

# Perancangan Model Bisnis Rockzoneinc Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)

## *Rockzoneinc Business Model Design Using Canvas Business Model (BMC) Approach*

1<sup>st</sup> Muhammad Akbar Raka  
Ramadhan  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
akbarraka@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Maria Dellarosawati  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
mariadellarosawati@telkomuniversity.ac.id

3<sup>rd</sup> Rosad Ma'ali El Hadi  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia  
rosadm@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak**—Rockzoneinc merupakan usaha yang bergerak di bidang industri fesyen. Rockzoneinc memiliki sebuah toko *online* yang menyediakan kaos. Rockzoneinc sudah berjalan selama 10 tahun, Rockzoneinc mengalami beberapa permasalahan yang terjadi. Pada faktor internal, Rockzoneinc masih belum bisa memaksimalkan proses penjualan yang stabil dengan infrastruktur yang ada. Dalam sisi faktor eksternal terdapat kurang baiknya hubungan atau memuaskan pelanggan serta sulit bersaing dengan para pesaing Rockzoneinc yang berada di wilayah Indonesia. Model bisnis adalah sebuah alat untuk merumuskan strategi agar tetap kompetitif serta dapat bersaing dengan cara memetakan peta secara baik pada model bisnis. *Business Model Canvas* (BMC) adalah salah satu metode yang digunakan. Dengan metode ini, SWOT digunakan untuk menganalisis terhadap empat aspek utama yaitu proposisi nilai, infrastruktur, biaya dan pendapatan juga hubungan pelanggan. Mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh Rockzoneinc adalah tujuannya. Lalu strategi usulan dirancang dengan mempertimbangkan *Value Proposition Canvas*, analisis lingkungan dan *customer profile* untuk keinginan serta kebutuhan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh Rockzoneinc. Melalui 9 blok bangunan, akan dipetakannya strategi usulan. Rockzoneinc akan mendapatkan rekomendasi usulan strategi yang telah dirancang. Jika Rockzoneinc dapat mengimplementasikan strategi usulan, akan mendapatkan keuntungan yang salah satunya meningkatkan pendapatan untuk Rockzoneinc.

**Kata Kunci**—*business model canvas*, SWOT, *value proposition canvas*, rockzoneinc.

**Abstract**—Rockzoneinc is a business engaged in the fashion industry. Rockzoneinc has an online shop that provides t-shirts. Rockzoneinc has been running for 10 years, Rockzoneinc is experiencing several problems that

occur. On internal factors, Rockzoneinc is still unable to maximize a stable sales process with the existing infrastructure. In terms of external factors, there is a lack of good relations or satisfying customers and it is difficult to compete with Rockzoneinc competitors in Indonesia. The business model is a tool to formulate a strategy to stay competitive and be able to compete by mapping a map well on the business model. *Business Model Canvas* (BMC) is one of the methods used. With this method, SWOT is used to analyze four main aspects, namely value proposition, infrastructure, costs and revenues as well as customer relations. Knowing how the strengths, weaknesses, opportunities, and threats will be faced by Rockzoneinc is the goal. Then the proposed strategy is designed by considering the *Value Proposition Canvas*, environmental analysis and customer profile for the wants and needs of the products and services offered by Rockzoneinc. Through 9 building blocks, the proposed strategy will be mapped. Rockzoneinc will get recommendations for the proposed strategy that has been designed. If Rockzoneinc can implement the proposed strategy, it will benefit which one of them is increasing revenue for Rockzoneinc.

