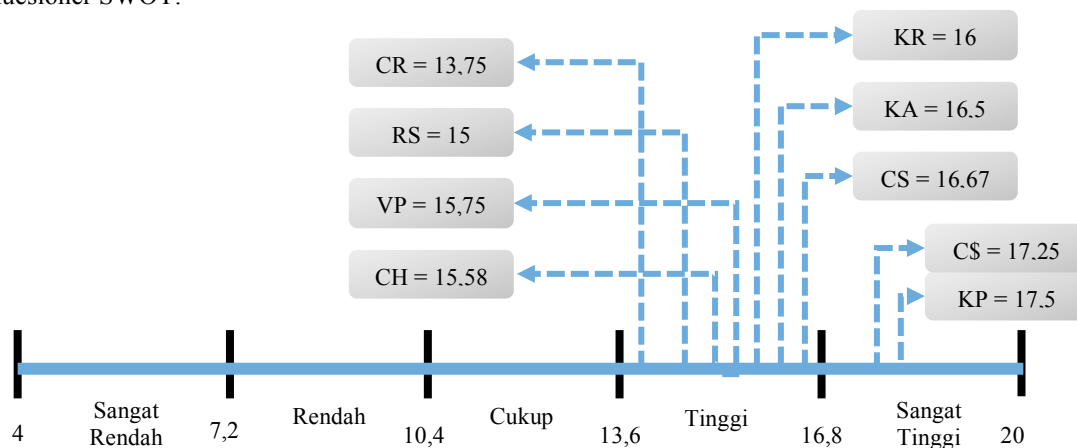
KP 	KA 	VP 	CR 	CS 
Ekspedisi Fotografer Model Endorsement artis Pemasok bahan baku	Produksi, promosi, penjualan, pengiriman produk ke toko-toko mitra	Produk: Kaos pria & wanita, kemeja pria & wanita, kemeja flanel, jaket pria & wanita, <i>polo shirt</i> , <i>dress</i> wanita, rok wanita, aksesoris pria & wanita Banyak variasi model	Bantuan personal di toko Interaksi dengan pelanggan di online Promo <i>discount</i> , <i>event</i> , <i>endorsement</i>	Pria & wanita

<p>Vendor aksesoris</p> <p>Toko Mitra</p>	<p>KR</p> <p>Alat produksi & bahan baku </p> <p>Modal pribadi & pinjaman bank</p> <p>4 penjahit, 1 pegawai finishing, 4 pegawai toko, 4 di bagian kantor termasuk asisten pemilik & pemilik</p> <p>Brand Vocuz Evolute</p>	<p>Bahan yang berkualitas dan nyaman untuk dipakai</p> <p>Desain yang <i>up to date</i></p> <p>Competitive price</p>	<p>CH</p> <p></p> <p>Offline:</p> <p>Toko Vocuz Evolute, toko mitra konsinyasi & wholesale, pameran.</p> <p>Online:</p> <p>website, facebook, twitter, instagram</p>	<p>Pelajar & Mahasiswa</p> <p>15 - 28 tahun</p>
<p>C\$</p> <p>Value-driven (terpacu biaya) </p> <p>Upah pegawai, produksi, transportasi, promosi, sewa toko & kantor</p>		<p>R\$</p> <p>Penjualan aset berupa produk-produk </p>		

Gambar 4.1 Gambaran Model Bisnis Vocuz Evolute menurut *Business Model Canvas*

3.3 Hasil Penelitian Kwantitatif

Kesimpulan garis kontinum dari analisis kekuatan pada sembilan elemen *business model canvas* berdasarkan kuesioner SWOT:



Gambar 4.11

Garis Kontinum Analisis Kekuatan (*Strengths*)

Keterangan :

