

Perancangan Model Bisnis Pada Usaha Jaklocka Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*

1st Juniarta Amanda Putri Hutajulu
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
juniartaap@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Sinta Ariyani
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
sintatelu@telkomuniversity.ac.id

3rd Farda Hasun
Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia
fardahasun@telkomuniversity.ac.id

Abstrak - Jaklocka merupakan perusahaan yang memanfaatkan limbah kayu untuk dijadikan produk inovasi aksesoris berupa jam tangan kayu. Namun, Jaklocka mengalami masalah pada rendahnya pendapatan karena terjadinya penurunan penjualan sehingga akan mempengaruhi pendapatan pada Jaklocka. Terdapat beberapa permasalahan yang ada pada Jaklocka, yaitu kurangnya tenaga kerja sehingga mengakibatkan beban kerja ganda, kurangnya inovasi produk, strategi dan saluran pemasaran kurang dimanfaatkan secara optimal, bahan baku terbatas, dan adanya kompetitor sejenis yang lebih besar. Dalam mengatasi permasalahan tersebut, maka perlu adanya perbaikan pada seluruh elemen komponen bisnis yang terhubung dalam bentuk model bisnis. Penelitian ini menggunakan kerangka Business Model Canvas untuk proses perancangan usulan model bisnis yang dimulai dari penyusunan model bisnis saat ini pada Jaklocka, memetakan customer profile, dan menganalisis lingkungan bisnis sehingga dapat menganalisis SWOT dan menyusun strategi usulan menggunakan matriks TOWS. Berdasarkan penelitian yang dilakukan didapat hasil berupa usulan peningkatan kualitas dan pengembangan layanan pada aspek customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resource, key activities, key partnership, dan cost structure.

Kata kunci— *UMKM, Business Model Canvas, SWOT*

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan sebuah negara yang memiliki kekayaan hutan yang melimpah. Data yang dihimpun oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan menyatakan bahwa pada tahun 2019 luas hutan di Indonesia mencapai 94,1 juta ha atau 50% dari luas total daratan dan luas lahan tidak berhutan mencapai 93,6 juta ha. Laporan “The State of Indonesia’s Forest (SOFO) 2020” menjelaskan bahwa hutan Indonesia terdiri dari 22,9 juta hektar hutan konservasi, 29,6 juta hektar hutan lindung, 26,8 juta hektar hutan produksi terbatas, 29,2 juta hektar hutan produksi biasa, dan 12,8 juta hektar hutan produksi yang dapat dikonversi. Sarnita Sadya (2023) menyatakan bahwa industri kayu berkontribusi sebesar 2,35% terhadap PDB industri pengolahan pada 2022. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2023), PDB atas

dasar harga kostan (ADHK) dari industri kayu, barang dari kayu dan gabus, serta abrang anyaman dari bambu, rotan, dan sejenisnya pada tahun 2022 tumbuh sebesar 0,59% atau Rp56,38 triliun.

PDB Industri Kayu, Barang dari Kayu, Gabus, Barang Anyaman dari Bambu, Rotan dan Sejenisnya (2012-2022)



Gambar II.1 PDB Industri Kayu, Barang dari Kayu, Gabus, Barang Anyaman dari Bambu, Rotan, dan Sejenisnya pada tahun 2022

Perkembangan industri yang semakin pesat akan mempengaruhi lini produksi sehingga akan berdampak pada limbah yang dihasilkan. Limbah utama dari industri kayu yaitu kulit kayu, potongan-potongan kecil, serpihan-serpihan kayu hasil penggergajian dan pemotongan, dan serbuk kayu. Salah satu perusahaan yang memanfaatkan limbah kayu sebagai peluang ide bisnis yaitu Jaklocka. Jaklocka merupakan UMKM jam tangan kayu yang berdiri pada 01 Februari 2021. Jaklocka berlokasi di kota Indramayu, Jawa Barat. Jaklocka memanfaatkan limbah dari beberapa jenis kayu untuk dijadikan produk aksesoris. Sebagai pemula dalam sektor bisnis ini, Jaklocka tentu harus bersaing dengan kompetitor yang telah ada sebelumnya, sehingga Jaklocka memerlukan beberapa strategi untuk dapat bersaing dengan kompetitor lainnya yang sejenis.

