

## PERANCANGAN USULAN MODEL BISNIS PADA DISTRO RICHMONKEY DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

### *DESIGN OF PROPOSED BUSINESS MODEL AT RICHMONKEY DISTRO USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH*

Gilbert Billy Rivaldo Matahurila<sup>1</sup>, Endang Chumaidiyah<sup>2</sup>, Sinta Aryani<sup>3</sup>

---

<sup>1,2,3</sup> Universitas Telkom, Bandung

<sup>1</sup>gilbertbilly@student.telkomuniversity.ac.id, <sup>2</sup>endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id, <sup>3</sup>sintatelu@telkomuniversity.ac.id

#### **Abstrak**

Distro RichMonkey merupakan usaha yang bergerak di bidang industri pakaian. Segmen pelanggan dari Distro RichMonkey ini sendiri adalah anak remaja. Cara penyampaian *Model Bisnis Canvas* cukup sederhana yaitu melalui selembar kertas yang terbagi menjadi 9 komponen. Evaluasi model bisnis merupakan salah satu cara yang digunakan untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis Distro RichMonkey menggunakan kerangka *Business Model Canvas*. Langkah awal dari melakukan penelitian ini adalah memetakan model bisnis eksisting perusahaan dimana data tersebut didapatkan dari observasi dan wawancara, lalu melakukan *customer profile* yang didapatkan dari kuisioner dan wawancara kepada pelanggan, dan melakukan analisis lingkungan bisnis dengan menggunakan data dari studi literature yang bertujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman yang dimiliki Distro RichMonkey. Selanjutnya adalah analisis SWOT untuk merancang strategi dari setiap blok sebagai bahan pertimbangan untuk mengusulkan dan merancang model bisnis dimana data yang diperoleh didapatkan dari kuisioner terhadap pihak perusahaan.

**Kata kunci :** Distro RichMonkey, Business Model Canvas, Customer Profile, Analisis Lingkungan Bisnis, SWOT,.

---

#### **Abstract**

*RichMonkey distribution is a business that is engaged in the clothing industry. The customer segment of the RichMonkey distribution itself is a teenager. The delivery method for the Canvas Business Model is quite simple, namely through a sheet of paper which is divided into 9 components. Business model evaluation is one of the methods used to increase the company's competitiveness. This study aims to evaluate the RichMonkey distribution business model using the Business Model Canvas framework. The first step in conducting this research is to map the company's existing business model where the data is obtained from observations and interviews, then conduct a customer profile obtained from questionnaires and interviews with customers, and conduct an analysis of the business environment using data from a literature study that aims to analyze opportunities. and the threat that the RichMonkey Distro has. Next is a SWOT analysis to design a strategy for each block as consideration for proposing and designing a business model where the data obtained is obtained from a questionnaire to the company.*