CS = *Customer Segments*

VP = *Value Propositions*

CH = *Channels*

RS = *Revenue Streams*

CR = *Customer Relationships*

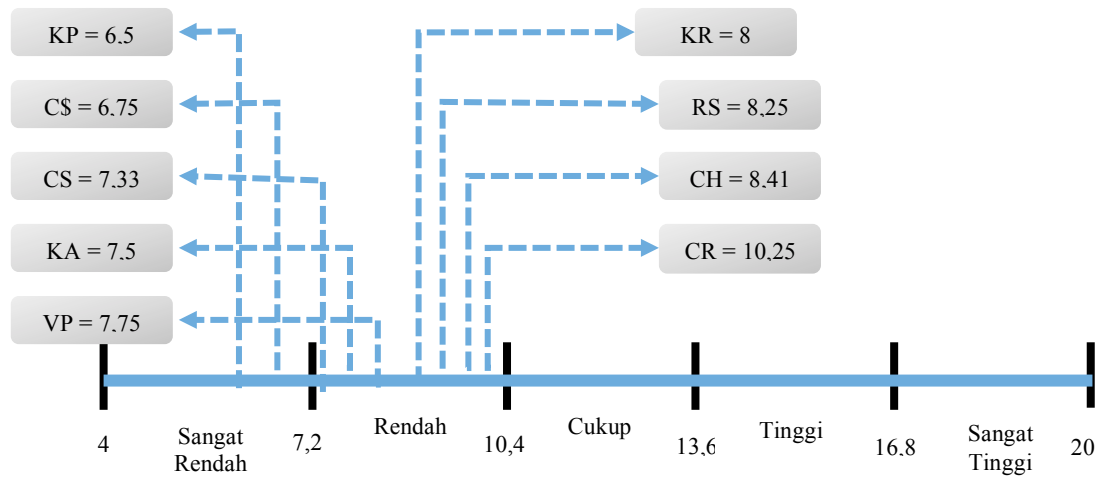
KA = *Key Activities*

KR = *Key Resources*

KP = *Key Partnerships*

C\$ = *Cost Structure*

Kesimpulan garis kontinum dari analisis kelemahan pada sembilan elemen *business model canvas*:



Gambar 4.12
Garis Kontinum Analisis Kelemahan (*Weaknesses*)

Keterangan :

CS = *Customer Segments*

RS = *Revenue Streams*

KR = *Key Resources*

VP = *Value Propositions*

CR = *Customer Relationships*

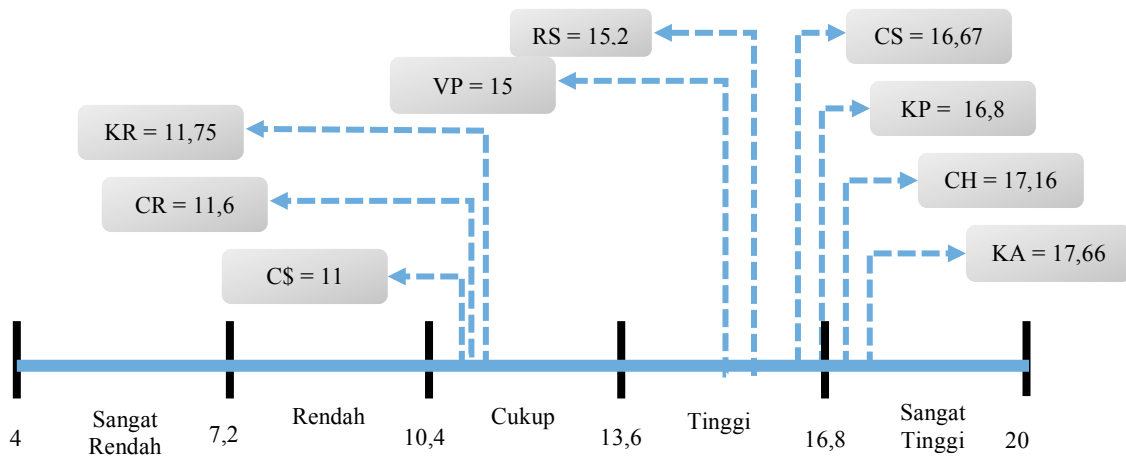
KP = *Key Partnerships*

CH = *Channels*

KA = *Key Activities*

C\$ = *Cost Structure*

Kesimpulan garis kontinum dari analisis peluang pada sembilan elemen *business model canvas*:



Gambar 4.13
Garis Kontinum Analisis Peluang (*Opportunities*)