**Keyword**—*business model canvas*, SWOT, *value proposition canvas*, rockzoneinc.

### I. PENDAHULUAN

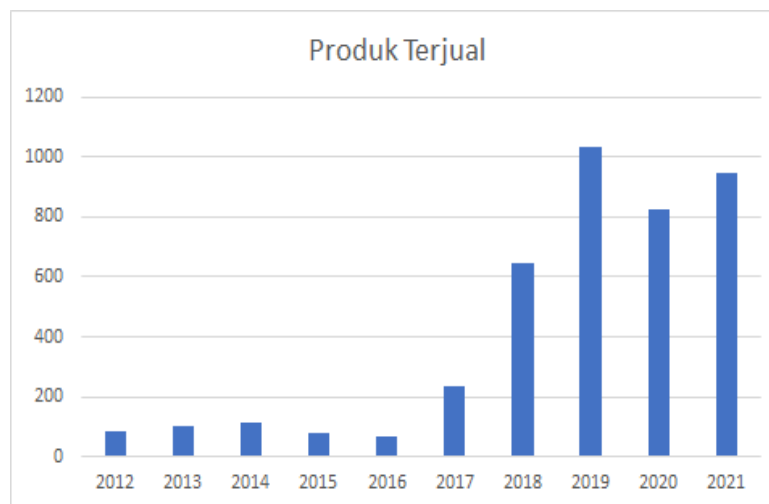
#### 1. Latar Belakang

Bisnis pakaian di Indonesia adalah salah satu bidang yang paling banyak dilirik oleh para calon pebisnis. Selain karena memiliki prospek pasar yang menjanjikan, bisnis pakaian juga terdiri dari berbagai macam konsep yang bisa dipilih. Salah satu konsep yang cukup menarik untuk dicoba adalah bisnis pakaian alias *clothing line*. *Clothing line* adalah bisnis yang mengacu pada usaha menciptakan sebuah merek fesyen yang

memproduksi desain fesyen sendiri. Dari kaca mata bisnis, usaha *clothing line* memang banyak peminatnya karena peluang untuk menghasilkan keuntungan sangatlah besar. Bisnis *clothing line* sendiri sangat beragam mulai dari yang kecil seperti distro hingga yang besar seperti yang ada di mall. *Clothing Line* adalah kebutuhan utama manusia, sehingga kapanpun dan di mana pun bisnis ini akan tetap selalu ada. Dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar, bisnis *clothing line* semakin hari semakin berkembang. Untuk membuat penasarannya masyarakat, banyak juga inovasi bisnis baru yang membuat masyarakat tertarik untuk mencoba karena

desain dan model nya yang unik. Banyak cara yang pelaku bisnis lakukan untuk memasarkan produknya seperti menonjolkan ciri khas dari produknya seperti desain, model, hingga bahan yang nyaman agar menjadi produk yang dapat digunakan oleh konsumen setiap harinya [1].

Rockzoneinc merupakan perusahaan *clothing line* yang berdiri sejak tahun 2012 pada bulan Juni akan tetapi Rockzoneinc baru memasarkan produknya secara online pada bulan Agustus 2020, dan Rockzoneinc terletak di Jl.Paledang No.1, Lengkong Kecil, Kota Bandung, Jawa Barat.



GAMBAR 1. 1  
(Jumlah Produk Rockzoneinc Terjual)

Penjualan produk Rockzoneinc ke seluruh Indonesia pada tahun 2012 sebanyak 86 buah dan di tahun 2013 Rockzoneinc menjual produk sebanyak 105 buah, di tahun 2014 penjualan Rockzoneinc meningkat sebanyak 113 buah dan di tahun 2015 dan 2016 terjadi penurunan jumlah produk terjual sebanyak 66 buah. Di tahun 2017 penjualan kembali meningkat sebanyak 236 buah dan di tahun 2018 penjualan tetap meningkat sebanyak 645 buah dan di tahun 2019 menjadi rekor penjualan terbanyak sampai saat ini sebanyak 1034 buah dan terjadi penurunan penjualan di tahun 2020 dikarenakan pandemi COVID-19 sebanyak 824 buah dan kembali meningkat di tahun 2022 sebanyak 945 buah. Penjualan produk dapat dilihat pada Gambar 1.1.