Saat ini Jaklocka mengalami masalah berupa rendahnya pendapatan. Berdasarkan rekap data penjualan, terlihat bahwa rata-rata pendapatan penjualan pada tahun 2021 adalah sebesar Rp668.864, sedangkan pada 2022 sebesar Rp453.542. Pada per Oktober 2022 hingga Desember 2022, Jaklocka mengalami penurunan penjualan yang drastis hingga mencapai titik nol. Pendapatan Jaklocka 2021-2022 dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar II.2 Data Pendapatan Jaklocka 2021-2022

Untuk mengatasi persoalan tersebut, maka perlu dicari akar penyebab terjadinya masalah. Identifikasi akar permasalahan dapat dilakukan dengan mengelompokkan permasalahan ke dalam *man*, *money*, *method*, *information*, *material*. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik perusahaan, dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Man: sumber daya manusia yang dimiliki oleh Jaklocka masih kurang memadai sehingga menyebabkan terjadinya perangkapan tugas.
2. Money: perputaran modal yang ada masih mengalami kerugian sehingga keuangan perusahaan tidak stabil
3. Method: terdapat permasalahan pada bagian pemasaran dan produksi, seperti kurangnya inovasi produk yang ditawarkan, strategi pemasaran yang dilakukan juga kurang baik. Dapat dilihat melalui perbandingan jumlah pengikut dari akun Jaklocka dengan kompetitor lainnya



GAMBAR II.3 Jumlah Followers Jaklocka



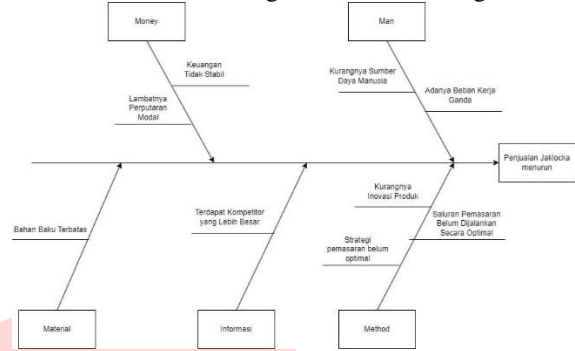
GAMBAR II.4 Data Followers Kompetitor 1



GAMBAR II.5 Data Followers Kompetitor 2

4. Information: Terdapat kompetitor yang menjual produk sejenis dan telah ada di industri yang sama sejak lama. Sehingga jaklocka perlu memperkuat strategi agar bisa bersaing dengan kompetitor yang lebih unggul.

5. Material: keterbatasan supply bahan baku, karena jaklocka menggunakan kayu dengan jenis kayu maple, kayu jati, dan kayu sonokeling. permasalahan yang terdapat pada Jaklocka dapat divisualisasikan melalui diagram fishbone sebagai berikut:



GAMBAR II.6 Fishbone Diagram

A. Alternatif Solusi

Berikut merupakan alternatif solusi dari setiap permasalahan yang ada:

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Keterbatasan sumber daya manusia sehingga mengalami beban kerja ganda	1. Perancangan workforce planning untuk mengidentifikasi kebutuhan tenaga kerja pada Jaklocka 2. Perancangan job analysis
2	Konten promosi yang kurang menarik	Perencanaan ulang strategi content marketing
3	Penggunaan media pemasaran belum optimal	1. Perencanaan ulang strategi pemasaran 2. Perancangan program
4	Kurangnya inovasi produk	Perencanaan dan pengembangan
5	Persaingan yang ketat dengan kompetitor	Perancangan strategi produk untuk menghadapi persaingan
6	Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku	1. Penentuan pemilihan supplier bahan baku 2. Perancangan Penerapan Supply Chain Management
7	1. Keterbatasan sumber daya manusia 2. Konten promosi yang kurang menarik 3. Penggunaan media pemasaran belum optimal 4. Kurangnya inovasi produk 5. Kesulitan dalam mendapatkan bahan baku	Perancangan Model Bisnis

GAMBAR II.7 Alternatif Solusi

Berdasarkan beberapa permasalahan yang dialami oleh Jaklocka memiliki keterkaitan dan berhubungan pada model bisnis, sehingga perlu adanya perbaikan bisnis yang meninjau seluruh elemen bisnis. Maka, solusi untuk permasalahan ini yaitu dengan melakukan perancangan model bisnis menggunakan metode *Business Model Canvas*

II. KAJIAN TEORI

A. Analisis SWOT

Menurut Freddy Rangkuti (2017), analisis SWOT membandingkan antara faktor internal kekuatan dan

kelemahan. Berikut ini penjelasan mengenai setiap kuadran pada analisis SWOT.

- Kuadran I merupakan posisi yang menguntungkan di mana perusahaan memiliki peluang dan kekuatan sehingga perlu menerapkan kebijakan pertumbuhan yang agresif.
- Kuadran II merupakan kondisi di mana perusahaan menghadapi berbagai ancaman, namun masih memiliki kekuatan, sehingga perlu menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk / pasar).
- Kuadran III merupakan kondisi di mana perusahaan menghadapi pasar, namun memiliki kelemahan internal, maka perlu meminimalkan masalah internal sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.
- Kuadran IV merupakan kondisi yang tidak menguntungkan karena perusahaan menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

B. Model Bisnis

Model bisnis berasal dari kata model dan bisnis. Menurut Peterson dan Plowman dalam Kamaluddin (2017) mengemukakan bahwa bisnis merupakan kegiatan yang berulang-ulang yang didalamnya terdapat serangkaian kegiatan pembelian ataupun penjualan barang dan atau jasa. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.