**Keywords:** RichMonkey distribution, Business Model Canvas, Customer Profile, Business Model Environment, SWOT.

---

## 1. Pendahuluan

Di Indonesia dunia usaha terus mengalami perkembangan, baik usaha pada bidang produk maupun Fashion di Indonesia kini semakin berkembang mengikuti arus modernisasi. Perkembangan ini menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan fashion, karena adanya fashion akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi trend di masyarakat. Produk fashion termasuk produk yang dapat dikonsumsi dalam jangka panjang karena produk ini digunakan dengan penggunaan normal satu tahun. Produk fashion meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya. Persaingan bisnis pada bidang fashion sangat ketat terutama pada bidang pakaian, pemasar bersaing dalam menawarkan barang yang dijual dengan berbagai cara yang digunakan agar konsumen tertarik dengan barang dijual oleh perusahaan tersebut. Banyak pemasar yang berusaha untuk menawarkan model pakaian terkini yang menggunakan bahan berkualitas, pembuatan desain secara khusus yang dibuat oleh toko tersebut atau ciri khas dari toko, bahkan mereka memberikan penawaran harga yang relatif murah. Semua pilihan tergantung pada konsumen itu sendiri, mereka lebih memilih baju dengan harga yang tergolong mahal atau harga murah kualitas yang bagus. Di dalam menjalankan persaingan diharapkan memiliki kreativitas yang tinggi di dalam menciptakan inovasi, hal tersebut menjadi pertimbangan yang sangat penting dalam kegiatan bisnis karena dengan inovasi yang dibuat oleh pemasar mampu membuat perusahaan bertahan dalam suatu persaingan. Para pemasar juga harus menyediakan sarana untuk konsumen agar bisa mencari informasi secara detail. Distro atau *distribution store* adalah toko yang menjual berbagai jenis produk seperti pakaian, celana, tas, topi dan aksesoris lainnya. Dimana brand yang ada dan tersedia disana adalah brand local ataupun brand luar negeri maupun juga yang di produksi sendiri, meskipun disini terlihat jelas distro berpusat pada penjualan produk mereka, namun dalam prosesnya dan aktivitas jual beli tidak dapat terlepas dari pelanggan secara langsung maupun tidak langsung. Di daerah Sidoarjo kehadiran Distro (*distribution store*) sudah mulai banyak dan menyebar, semula distro tidak banyak di daerah Sidoarjo, namun seiring berjalannya waktu distro mulai dikenal berbagai kalangan masyarakat khususnya anak muda. RichMonkey sendiri adalah salah satu distro di Sidoarjo, RichMonkey berdiri pada tahun 2019, terbilang masih cukup baru sejak mereka berdiri hingga sekarang. Kondisi tersebut tentu tidak berpengaruh positif bagi RichMonkey sendiri baik dalam perkembangan dan penjualan mereka karena mereka terbilang baru. Dibutuhkan sebuah strategi yang khas untuk melakukan persaingan dengan para kompetitornya seperti lokasi yang strategis, tempat yang menarik, tempat yang nyaman, kualitas pelayanan dan juga selalu update mengenai produk yang akan di publish. menurut Kotler (2009) kualitas pelayanan adalah, seluruh sifat serta ciri sebuah pelayanan (*service*) atau suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan baik yang di terima oleh pelanggan. Meskipun Distro (*distribution store*) bergerak di jenis usaha yang sama, bahkan jika

berbicara mengenai pelayanan tentu setiap pelanggan memiliki tingkat kenyamanan yang berbeda. Oleh karena itu ini dapat dijadikan sebagai acuan bahwa distro memiliki ciri khas sendiri dalam pelayan. Dalam memberikan pelayanan (*service*) memiliki tujuan utamanya adalah untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Sejak pertama berdiri tahun 2019 tentu Distro RichMonkey telah mengalami persaingan dengan kompetitornya, karena bisa dikatakan Distro RichMonkey adalah pendatang, namun pada kedatangan pertamanya Distro ini mampu menarik berbagai pelanggman, karena RichMonkey menjual barang dengan kualitas bagus didukung dengan desain yang menarik. Hal inilah yang perlu di benahi oleh RichMonkey untuk tetap eksis dan mampu menghadapi persaingan serta mengamankan pelanggan. Berdasarkan permasalahan serta perkembangan model bisnis, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis model RichMonkey dalam meningkatkan kinerja. Model bisnis canvas dipilih karena lebih mudah untuk menggambarkan permasalahan yang terjadi pada RichMonkey dan mudah untuk dikaitkan dengan solusi yang ada. Model bisnis mudah dijelaskan melalui Sembilan blok komponen yaitu, *revenue stream, cost structure, key partner, key resource, key activities, value proposition, customer relationship, channels,* dan *customer segment*. berdasarkan latar belakang diatas maka penelitian ini akan membahas masalah pada RichMonkey dengan judul “Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Distro RichMonkey Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*”

## 2. Landasan Teori

### Business Model

Bisnis model merupakan sebuah gagasan yang menggambarkan tentang alasan, fakta, dan bukti lainnya yang menjelaskan seberapa sebuah bisnis tercipta dan mengantarkan sebuah nilai kepada konsumen (Osterwalder and Pigneur, 2010).