Akan tetapi Rockzoneinc menghadapi banyak kendala seperti terhambatnya pesanan dikirim, orderan tidak sesuai dengan *stock* yang tersedia, desain konsep yang masih belum jelas sehingga perlu adanya strategi yang jelas untuk *value proposition*. Dengan mempunyai produk yang berciri khas dengan bahan *Superior Soft Cotton* membuat model bisnis Rockzoneinc mempertimbangkan perlu ada tindak lanjut untuk

merancang model bisnisnya dengan menemukan dan memahami karakter (ciri khas), nilai yang akan ditawarkan kepada konsumen serta memahami segmen konsumen sehingga dapat bertahan dalam persaingan dalam dunia bisnis *clothing line*.

Memperhatikan masalah di atas, guna meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pasar, maka model bisnis yang sesuai menggunakan pendekatan model bisnis kanvas. Bisnis model kanvas tidak hanya digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru dan dilanjutkan usulan strategi berdasarkan *Strength, Weakness, Opportunity, Threat* (SWOT) seperti lingkungan eksternal dan internal perusahaan dan memaksimalkan kekuatan serta peluang untuk dapat meminimalisir kelemahan ancaman dari luar.

## II. KAJIAN TEORI

### A. *Business Model Canvas* (BMC) [2]

Menurut (Pigneur, 2012) 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 sebuah bisnis, yaitu pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelangsungan finansial :

#### 1. *Customer Segments*

Mendefinisikan kelompok atau organisasi mana yang ingin di layani oleh perusahaan.

#### 2. *Value Proposition*

Menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik.

#### 3. *Channels*

Menggambarkan bagaimana perusahaan berkomunikasi atau menggapai segmen pelanggannya untuk mendapatkan nilai tambah bagi suatu produk.

#### 4. *Customer Relationship*

Menjelaskan jenis-jenis hubungan yang dibangun oleh perusahaan kepada beberapa pelanggan yang tertentu.

#### 5. *Revenue Stream*

Menggambarkan keuntungan penghasilan yang dihasilkan perusahaan melalui setiap *customer segments*.

#### 6. *Key Resource*

Menjelaskan beberapa aset terpenting yang diperlukan agar suatu model bisnis dapat berjalan.

#### 7. *Key Activities*

Menjelaskan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat berfungsi.

#### 8. *Key Partnership*

Menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat berjalan.

#### 9. *Cost Structure*

Menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

### B. *Value Proposition Design* [3]

*Value proposition canvas* merupakan sebuah alat yang dapat membantu kita mengenal lebih dalam mengenai produk atau jasa, apa yang menjadi kebutuhan konsumen, sehingga kita dapat menciptakan nilai untuk konsumen sesuai dengan kebutuhan mereka.

#### 1. *Customer Profile*

*Customer Profile* memiliki beberapa bagian yaitu *Customer Job*, *Customer Pains*, dan *Customer Gains*. Tujuan dari *Customer Profile* ini agar dapat memahami keinginan *customer* secara detail.

#### 2. *Value Map*

Pemetaan *Value Map* bertujuan untuk mendefinisikan secara detail mengenai nilai-nilai yang ditawarkan kepada *customer*, serta bagaimana produk yang ditawarkan dapat mencapai apa yang diinginkan *customer*. Selain itu, *value map* dilihat berdasarkan pada suatu proses bisnis untuk menarik perhatian *customer* dimana *value map* ini menggambarkan *value proposition* eksisting.

#### C. Analisis SWOT [4]

Analisis SWOT adalah usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman. SWOT adalah singkatan dari lingkungan internal *strengths* dan *weaknesses* serta lingkungan eksternal *opportunities* dan *threats* yang dihadapi dunia bisnis. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan (*weaknesses*) kelemahan. Analisis ini bertujuan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi dari sebuah perusahaan.