C. Value Proposition Canvas

Value proposition canvas menggambarkan bagaimana suatu produk atau layanan ditawarkan untuk memberikan nilai kepada pelanggan dengan kebutuhan yang mereka harapkan (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Kanvas proporsi nilai adalah sebuah kerangka kerja terdiri dari dua bagian yaitu profil pelanggan dan peta nilai di mana menggambarkan masalah dan solusi pelanggan, serta nilai dari pandangan pelanggan.

D. Business Model Canvas

Business Model Canvas merupakan salah satu model bisnis yang diciptakan dan dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dan telah digunakan secara luas oleh perusahaan untuk memetakan bisnis sehingga menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

E. Lean Canvas

Lean canvas merupakan sebuah metode perancangan model bisnis yang diadaptasi dari business model canvas karya Osterwalder dan Pigneur dalam buku Business Model Generation. Lean canvas berfokus pada pembangunan bisnis serta digunakan untuk membantu dalam menemukan solusi sehingga ide yang rumit dapat dengan mudah dibaca dan dipahami (Ash Maurya, 2012).

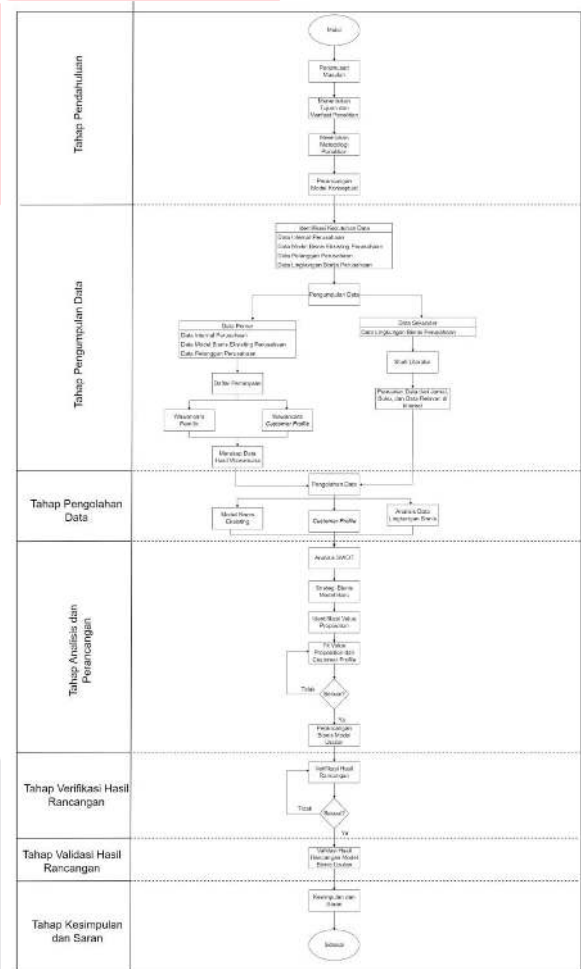
Adanya pengembangan model bisnis ini disebabkan karena elemen yang terdapat pada business model canvas masih belum mampu menangkap komponen penting pada suatu bisnis, khususnya pada bisnis digital (start-up).

F. Business Model Environment

Sebuah konsep pemodelan bisnis yang diterapkan pada lingkungan sebagai bentuk upaya pemahaman lingkungan agar memperoleh informasi secara efektif merupakan definisi dari business model environment.

III. METODOLOGI

Berikut merupakan metode rancangan yang menuntun peneliti dalam melakukan penelitian.



GAMBAR II.1. Metode Rancangan

A. Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan adalah tahap yang meliputi perumusan masalah, tujuan penelitian, studi literatur, metode penelitian, serta pembuatan model konseptual sebagai tahap awal dalam penyelesaian penelitian tugas akhir ini.

B. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data merupakan tahap yang dilakukan dengan mengumpulkan data-data yang dibutuhkan dan akan dikelompokkan berdasarkan dua jenis data. Lalu,

data-data tersebut akan diolah dan akan digunakan dalam penelitian ini.

C. Tahap Pengolahan Data

Tahapan berikutnya yaitu pengolahan data. Pada tahap ini, seluruh kebutuhan data yang telah dikumpulkan, baik data primer maupun sekunder akan diolah sehingga menghasilkan output berupa komponen model bisnis. Berikut merupakan tahap pengolahan data pada penelitian ini:

1. Data Model Bisnis Eksisting

Data model bisnis Jaklocka saat ini diperoleh dengan melakukan wawancara dengan pemilik Jaklocka. Hasil informasi yang didapat melalui wawancara, peneliti dapat memetakan model bisnis Jaklocka pada setiap blok *Business Model Canvas*.