Keterangan :

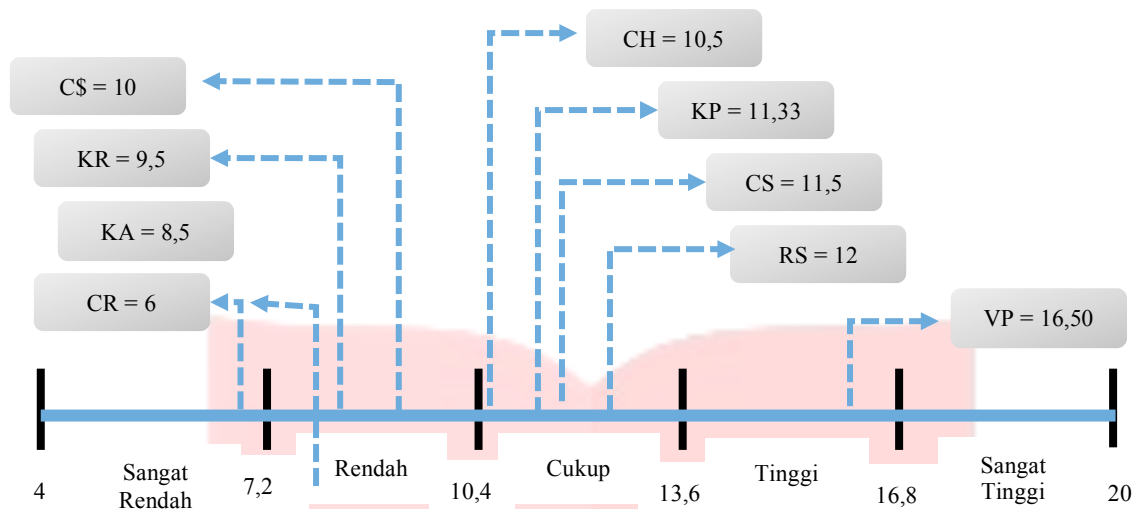
Keterangan :

CS = *Customer Segments*

VP = *Value Propositions*

CH = *Channels*

Kesimpulan garis kontinum dari analisis ancaman pada sembilan elemen *business model canvas*:



Gambar 4.14
Garis Kontinum Analisis Ancaman (Threats)

Keterangan :

CS = *Customer Segments*

RS = *Revenue Streams*

KR = *Key Resources*

VP = *Value Propositions*

CR = *Customer Relationships*

KP = *Key Partnerships*

CH = *Channels*






KA = *Key Activities*





C\$ = *Cost Structure*

4. Kesimpulan

1. Gambaran model bisnis Vocuz Eolute menggunakan pendekatan *business model canvas* secara garis besar dikatakan sudah baik. Model bisnis yang sudah berjalan di perusahaan mampu memenuhi ke sembilan elemen pada konsep *business model canvas*.
 - a. *Customer segments* perusahaan sudah tersegmentasi dengan baik. Hal tersebut dikarenakan nilai yang ditawarkan perusahaan sudah sesuai dengan segmen pelanggannya. Tipe segmentasi perusahaan adalah *segmented*.
 - b. *Value propositions* perusahaan sudah baik, karena perusahaan mampu memenuhi kebutuhan segmen pelanggannya. Namun masih ada ruang untuk menjadi lebih baik lagi dengan membuat produk-produk yang di minta oleh pelanggan yang selama ini belum sempat dikelola oleh perusahaan.
 - c. *Channels* yang digunakan perusahaan sudah baik dan cocok dengan segmen pelanggan. Saluran yang digunakan perusahaan terbagi menjadi dua yaitu *offline* dan *online*, walaupun sebenarnya perusahaan dapat lebih memaksimalkan divisi online atau menambahkan saluran penjualan *offline*.
 - d. *Customer relationships*, perusahaan berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk setiap pelanggannya, menjaga komunikasi dengan pelanggan sehingga hubungan yang terjalin dengan pelanggan sudah baik. Tipe hubungan *personal assistance* yaitu pelanggan dapat berinteraksi dan berkomunikasi langsung dengan petugas pelayanan.
 - e. *Revenue streams* perusahaan sudah baik karena perusahaan memiliki pendapatan yang bersifat berulang dan stabil dari toko sendiri dan toko mitra serta memiliki pendapatan yang besar namun bersifat sesekali dengan mengikuti pameran produk. Baiknya perusahaan menambah jumlah toko mitra yang ada untuk menambah pemasukan dan memperkuat merek.
 - f. *Key resources*, perusahaan sudah memiliki apa yang dibutuhkan, maka secara keseluruhan sumber daya perusahaan dikatakan sudah baik. Untuk lebih baik lagi perusahaan dapat membuat divisi khusus yang menangani divisi *online* karena selama ini belum tergarap dengan baik.
 - g. *Key activities* yang dilaksanakan perusahaan dalam melayani pelanggan dikatakan sudah baik, karena perusahaan mampu memuaskan pelanggan melalui aktivitas yang dilakukan untuk menyampaikan *value propositions*.