#### D. Analisis Lingkungan Model Bisnis [2]

Dengan memahami perubahan pada lingkungan perusahaan dapat membantu mengadaptasi model bisnis yang lebih efektif untuk menggeser kekuatan eksternal perusahaan. Model-model bisnis didesain dan dijalankan dalam lingkungan yang spesifik sehingga mengembangkan pemahaman yang baik tentang lingkungan bisnis organisasi dapat membantu perusahaan mendapatkan model bisnis yang lebih kuat dan kompetitif.

### III. METODE

Sistematika perancangan bertujuan agar alur perancangan penelitian ini menjadi lebih terstruktur serta terperinci. Sistematika perancangan ini digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang dialami Rockzoneinc melalui perancangan model bisnis dengan melakukan pemetaan 9 elemen *Business Model Canvas* sehingga dapat menghasilkan rancangan usulan model bisnis yang lebih baik dari model bisnis sebelumnya. Langkah yang pertama yaitu melakukan pemetaan kondisi model eksisting Rockzoneinc yang dibagi menjadi 9 elemen *business model canvas* menggunakan data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara. Kemudian menganalisis *customer profile* yang terdiri dari *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains* menggunakan data yang diperoleh dari konsumen Rockzoneinc. Selanjutnya

melakukan proses pengumpulan data analisis lingkungan Rockzoneinc. Setelah proses pengumpulan data *customer profile* dan analisis lingkungan, langkah selanjutnya melakukan SWOT yang dilakukan dengan melakukan wawancara kepada internal Rockzoneinc. Kemudian melakukan proses *value proposition canvas* dan membuat strategi usulan model bisnis Rockzoneinc yang

digunakan untuk membantu merancang strategi model bisnis Rockzoneinc.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Model Bisnis Canvas Eksisting

Kondisi eksisting bisnis Rockzoneinc, dengan menggunakan bisnis model canvas, dapat dilihat pada Tabel 4.1.

TABEL 4.1  
(Bisnis Model Canvas Eksisting Rockzoneinc)

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
1. CV. Putra Hanan Abadi 2. Pt. Pulau Intan Lestari	1. Proses Pemesanan 2. Proses Pembayaran 3. Proses <i>Packing</i> produk 4. Pelayanan	1. <i>Quick Order</i> 2. Harga Yang Sesuai Dengan Bahan Produk	1. Akun Bisnis Instagram, Whatsapp, dan Facebook 2. <i>Self Service</i> 3. Bantuan Personal	1. Kelas Menengah ke Bawah 2. Usia 17 Tahun – 60 Tahun
	<i>Key Resources</i>		<i>Channels</i>	
	1. <i>Admin</i> 2. <i>Digital Marketing</i> 3. <i>Photographer</i> 5. <i>Warehouse</i>		1. Instagram 2. Shopee 3. <i>Website</i> 4. Tokopedia	
<i>Cost Structure</i>			<i>Revenue Stream</i>	
1. Biaya Produksi 2. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya <i>overhead</i>			Margin Dari Penjualan	

B. *Customer Profile*

*Customer profile* terdiri dari tiga bagian yaitu *customer jobs*, *customer pains*, dan *customer gains*. Berikut merupakan hasil yang diperoleh dari

*customer profile* yang terbagi menjadi dua segmen yaitu *customer profile* segmen pelanggan individu dan *customer profile* segmen pelanggan *reseller* yang ditampilkan pada Tabel 4.2, Tabel 4.3, dan Tabel 4.4.

TABEL 4. 2  
(Customer Jobs Rokzoneinc)

Jobs	Keterangan
Mencari bahan kain yang bagus dan nyaman	Jenis kain sangat penting bagi <i>customer</i> karena jenis kain memiliki karakteristik tersendiri
Membuat web lebih efisien	Beberaoo <i>Costumer</i> lebih tertarik memesan secara <i>online</i>

TABEL 4. 3  
(Customer Pains Rockzoneinc)

<i>Pains</i>	Keterangan
Stok produk yang diinginkan tidak tersedia	Terkadang stok produk yang diinginkan tidak tersedia dikarenakan banyaknya permintaan terhadap produk yang bersangkutan namun tidak diimbangi dengan persediaan yang mencukupi