2. Data Pelanggan

Data pelanggan diperoleh melalui wawancara dengan 10 pelanggan Jaklocka. Data ini digunakan untuk mengetahui keadaan pelanggan yang dimiliki oleh Jaklocka berdasarkan elemen *customer profile* yang terdiri dari *jobs*, *pains*, dan *gains*

3. Data Lingkungan Bisnis

Data lingkungan bisnis diperoleh dari hasil studi literatur, berupa buku dan jurnal, serta pencarian data melalui internet yang berasal dari sumber-sumber terpercaya. Data lingkungan bisnis ini menggambarkan bagaimana kondisi eksternal Jaklocka yang dapat mempengaruhi proses bisnis perusahaan. Setelah memperoleh data lingkungan bisnis, selanjutnya data ini dipetakan dan akan digunakan sebagai indikator untuk merancang analisis SWOT.

D. Tahap Analisis dan Perancangan

Tahap ini yaitu tahap untuk menganalisis hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Hasil analisis ini berupa rancangan model bisnis usulan. Berikut merupakan tahap analisis dan perancangan pada penelitian ini.

1. Analisis SWOT

Data yang diperoleh dan diolah, selanjutnya masuk ke dalam tahap analisis SWOT. Tahap ini digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki oleh Jaklocka sehingga memudahkan untuk merumuskan strategi perusahaan. Perumusan strategi ini berasal dari faktor internal dan eksternal perusahaan yang akan digunakan untuk perbaikan model bisnis eksisting pada Jaklocka.

2. Value Proposition Canvas

Tahap selanjutnya yaitu melakukan perancangan *value proposition canvas*. Perancangan ini dirumuskan dengan mempertimbangkan data *customer profile*. Setelah mendapatkan hasil berupa *value proposition*, maka selanjutnya dilakukan kesesuaian antara kedua sisi tersebut. Hal ini bertujuan untuk mengetahui apakah kedua sisi tersebut saling berkaitan dan relevan satu sama lain.

3. Perancangan Model Bisnis pada Jaklocka

Perancangan model bisnis pada penelitian ini menggunakan metode *business model canvas*. Hal ini digunakan untuk memperbaiki model bisnis eksisting

sebelumnya. Perancangan model bisnis pada Jaklocka memanfaatkan hasil analisis SWOT dan value proposition canvas.

E. Tahap Verifikasi Hasil Rancangan

Pada tahap ini merupakan verifikasi terhadap hasil rancangan model bisnis usulan yang telah dirancang. Proses verifikasi ini dilakukan dengan menyesuaikan antara hasil rancangan usulan model bisnis dengan teori yang dikemukakan dan digunakan. Tujuan dari proses ini adalah untuk memastikan setiap blok pada business model canvas dapat diterima secara logis berdasarkan teori yang digunakan serta memastikan apakah setiap blok pada BMC kan berpengaruh pada blok lainnya.

F. Tahap Validasi Hasil Rancangan

Tahapan ini berisi evaluasi terhadap rancangan bisnis model usulan yang telah dihasilkan. Validasi yang dilakukan hanya terkait aspek feasibility dari usulan model bisnis yang baru. Tahapan ini dilakukan dengan berdiskusi bersama pemilik Jaklocka. Evaluasi ini berisikan umpan balik mengenai kesesuaian rancangan terhadap perusahaan. Apabila rancangan telah selesai, maka rancangan ini dapat membantu perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan menyelesaikan permasalahan eksisting yang ada. Namun, apabila belum sesuai, maka perlu melakukan penyesuaian terhadap analisis SWOT serta nilai proporsi yang dimiliki oleh perusahaan

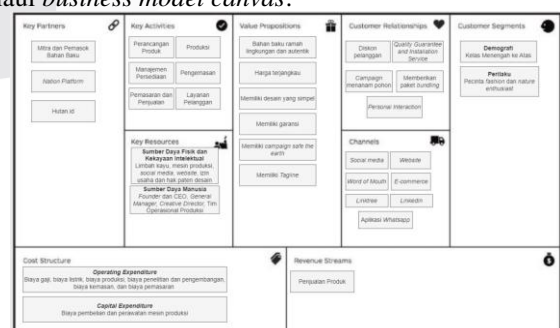
G. Tahap Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini berisi ringkasan berupa kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan juga berisi saran yang bertujuan untuk menganalisis kekurangan yang terdapat pada penelitian serta menjadi bahan pengembangan bagi penelitian selanjutnya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Model Bisnis Eksisting Jaklocka