### Business Model Canvas

*Business Model Generation* (Pigneur, 2012) dijelaskan bahwa *Business Model Canvas* adalah media untuk mengubah, menciptakan model bisnis

#### 1. Customer Segment

Segmen pelanggan adalah kunci utama suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan, tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat berjalan dan tidak mendapatkan keuntungan

#### 2. Value Proposition

*Value proposition* merupakan satu hal yang membedakan perusahaan satu dengan perusahaan lain. Bagian ini bertujuan untuk memecahkan masalah pelanggan dengan mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan. *Value proposition* bersifat *unique*, Keunikan yang ditawarkan ini harus bermanfaat bagi customer segment yang sudah di tentukan.

#### 3. Channel

*Channel* yaitu bagian yang memberikan informasi dan penjelasan bagaimana perusahaan dapat berinteraksi dengan pelanggan. *Channel* sendiri bertujuan memberikan daya tarik kepada pelanggan untuk membeli produk. *Channel* juga menjelaskan bagaimana cara untuk meningkatkan peduli terhadap pelanggan, membantu pelanggan membeli produknya.

4. *Customer Relationship*

Menjalin hubungan dengan pelanggan yang sesuai dengan segment pasar dikarenakan setiap segment memiliki kebutuhan yang berbeda, dengan menjalin hubungan yang baik dapat memberi keuntungan kepada perusahaan.

5. *Revenue Stream*

*Revenue stream* menjelaskan bagaimana pendapatan yang didapatkan oleh perusahaan dari uang tunai yang diperoleh setiap segment pelanggan

6. *Key Resources*

*Key resource* merupakan aset terpenting untuk meraih tujuan bisnis yang dijalankan. Aset penting inilah yang membantu perusahaan mencapai *value proposition* yang diinginkan perusahaan.

7. *Key Activities*

*Key Activities* merupakan aktivitas utama dari suatu perusahaan. Aktivitas utama ini adalah sebagai aktivitas penting yang dilakukan oleh perusahaan sehingga harus diprioritaskan agar perusahaan dapat menjalankan bisnis dengan efektif. Menjangkau pelanggan dengan cara mempertahankan dan mendapatkan pelanggan. Sebagai contoh *key activities* dalam usaha distro yaitu memberikan promo berupa potongan harga.

8. *Key Partnership*

*Key partnership* merupakan mitra kerja sama perusahaan untuk menjalankan bisnis dengan tujuan dapat memperluas relasi bisnis dan mendapatkan sumber daya untuk perusahaan. Ada perusahaan yang berfokus pada produk khusus ini Perusahaan menghasilkan produk berkualitas tinggi dengan harga preferensial baik

9. *Cost Structure*

*Cost Structure* menjelaskan pengeluaran semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam model bisnis yang dijalankan. Struktur biaya dibedakan menjadi dua kelas dalam model bisnis

### **Analisis Lingkungan**

Bisnis model diciptakan untuk lingkungan tertentu, maka untuk menciptakan model bisnis yang lebih kuat dan lebih kompetitif dibutuhkan analisis lingkungan bisnis. Karena analisis lingkungan bisnis terdiri dari empat bidang utama yaitu *market forces*, *macro economic forces*, *industry forces*, dan *key trends*. (Osterwalde & Pigneur, 2012). Memahami lingkungan dan beradaptasi dengan perubahan sekitar akan berdampak baik untuk mengatur model bisnis sebagai strategi. Mengamati lingkungan bisnis lebih penting karena akan berdampak pada model bisnis yang baik.