TABEL 4. 4  
(Customer Gains Rockzoneinc)

Gains	Keterangan
Pemesanan pelanggan terpenuhi	Konsumen berharap pesanan yang ia pesan terpenuhi dan sesuai ekspektasi
Harga terjangkau	Konsumen ingin mendapatkan harga dari apa yang ia beli tanpa mengurangi kualitasnya
Tempat yang nyaman	Konsumen ingin tempat yang nyaman untuk berbelanja
Kualitas bahan yang baik	Konsumen ingin mendapatkan kualitas bahan yang baik dari apa yang ia pesan

### C. Analisis SWOT

Berikut ini merupakan analisis dari *Strength*, *Weakness*, *Opportunity* dan *Threat* (SWOT) dari eksisting Rockzoneinc berdasarkan data pertanyaan internal dan eksternal Rockzoneinc.

TABEL 4. 5  
(Bobot Skor Value Proposition)

<i>Strength and Weakness</i> (Proposisi Nilai)				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Proposisi nilai yang ditawarkan Rockzoneinc selaras dengan kebutuhan pelanggan	Inhu	4	10	10
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Pelanggan Rockzoneinc sangat puas	Inhu	4	10	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		

<i>Opportunity (Proporsisi Nilai)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor akhir
Rockzoneinc dapat menghasilkan pendapatan berulang dengan mengubah produk menjadi jasa	Inhu	4	8	10,67
	Ahmad Azhim	2		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc dapat memenuhi kebutuhan tambahan pelanggan	Inhu	5	13	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
Rockzoneinc dapat melakukan pelengkap dan perluasan atau menciptakan pelengkap untuk proporsi nilai	Inhu	3	11	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
<i>Threats (Proporsisi Nilai)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor akhir
Pesaing memiliki produk substitusi pada produk yang dijual oleh Rockzoneinc	Inhu	4	10	9,5
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Pesaing mengancam untuk menawarkan harga atau nilai yang lebih baik dari Rockzoneinc	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		

TABEL 4. 6  
(Bobot Skor Biaya Pendapatan)

<i>Strength and Weakness (Biaya Pendapatan)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor akhir
Rockzoneinc mendapat untung dari margin yang besar berdasarkan penjualan sebuah produk	Inhu	4	8	9,8
	Ahmad Azhim	2		
	Ahmad Muzayyin	2		
Rockzoneinc memiliki arus pendapatan dan sering mendapat pembelian berulang	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc menerapkan mekanisme penetapan harga berdasarkan kemauan pelanggan untuk membayar produk	Inhu	3	9	9,8
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc menggunakan biaya untuk apa yang benar-benar ingin dibayar pelanggan terhadap suatu produk	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	2		
	Ahmad Muzayyin	4		
<i>Opportunity (Biaya Pendapatan)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor akhir
Rockzoneinc mampu menggantikan pendapatan satu kali transaksi dengan pendapatan berulang satu konsumen	Inhu	4	10	10,8
	Ahmad Azhim	4		

	Ahmad Muzayyin	2		
Rockzoneinc memiliki peluang penjualan silang secara internal atau dengan mitra	Inhu	3	10	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
Kelengkapan produk yang disediakan Rockzoneinc membuat pelanggan bersedia membeli dan membayar produk yang dijual	Inhu	5	12	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc dapat menaikkan harga jual Produk	Inhu	4	12	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
Rockzoneinc dapat mengurangi biaya produksi	Inhu	3	10	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
<b>Threats (Biaya Pendapatan)</b>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor akhir
Margin Rockzoneinc terancam dengan adanya pesaing	Inhu	3	10	10,25
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc sangat bergantung pada satu arus pendapatan	Inhu	5	12	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
salah satu arus pendapatan Rockzoneinc dapat hilang dimasa depan	Inhu	4	11	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
Adanya biaya yang mengancam dikarenakan terdapat biaya pengeluaran yang tidak dapat diprediksi	Inhu	3	8	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	2		