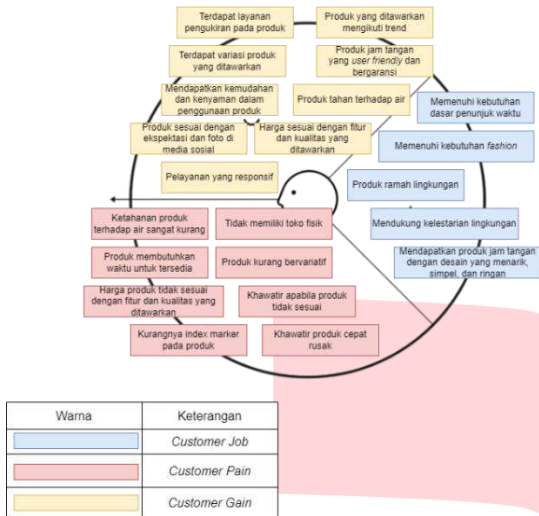
Berdasarkan hasil pengumpulan data internal perusahaan melalui proses wawancara yang telah dilakukan pada 03 Desember 2022 dengan pemilik Jaklocka, berikut merupakan rangkuman model bisnis eksisting Jaklocka yang dimodelkan melalui *business model canvas*:



GAMBAR II.2
Model Bisnis Eksisting

B. Pemetaan *Customer Profile* Jaklocka

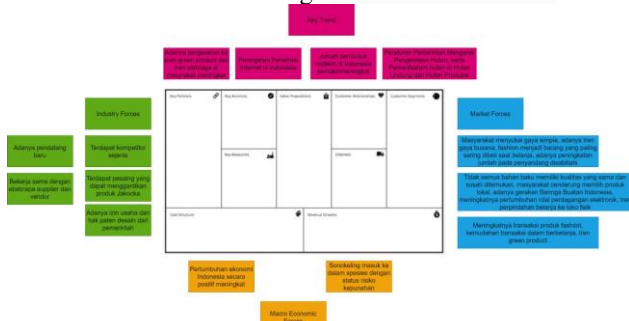
Berdasarkan hasil rekam customer job, customer pain, dan customer gain yang berasal dari wawancara dengan pelanggan Jaklocka, maka dilakukan pemetaan untuk customer profile Jaklocka sebagai berikut:



GAMBAR II.3. Pemetaan Customer Profile Jaklocka

C. Pemetaan Business Model Environment

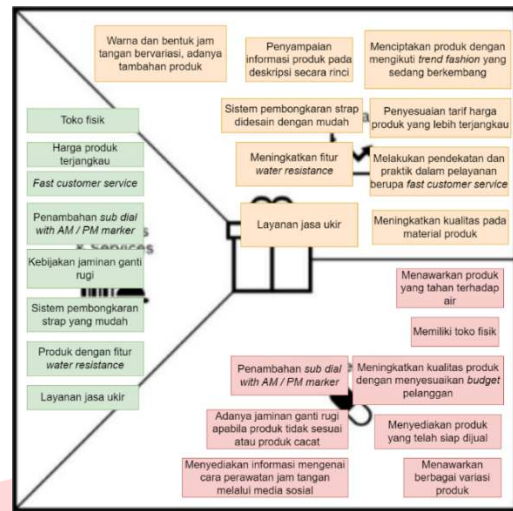
Berdasarkan data analisis lingkungan bisnis yaitu market forces, industry force, key trends, dan macro-economic forces. Maka dilakukan pemetaan terhadap Business Model Environment Jaklocka sebagai berikut:



GAMBAR II.4. Pemetaan Business Environment

D. Pemetaan Value Map Jaklocka

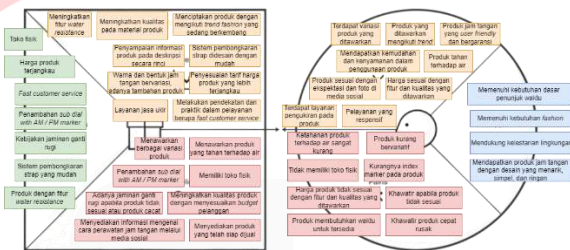
Berikut merupakan value map Jaklocka berdasarkan pain relievers, gain creators, dan product and services:



GAMBAR II.5. Pemetaan Value Map

E. Value Proposition Canvas

Berikut merupakan value proposition canvas Jaklocka:



GAMBAR II.6. Value Proposition Canvas

Berikut merupakan penjelasan justifikasi dari kecocokan value map dengan customer profile pada Jaklocka.