- h. *Key partnerships* perusahaan dengan mitra perusahaan terjalin dengan baik, hal ini ditunjukkan dari perusahaan yang terus setia menggunakan mitra yang sama selama dua tahun berdiri. Berarti ada kecocokan dan perusahaan mampu menjaga hubungan dengan mitranya.
- i. *Cost structure* perusahaan sudah baik karena perusahaan dapat memprediksi biaya yang akan dikeluarkan dan menggunakannya seefisien mungkin.
2. Hasil evaluasi model bisnis dengan menggunakan analisis *strength, weakness, opportunity, and threat* (SWOT) menunjukkan bahwa:
- Dari hasil evaluasi seluruh ke sembilan elemen pada *business model canvas* menunjukkan bahwa kekuatan yang dimiliki Vocuz Evolute ada pada kategori tinggi dan sangat tinggi. Responden menganggap bahwa perusahaan mampu memaksimalkan kekuatan yang dimiliki dengan memberikan performansi yang baik dan meminimalkan kelemahan yang ada.
- Untuk peluang yang dimiliki perusahaan, elemen *key resources, customer relationship* dan *cost structure* memiliki peluang yang cukup. Untuk elemen *customer segments, value proposition, revenue streams* masih memiliki peluang yang tinggi untuk dapat dimaksimalkan oleh perusahaan. Untuk elemen *key partnership, channels, key activities* memiliki peluang yang sangat tinggi untuk dapat dipergunakan sebaiknya oleh perusahaan. Sedangkan, untuk ancaman yang dihadapi perusahaan mulai dari kategori sangat rendah sampai tinggi. Elemen *customer relationships* dan *key activities* memiliki ancaman yang tergolong rendah. Elemen yang menghadapi ancaman yang tinggi adalah elemen *value propositions*.
3. Dari analisis SWOT, Vocuz Evolute memerlukan perbaikan untuk mengembangkan usahanya. Dari ke sembilan *building blocks* yang ada, peneliti merekomendasikan adanya penambahan yang ditujukan pada delapan *building blocks* di antaranya *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key activities, key partnerships* dan *cost structure*. Berikut ini merekomendasikan rancangan model bisnis yang baru sebagai pengembangan usaha Vocuz Evolute :

KP	KA	VP	CR	CS
				
Ekspedisi	Produksi, promosi, penjualan, pengiriman produk ke toko-toko mitra	Produk: Kaos pria & wanita, kemeja pria & wanita, kemeja flanel, jaket pria & wanita, <i>polo shirt</i> , <i>dress</i> wanita, rok wanita, aksesoris pria & wanita, celana jeans/denim, jaket parka	Bantuan personal di toko	
Fotografer	Promosi dan penjualan online		Interaksi dengan pelanggan di online	
Model			Promo <i>discount, event, endorsement</i>	
Endorsement artis				Pria & wanita
Pemasok bahan baku				
Vendor		Banyak variasi model		Pelajar, Mahasiwa &