TABEL 4. 7  
(Bobot Skor Infrastruktur)

<b>Strength and Weakness (Infrastruktur)</b>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Sumber Daya utama Rockzoneinc sulit ditiru pesaing	Inhu	3	8	10,3
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	2		
Kebutuhan sumber daya dapat diprediksi	Inhu	4	11	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc memanfaatkan sumber daya utama dalam jumlah yang tepat di saat yang tepat	Inhu	3	10	
	Ahmad Azhim	4		



	Ahmad Muzayyin	3		
Pelaksanaan proses produksi dan penjualan berjalan dengan baik	Inhu	5	13	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
Kami menjalankan aktivitas kunci dengan efisien	Inhu	3	11	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
Aktivitas kunci kami sulit untuk ditiru	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
<i>Opportunity (Infrastruktur)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Rockzoneinc mampu menggunakan sumber daya yang lebih murah untuk mencapai hasil produk yang sama	Inhu	3	8	10,8
	Ahmad Azhim	2		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc memiliki peluang untuk melakukan outsourcing dalam proses penjualan serta produksi dengan mitra lain	Inhu	4	12	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
Rockzoneinc dapat melakukan kolaborasi dengan mitra untuk membantu berfokus pada bisnis inti	Inhu	4	12	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	4		
Rockzoneinc memiliki peluang penjualan silang dengan mitra	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc dapat menstandarisasi beberapa aktivitas kunci	Inhu	4	13	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	5		
<i>Threat (Infrastruktur)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Rockzoneinc tidak dapat menghadapi gangguan dalam pasokan sumber daya	Inhu	4	10	9
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc tidak dapat menjaga kualitas produk dengan sumber daya yang ada	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc tidak dapat menjalin hubungan baik dengan mitra	Inhu	1	5	
	Ahmad Azhim	2		
	Ahmad Muzayyin	2		
Mitra Rockzoneinc berkolaborasi dengan pesaing	Inhu	4	11	
	Ahmad Azhim	3		



	Ahmad Muzayyin	4		
Rockzoneinc bergantung pada mitra tertentu	Inhu	4	10	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		

TABEL 4. 8  
(Bobot Skor Hubungan Pelanggan)

<i>Strength and Weakness (Hubungan Pelanggan)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Pelanggan Rockzoneinc setia dan tidak mudah berpindah kepada pesaing yang lain	Inhu	4	10	10.6
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Basis Pelanggan Rockzoneinc tersegmentasi dengan baik	Inhu	5	11	
	Ahmad Azhim	3		
	Ahmad Muzayyin	3		
Rockzoneinc selalu mendapatkan pelanggan baru	Inhu	2	10	
	Ahmad Azhim	5		
	Ahmad Muzayyin	3		
pelanggan dapat melihat saluran kami dengan mudah	Inhu	3	9	
	Ahmad Azhim	2		
	Ahmad Muzayyin	4		
Hubungan pelanggan kuat	Inhu	4	13	
	Ahmad Azhim	5		
	Ahmad Muzayyin	4		
produk yang kami jual lengkap	Inhu	4	11	
	Ahmad Azhim	4		
	Ahmad Muzayyin	3		
<i>Opportunity (Hubungan Pelanggan)</i>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Rockzoneinc mendapatkan manfaat dari pasar yang bertumbuh	Reza Aditya	5	13	11.57
	Amelia	3		
	Muhammad Hanif	5		
Rockzoneinc dapat melayani segmen pelanggan baru	Reza Aditya	4	11	
	Amelia	3		
	Muhammad Hanif	4		
Rockzoneinc dapat melayani segmen eksisting secara lebih baik	Reza Aditya	5	12	
	Amelia	3		
	Muhammad Hanif	4		
Rockzoneinc dapat meningkatkan saluran komunikasi dan pemasaran secara efisien dan efektif	Reza Aditya	5	13	
	Amelia	4		
	Muhammad Hanif	4		
	Reza Aditya	3	10	