1. Meningkatkan fitur water resistance merupakan sebuah keinginan dari pelanggan untuk memiliki produk jam tangan yang tahan terhadap air. Melalui improvement pada fitur jam tangan pada Jaklocka, diharapkan dapat memenuhi keinginan atau manfaat yang ingin diperoleh oleh pelanggan terkait produk tahan air. Menawarkan produk yang tahan air juga dapat meminimalisir kesulitan pelanggan terhadap kurangnya ketahanan produk Jaklocka terhadap air.
2. Adanya toko fisik yang ada pada Jaklocka dapat mempengaruhi minat pelanggan dalam membeli produk Jaklocka. Hal ini dikarenakan pelanggan dapat melihat dan merasakan secara langsung produk Jaklocka. Adanya toko fisik dapat meminimalisir kesulitan yang dialami oleh pelanggan terkait tidak memiliki toko fisik.
3. Meningkatkan kualitas produk dengan menyesuaikan budget pelanggan merupakan hal yang diinginkan oleh pelanggan. Maka, Jaklocka perlu melakukan penyesuaian tarif harga produk yang lebih terjangkau. Melalui produk dengan harga yang terjangkau dapat menarik minat pelanggan dalam membeli produk Jaklocka.
4. Menyediakan produk yang telah siap dijual menjadi salah satu upaya Jaklocka untuk mengurangi kesulitan yang dialami pelanggan terkait produk membutuhkan waktu untuk tersedia. Hal ini juga dapat mempengaruhi

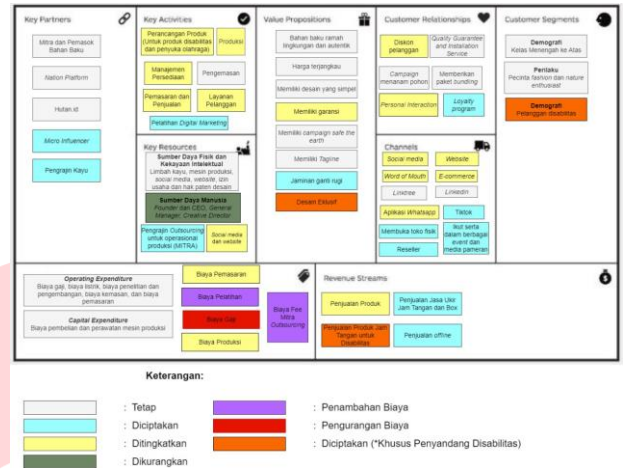
pelanggan karena merasa kurang puas apabila menunggu dengan waktu yang terlalu lama.

5. Menawarkan berbagai variasi produk dapat mengurangi kesulitan yang dihadapi pelanggan terkait produk kurang bervariasi. Jaklocka dapat menambah variasi produk, melalui adanya penambahan warna dan bentuk pada jam tangan, serta adanya produk tambahan yang dimiliki oleh Jaklocka sehingga pelanggan dapat memilih opsi selain produk yang telah ada pada Jaklocka. Adanya penambahan warna dan bentuk pada jam tangan, serta adanya produk tambahan yang dimiliki oleh Jaklocka juga dapat memenuhi keinginan dan minat pelanggan dalam membeli produk Jaklocka.
6. Penambahan sub dial with AM / PM marker dapat mengurangi kesulitan yang dialami oleh pelanggan terkait kurangnya index marker pada produk. Adanya penambahan ini dapat membuat pelanggan lebih mudah membaca waktu di jam tangan Jaklocka.
7. Adanya jaminan ganti rugi apabila produk tidak sesuai atau produk cacat dapat mengurangi rasa khawatir pelanggan apabila produk tidak sesuai. Adanya jaminan ganti rugi dengan disertai adanya video unboxing juga akan mempermudah pelanggan dalam mengklaim produk tersebut.
8. Menyediakan informasi mengenai cara perawatan jam tangan melalui media sosial akan mempermudah pelanggan dalam merawat jam tangan kayu sekaligus mengurangi rasa khawatir produk cepat rusak.
9. Menciptakan produk dengan mengikuti trend fashion yang sedang berkembang menjadi salah satu keinginan pelanggan. Adanya produk yang mengikuti perkembangan tren dapat menarik minat pelanggan dalam membeli produk.
10. Meningkatkan kualitas pada material produk menjadi keinginan oleh pelanggan Jaklocka. Hal ini dikarenakan warna pada strap akan luntur apabila terkena air sehingga membuat pengguna tidak nyaman. Adanya peningkatan kualitas pada material produk dapat meningkatkan loyalitas pelanggan sekaligus meningkatkan minat keinginan membeli produk kembali.
11. Penyampaian informasi produk pada deskripsi secara rinci dapat memenuhi keinginan pelanggan terkait produk sesuai dengan ekspektasi dan foto di media sosial. Adanya informasi produk secara detail dapat memikat dan meyakinkan pelanggan dalam membeli produk Jaklocka. Selain itu, dapat mempermudah pelanggan dalam mempertimbangkan pembelian produk tersebut.
12. Melakukan pendekatan dan praktik dalam pelayanan berupa fast customer service dapat meningkatkan hubungan antara penjual dan pembeli. Selain itu, melalui fast customer service dapat membuat pelanggan merasa nyaman. Hal ini dapat memenuhi keinginan pelanggan terkait pelayanan yang responsif.
13. Sistem pembongkaran strap didesain dengan mudah merupakan suatu keinginan yang ingin dipenuhi oleh pelanggan. Adanya sistem pembongkaran strap yang mudah dapat menambah kepuasan pelanggan dan adanya kemudahan dalam menggunakan produk.
14. Adanya layanan jasa ukir merupakan suatu keinginan pelanggan yang ingin dipenuhi. Terdapatnya layanan

jasa ukir dapat membuat pelanggan merasa puas karena dapat mengukir nama atau kata-kata yang ingin ditulis pada jam tangan.