<p>aksesoris</p> <p>Perbanyak toko mitra</p>	<p>KR</p> <p>Menambah ala produksi </p> <p>bahan baku</p> <p>Modal pribadi & pinjaman bank</p> <p>4 penjahit, 1 pegawai <i>finishing</i>, 4 pegawai toko, 4 di bagian kantor termasuk asisten pemilik & pemilik</p> <p><i>Brand</i> Vocuz Evolute</p> <p>Sumber daya manusia di bidang HRD, desain grafis, penjahit, keuangan dan divisi online</p>	<p>Bahan yang berkualitas dan nyaman untuk dipakai</p> <p><i>Competitive price</i></p>	<p>CH </p> <p><i>Offline:</i></p> <p>Toko Vocuz Evolute, toko mitra konsinyasi & <i>wholesale</i>, pameran.</p> <p>Online:</p> <p><i>website, facebook, twitter, instagram</i></p>	<p>Pegawai Swasta</p> <p>15 - 35 tahun</p>
<p>C\$</p> <p><i>Value-driven</i> (terpacu biaya) </p> <p>Upah pegawai, produksi, transportasi, promosi, sewa toko & kantor</p> <p>Upah pegawai HRD, desain grafis, penjahit, keuangan dan divisi online</p>		<p>R\$ </p> <p>Penjualan aset berupa produk-produk</p>		

5. Saran

5.1 Aspek Akademis

Dari informasi dilapangan diketahui bahwa perusahaan lemah dalam hal promosi dan penjualan *online*, setelah perusahaan membenahi infrastruktur *online* peneliti selanjutnya dapat mengukur dan menilai kekuatannya dengan *tools* untuk menilai bagus tidaknya sebuah *E-commerce* di jalankan pada perusahaan ini.

5.2 Aspek Praktis

Vocuz Evolute dapat menerapkan rekomendasi rancangan model bisnis yang baru yang dibuat oleh peneliti yang berpedoman pada teori Osterwalder dan Pigneur yang di antaranya:

- Mengembangkan segmen pelanggan dari umur 15-25 tahun ke 15-35 tahun, pada rentang usia ini terdapat pelanggan yang berbeda kebutuhannya dengan pelajar dan mahasiswa yang menjadi target utama Vocuz Evolute.
- Perusahaan dapat menambah jenis produk nya seperti kemeja formal atau kemeja semi formal atau beberapa aksesoris seperti tas dan ikat pinggang semi formal untuk para pegawai swasta yang masih ingin tampil gaya. Perusahaan juga dapat mempertimbangkan untuk memenuhi permintaan pelanggan yang belum terpenuhi seperti celana jeans/denim dan jaket parka.
- Untuk saluran *offline*, perusahaan dapat menambah jumlah toko-toko mitra dalam bentuk konsinyasi ataupun pembelian putus di kota-kota lainnya di Indonesia maupun manca negara.
- Untuk saluran *online*, perusahaan bisa membuat divisi khusus yang mengurus dan mengelola promosi dan penjualan *online* baik itu *website* Vocuz Evolute maupun media sosial yang perusahaan pakai seperti *facebook*, *twitter* dan *instagram*, karena kondisi sekarang divisi itu belum ada dan grafik penjualan *online* pun jadi cenderung menurun,