### **3. Metodologi Penelitian**

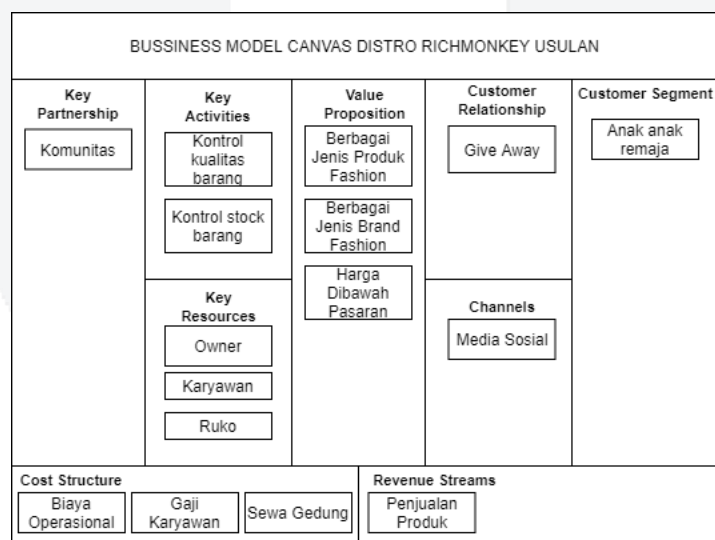
Model konseptual merupakan sebuah rancangan metodologi penelitian yang terstruktur dan model konseptual dibangun berdasarkan konsep pemikiran berupa teori membantu peneliti untuk merumuskan pemecahan masalah serta membantu merumuskan solusi dari permasalahan yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk merencanakan model bisnis distro RichMonkey, yang memiliki sembilan aspek bisnis penyusun yang saling terkait. Tahap pertama dari model konseptual di atas adalah menggunakan data perusahaan distro RichMonkey yang sudah ada sebagai input, dan memasuki tahap kedua, yaitu mendeskripsikan kondisi perusahaan yang ada untuk memasuki sembilan modul *Business Model Canvas*. Diantara kesembilan aspek di atas, aspek pertama yang berhubungan langsung dengan perusahaan saat ini adalah *customer segment* karena menentukan sasaran pelanggan yang akan menjadi pasar utama dalam model bisnis yang akan dibuat. Untuk itu, diperlukan data *internal* dan *eksternal* perusahaan, yang juga dapat dijadikan tolok ukur terhadap perusahaan pesaing. *Customer segment* juga akan memengaruhi penentuan *value proposition* dan juga akan memengaruhi *channels* yang melaluinya nilai *value proposition* dikomunikasikan ke segmen pelanggan yang memengaruhi *customer relationship*. Kemudian *value proposition* dan *customer segment* akan mempengaruhi *revenue streams*, dimana setiap segmen pelanggan akan menggunakan nilai pada *value proposition* untuk menghasilkan aliran pendapatan bagi perusahaan. *Key activities* dipengaruhi oleh *value Proposition*, karena *key activities* merupakan aktivitas yang akan dilakukan perusahaan, dan perusahaan akan menciptakan nilai tersebut. Untuk mendapatkan *key activities* yang baik, perlu untuk menjalankan adanya *key resources* yang terkait dengan bisnis. *key activities* juga akan mempengaruhi *key partnership*, Karena *key partnership* akan mempengaruhi pihak-pihak di dalam dan di luar perusahaan yang diambil dari nilai *key activities*. Setelah model bisnis yang ada dibagi menjadi 9 blok besar, selanjutnya dilakukan analisis berupa kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Tahapan ini akan menghasilkan hasil akhir yaitu posisi masing-masing analisis SWOT, yang kemudian akan direview dan dimasukkan ke dalam model bisnis yang diusulkan.

#### 4. Pembahasan

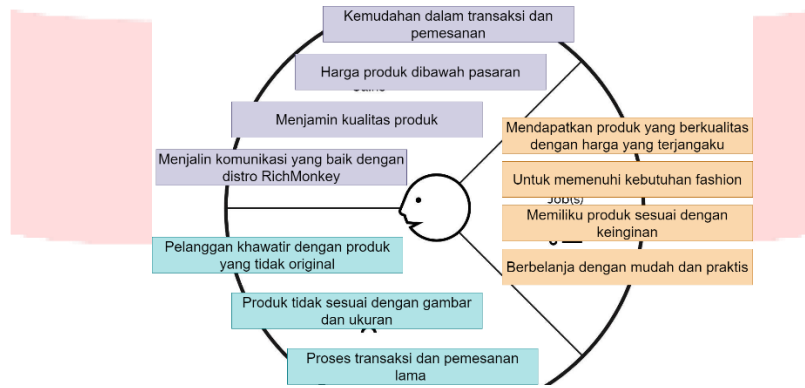
##### *Model Bisnis Canvas Existing*

Pertanyaan yang telah diajukan kepada pihak internal lalu diolah menjadi model bisnis yang telah dikelompokkan berdasarkan sembilan blok dari *business model canvas* sebagai berikut:



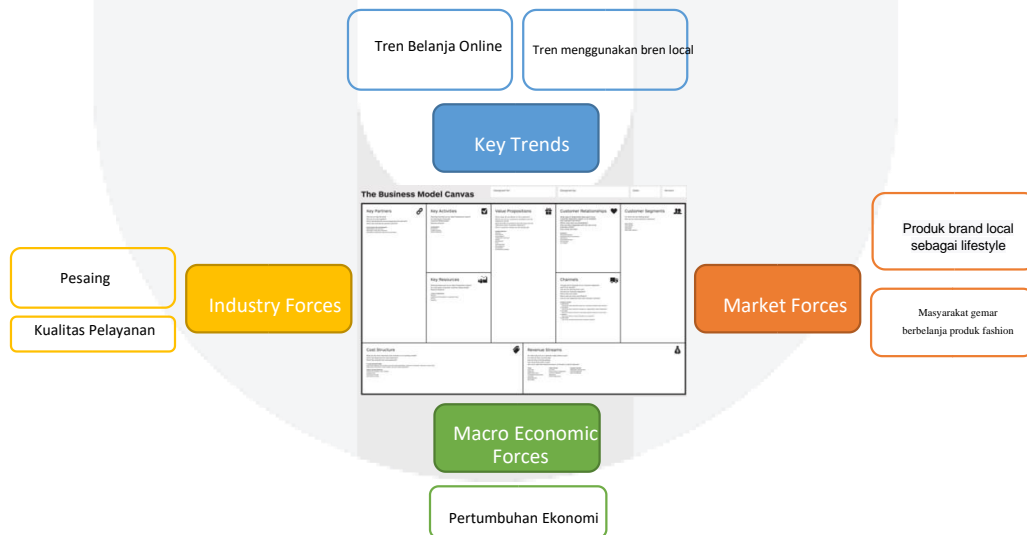
##### *Customer Profile*

Customer profile memiliki tujuan untuk membuat customer segment menjadi lebih terstruktur. Berikut analisis customer pelanggan anak anak remaja yang dibagi menjadi tiga bagian yaitu *customer jobs*, *customer pains*, *customer gains*.