F. Rancangan Business Model Canvas Usulan

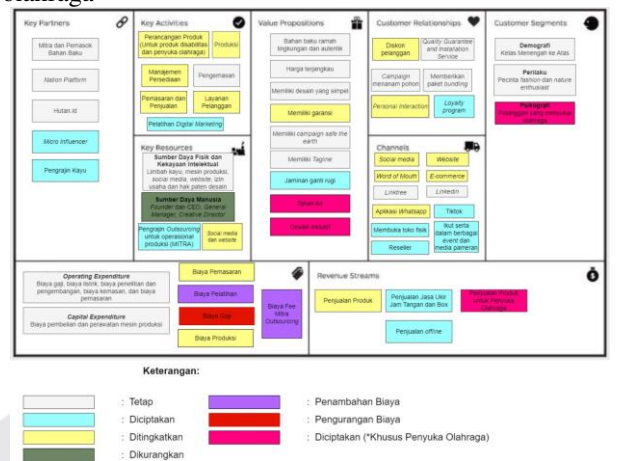
1. Business Model Canvas pada aspek pasar penyandang disabilitas



GAMBAR II.7. a.

Business Model Canvas pada aspek pasar penyandang disabilitas

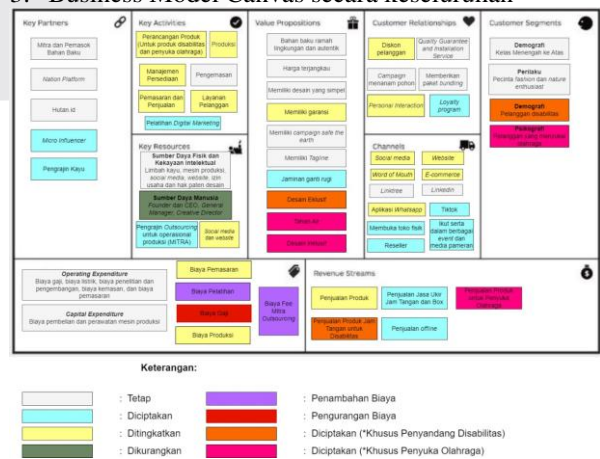
2. Business Model Canvas pada aspek pasar penyuka olahraga



GAMBAR II.8. b.

Business Model Canvas pada aspek pasar penyuka olahraga

3. Business Model Canvas secara keseluruhan



GAMBAR II.9. c.

Business Model Canvas secara keseluruhan

G. Verifikasi

Setelah dilakukannya hasil rancangan usulan perbaikan model bisnis, selanjutnya adalah melakukan proses verifikasi berdasarkan pada acuan standar dan spesifikasi rancangan untuk menguji kesesuaian antar blok secara logis. Hasil verifikasi yang dilakukan telah sesuai dengan permasalahan yang terjadi pada Jaklocka.

H. Validasi

Validasi hasil rancangan dilakukan setelah melakukan verifikasi. Validasi yang dilakukan hanya berdasarkan pada aspek risiko kelayakan (*feasibility risk*). Pada validasi ini, dilakukan diskusi dengan pemilik Jaklocka sehingga mendapatkan umpan balik dan diharapkan dapat membantu pengembangan bisnis Jaklocka serta dapat mengimplementasikan model bisnis usulan.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil rancangan model bisnis usulan pada Jaklocka adalah sebagai berikut.

1. Penambahan target pasar dengan kategori disabilitas pada aspek demografi dan penambahan kategori pelanggan yang menyukai kegiatan olahraga pada aspek psikografi
2. Meningkatkan penawaran pada garansi, penambahan jaminan ganti rugi, menciptakan desain eksklusif, tahan air dan desain inklusif pada aspek value proposition
3. Peningkatan aktifitas postingan pada media sosial, membuka toko offline, mengikuti berbagai event dan merekrut reseller pada aspek channels
4. Mengadakan peningkatan diskon pelanggan dan personal interaction dan penambahan loyalty program pada aspek customer relationship
5. Melakukan peningkatan penjualan produk, penambahan pada penjualan jasa ukir jam tangan dan box, penjualan produk untuk penyuka olahraga, penjualan jam tangan untuk disabilitas dan penjualan offline pada aspek revenue streams
6. Melakukan pengurangan terhadap tim operasional produksi, menambahkan pengrajin outsourcing, dan peningkatan media sosial dan situs web pada aspek key resource
7. Melakukan peningkatan pada perancangan produk, produksi, manajemen persediaan, layanan pelanggan, serta pemasaran dan penjualan. Selain itu, adanya penambahan pada pelatihan digital marketing pada key activities.
8. Melakukan kerja sama dengan micro influencer dan pengrajin kayu pada aspek key partnership
9. Melakukan penekanan biaya pemasaran, pengurangan pada biaya pelatihan dan biaya fee mitra outsourcing, serta pengurangan biaya gaji pada aspek cost structure.