Daftar Pustaka

- [1] Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2013). *Kota Bandung Dalam Angka 2013*. [Online]. Tersedia: <http://bandungkota.bps.go.id/publikasi/kota-bandung-dalam-angka-2013> . [7 Oktober 2014]
- [2] Badan Pusat Statistik Kota Bandung. (2012). *Kota Bandung Dalam Angka 2012*. Tersedia: <http://bandungkota.bps.go.id/publikasi/kota-bandung-dalam-angka-2013> . [7 Oktober 2014]
- [3] Bandung bisnis. (2014). *KICKFEST 2014 Angkat Kultur Indonesia Dengan Brand Local*. [Online]. Tersedia: <http://bandung.bisnis.com/read/20140628/18/511756/kickfest-2014-angkat-kultur-indonesia-dengan-brand-lokal> . [4 Oktober 2014]
- [4] Bisnis ukm. (2012). *Kota Bandung Menjadi Gudangnya Pebisnis Kreatif*. Bisnisukm. [Online]. Tersedia: <http://bisnisukm.com/kota-bandung-menjadi-gudangnya-para-pebisnis-kreatif.html> . [3 Oktober 2014]
- [5] Business Model Foundary. (2014). *Business Model Generation*. [Online]. Tersedia: <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas> . [6 Oktober 2014]
- [6] Direktori Kopertis IV. (2014). *Sebaran data PTS perkota di lingkungan Kopertis Wilayah IV. Direktori Kopertis 4* . [Online]. Tersedia : <http://direktori.kopertis4.or.id/grafik> [8 Oktober 2014]
- [7] Direktorat Perbankan Syariah Bank Indonesia. (2012). *Kajian Model Bisnis Perbankan Syariah*. [Online]. Tersedia: <http://www.bi.go.id/id/perbankan/syariah/Documents/KajianModelBisnisPerbankanSyariah.pdf> . [10 Oktober 2014]
- [8] Economy Okezone. (2014). *SBY Minta Perbankan Tak Alergi Industri Tekstil*. [Online]. Tersedia : <http://economy.okezone.com/read/2014/03/15/320/955583/large/large> . [14 Oktober 2014]
- [9] Feronika, Wiwit. (2013). *Strategi Pengembangan Bisnis Pada Hotel Prima Gaya di Kabupaten Kendal Dengan Pendekatan Business Model Canvas*. Skripsi pada Telkom Economics and Business School, Telkom University. Bandung
- [10] Gavrilova, T., Alsufyev, A., Yanson, A. (2014). *Transforming Canvas Model: Map versus Table. International Journal of Knowledge, Innovation and Entrepreneurship Volume 2 No. 2, 2014, pp. 51–65*. [Online]. Tersedia: http://www.ijkie.org/IJKIE_August2014_GAVRILOVA%20ALSUFYEV%20YANSON.pdf . [13 Oktober 2014]
- [11] Jesus, Diego M. (2012). *Financial Projections based on Business Model Canvas* . [Online]. Tersedia: <https://fenix.tecnico.ulisboa.pt/downloadFile/395144707360/MEIC-A%20-%2062540%20-%20Diogo%20Jesus%20-%20Resumo%20da%20Tese.pdf> . [16 Oktober 2014]
- [12] Kansil, Veby Z. (2013). *Analisis Business Model pada Program Modal Ventura (MOVE) dengan Menggunakan The Business Model Canvas*. Skripsi pada Telkom Economics and Business School, Telkom University. Bandung
- [13] Kompasiana. (2014). *Clothing Company, Menanamkan Kecintaan terhadap Produk Lokal*. [Online]. Tersedia : <http://m.kompasiana.com/post/read/656190/2/clothing-company-menanamkan-kecintaan-terhadap-produk-lokal.html> . [4 Oktober 2014]
- [14] Li, Yuansheng. (2011). *Walmart Business Model Study. International Journal of Advanced Economics and Business Management Vol No. 1, Issue No. 2, 93-97*. [Online]. Tersedia: <http://www.ijaebm.iserp.org/archives/1-D16-31-10/Vol-No.1-Issue-No.2/5-IJAEBM-Volume-No-1-Issue-No-2-Walmart-Business-Model-Study-093-097.pdf> . [14 Oktober 2014]
- [15] Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian (Cetakan. 8)*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- [16] Nielsen, C., & Lund, Morten. (2013). *The Basics of Business Models*. [Online]. Tersedia: <http://bookboon.com/en/the-basics-of-business-models-ebook> . [6 Oktober 2014]
- [17] Nugroho, R. L. (2012). Pendidikan Entrepreneurship di perguruan tinggi (Studi tentang Filosofi, Kebijakan, Strategi dan Program Pendidikan Entrepreneurship untuk Menciptakan Generasi Entrepreneur Masa Depan di Institut Teknologi Bandung, Universitas Pendidikan Indonesia, Universitas Kristen Maranatha, dan Institut Manajemen Bandung). Disertasi pada Universitas Pendidikan Indonesia.
- [18] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Amerika Serikat: John Wiley dan Sons, Inc.
- [19] Portal Resmi Kota Bandung. (2014). *Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah Kota Bandung 2014-2018*. [Online].