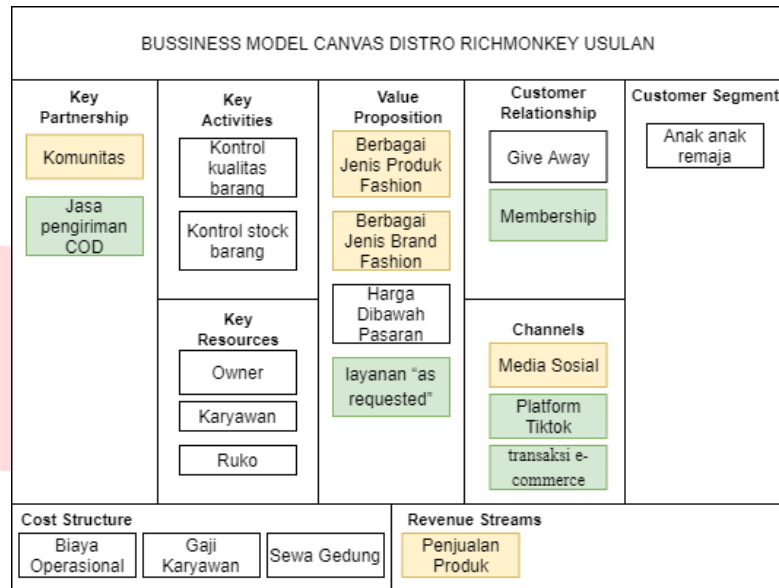
**Business Model Environment**

Merancang model bisnis dibutuhkan data lingkungan untuk mengembangkan pemahaman tentang lingkungan bisnis distro RichMonkey agar mendapatkan model bisnis yang baik. Berikut merupakan data lingkungan bisnis distro RichMonkey yang meliputi empat bidang yaitu *market forces*, *industry forces*, *key trends*, dan *macroeconomic forces*.



**Business Model Canvas Usulan**

Berikut merupakan model bisnis kanvas usulan dari Distro RichMonkeu yang didapatkan dari hasil perhitungan dan perumusan strategi SWOT:



Keterangan: Diciptakan, Ditingkatkan, Tetap

## 5. Kesimpulan

Penelitian yang dilakukan memiliki fokus pada evaluasi model bisnis pada Distro RichMonkey. Terdapat beberapa tahapan yang dilakukan untuk mengembangkan model bisnis dari perusahaan. Selanjutnya dilakukan pengumpulan data pelanggan yang diklasifikasikan menjadi tiga bagian yaitu *customer jobs*, *customer gains*, dan *customer pains*. Setelah itu melakukan analisis lingkungan bisnis untuk mengetahui peluang atau ancaman yang berkorelasi dengan bisnis, selanjutnya melakukan analisis SWOT untuk menghasilkan strategi usulan, tahap selanjutnya adalah merancang value map yang berisi products and services, pain relievers, gain creators kemudian dilakukan proses kecocokkan dengan customer profile. Setelah itu membuat model bisnis canvas usulan yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Berikut merupakan model bisnis usulan dari Distro RichMonkey: *Customer Segment*: Anak anak remaja. *Value Proposition*: Meningkatkan jenis produk yang dijual, meningkatkan jenis brand yang dijual, harga dibawah pasaran, dan menciptakan layanan 'as requested' untuk pelanggan yang ingin request jenis produk dan juga brand yang diinginkan. *Customer Relationship*: Give away, menciptakan layanan membership kepada pelanggan yang telah menjadi pelanggan setia perusahaan.. *Chanel*: Meningkatkan promosi penjualan melalui produk, menciptakan promosi produk melalui platform tiktok, dan menciptakan transaksi melalui e-commerce untuk mempermudah proses pembayaran. *Revenue Stream*: Meningkatkan penjualan produk. *Key Partner*: Meningkatkan hubungan dengan komunitas untuk peningkatan penjualan produk, dan menciptakan jasa layanan pengiriman COD untuk pelanggan yang tidak bisa datang langsung ke store. *Key Activities*: Kontrol kualitas produk dan Kontrol stock produk. *Key Resources*: owner dan karyawan. *Cost Structure*: Biaya operasional, gaji karyawan, dan sewa Gedung

## REFERENSI



- Osterwalder, & Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. Wiley.
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., & Smith, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Slamah Lilik (2017). *Analisa Strengths, Weaknesses, Opprotunities, and Threats (SWOT): Peluang dan tantangan Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) dalam mewujudkan integrasi Asia Tenggara*. Masyarakat, Kebudayaan dan Politik, Vol. 30, No. 3, Hal. 300-309
- Indriany, N., & Indriyani, R. (2015). Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* Pada UD. Moga Jaya Surabaya. *AGORA Vol. 5, No 1*.
- Priyono, F.(2017). Analisa Penerapan *Bussines Model Canvas* Pada Toko Moi Collection. *AGORA Vol. 3, No 2*.
- Wijaya, H. S. (2017). Evaluasi dan Perancangan Model Bisnis PT X di Surabaya dengan Pendekatan *Business Model Canvas*. *AGORA Vol. 5, No 3*.
- Osterwalder, A. d. (2012). *Business Model Generation* Cetakan ke-7, Oktober 2014. Jakarta: Elex Media.