REFERENSI

- [1] P. D. Sampe and J. Dongoran, "Dampak Pematangan Gaji pada Perusahaan dan pada Karyawan Selama Masa Pandemic Covid 19," *Jurnal Penelitian dan Pengembangan Sains* Vol.5, No.3, p. 379, 2021.
- [2] T. Rahman, A. Widyanti and Y. , "The Development of Universal Design Principles for Appropriate Technology in Small and Medium Enterprises (SMEs)," *Journal of Physics*, pp. 1-5, 2021.
- [3] Y. Pusparisa, "Indonesia dalam Jajaran Area Hutan Terluas di Bumi," 9 Juli 2020. [Online]. Available: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/07/09/indonesia-dalam-jajaran-area-hutan-terluas-di-bumi>.
- [4] P. D. Susetyo, "Mengapa Data Luas Hutan Berbeda-beda," 16 November 2021. [Online]. Available: <https://www.forestdigest.com/detail/1438/luas-hutan-indonesia>.
- [5] S. Masitoh, "Produksi kayu hutan alam dan hutan tanaman meningkat 6,20% pada kuartal II-2021," 06 Agustus 2021. [Online]. Available: <https://industri.kontan.co.id/news/produksi-kayu-hutan-alam-dan-hutan-tanaman-meningkat-620-pada-kuartal-ii-2021>.
- [6] P. Kotler and G. Amstrong, *Principle of Marketing*, New Jersey: Pearson Education, 2018.
- [7] I. D. Utami, *Permodelan Sistem*, MNC Publishing, 2021.
- [8] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2012.
- [9] A. Osterwalder and Y. Pigneur, *Business Model Generation*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- [10] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernada and A. Smith, *Value Proposition Design*, Hoboken: John Wiley & Sons, Inc, 2014.
- [11] K. Phillip and K. L. Keller, *Marketing Management 15th Edition*, New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc, 2016.
- [12] M. E. Porter, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: Free Press, 1985.
- [13] Triyono, "Outsourcing dalam Perspektif Pekerja dan Pengusaha," *Jurnal Kependudukan Indonesia*, pp. 45-49, 2011.
- [14] P. S. Badan, "Statistik Indonesia 2023," 28 Februari 2023. [Online]. Available: <https://www.bps.go.id/publication/2023/02/28/18018f9896f09f03580a614b/statistik-indonesia-2023.html>.
- [15] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernada and A. Smith, *Value Proposition Design*, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc, 2020.
- [16] A. W. Pradipta and B. T. Indrojarwo, "Desain Jam Tangan Kayu dengan Konsep Jujur Material dan Inklusif," *Jurnal Sains dan Seni ITS* Vol.5, No.2, pp. 243-248, 2016.
- [17] B. Raharjo, "Masyarakat Menginginkan Produk Ramah Lingkungan," 25 Agustus 2021. [Online]. Available: <https://news.republika.co.id/berita/qye2gw415/masyarakat-menginginkan-produk-ramah-lingkungan>.
- [18] I. Supriyatna, "Hasil Survei: Masyarakat Berani Bayar Lebih Tinggi untuk Produk Ramah Lingkungan," 25 Agustus 2021. [Online]. Available: <https://www.suara.com/bisnis/2021/08/25/135112/hasil-survei-masyarakat-berani-bayar-lebih-tinggi-untuk-produk-ramah-lingkungan>.
- [19] A. Permana, "Tantangan Mewujudkan Fesyen Berkelanjutan dalam Konsep Green Fashion," 16 Maret 2023. [Online]. Available: <https://www.itb.ac.id/berita/tantangan-mewujudkan-fesyen-berkelanjutan-dalam-konsep-green-fashion/59297>.

[20] H. W. I. Putra, B. Tristiyono and W. Hadi, "Eksperimen Material Alternatif Untuk Produk Jam Tangan Kreatif: Eksplorasi Motif Terrazzo Dari Campuran Bahan Semen dan Limbah Cangkang," *Jurnal Sains dan Seni ITS* Vo.8 No.2, pp. 262-267, 2019.

[21] R. Nursyafitri, M. A. Waskito and A. Nefo, "Studi Komparasi Pengembangan Desain Produk Jam Tangan yang

Diinspirasi dari Unsur-Unsur Visual yang Terdapat pada Budaya Suku Bangsa Batak, Dayak, dan Bali," *Jurnal Desain Indonesia* Vol. 04 No. 02, pp. 117-128, 2022.