Rockzoneinc dapat menemukan mitra baru lainnya yang lebih baik	Amelia	4	13	
	Muhammad Hanif	3		
Rockzoneinc dapat meningkatkan margin dengan melayani pelanggan secara langsung	Reza Aditya	4	9	
	Amelia	4		
	Muhammad Hanif	5		
Rockzoneinc dapat meningkatkan hubungan personal dengan pelanggan	Reza Aditya	3	6	
	Amelia	3		
	Muhammad Hanif	3		
<b>Threat (Hubungan Pelanggan)</b>				
Pertanyaan	Narasumber	Skor	Total	Skor Akhir
Pelanggan Rockzoneinc mudah jenuh dengan produk yang ditawarkan	Reza Aditya	3	9	8
	Amelia	4		
	Muhammad Hanif	2		
Pesaing mengancam pangsa pasar Rockzoneinc	Reza Aditya	3	10	
	Amelia	4		
	Muhammad Hanif	3		
Pesaing mengancam saluran Rockzoneinc	Reza Aditya	2	7	
	Amelia	2		
	Muhammad Hanif	3		
Terdapat hubungan dengan pelanggan yang memburuk	Reza Aditya	1	6	
	Amelia	2		
	Muhammad Hanif	3		

D. *Fit Value Proposition Canvas With Customer Profile*

Value maps memiliki 3 elemen yang terdiri dari *pain relievers*, *gain creators*, dan *Product & service*. Berikut adalah *value maps* berdasarkan *customer profile* hasil wawancara konsumen Rockzoneinc.

1. **Pain Relievers** : *Online store* dan *list* bahan baku produk

2. **Gains Creators** : Kualitas bahan, Harga yang terjangkau, Manajemen hubungan pelanggan, *Responsiveness Customer Services*
3. **Product and Services** : Mencari bahan kain yang bagus dan nyaman, dan membuat *web* lebih efisien

V. KESIMPULAN

Berikut merupakan hasil dari *business model canvas* usulan Rockzoneinc yang ditampilkan pada Gambar V.1.

TABEL 5. 1  
(Model Bisnis Usulan Rockzoneinc)

Key Partners	Key Activities	Value propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. CV. Putra Hanan Abadi</li> <li>2. Pt. Pulau Intan Lestari</li> <li>3. Para reseller</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Proses Pemesanan</li> <li>2. Proses Pembayaran</li> <li>3. Proses Packing produk</li> <li>4. Pelayanan</li> <li>5. Bounding kepada pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Quick Order</li> <li>2. Harga Yang Sesuai Dengan Bahan Produk</li> <li>3. Membuka lowongan menjadi reseller</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akun Bisnis Instagram, Whatsapp, dan Facebook</li> <li>2. Self Service</li> <li>3. Bantuan Personal</li> <li>4. Pengelolaan hubungan pelanggan</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kelas Menengah ke Bawah</li> <li>2. Usia 17 tahun – 60 tahun</li> </ol>
	Key Resources		Channels	

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Admin</li> <li>2. Digital Marketing</li> <li>3. Photographer</li> <li>4. Warehouse</li> </ol>		<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Instagram</li> <li>2. Shopee</li> <li>3. Website</li> <li>4. Tokopedia</li> <li>5. Instagram/Facebook ads</li> </ol>	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Stream</i>		
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya Produksi</li> <li>2. Biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, biaya overhead</li> <li>3. Biaya Iklan</li> </ol>		Margin Dari Penjualan		
*Keterangan: Ditingkatkan Diciptakan				

REFERENSI

Osterwalder, A. &. (2012). *Business Model Generation*. [1]

Osterwalder, A. P. (2014). *Value Proposition Design (1st ed)*. PT.Elex Media Komputindo. [2]

Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. New Jersey:: John Wiley & Sons, Inc. [3]

