

Nama : Liyana Qayyimah

NPM : 2113053189

Kelas : 3G

Prodi : PGSD

Jurnal 1

Model Bisnis pada Perusahaan X Menggunakan Business Model Canvas

Semakin berkembangnya populasi penduduk dari tahun ke tahun membuat pertumbuhan ekonomi juga mengalami perkembangan. Terbukti di Indonesia provinsi Jawa Timur bisnis *furniture* triwulan I-2015 terhadap triwulan I-2014 yang mengalami pertumbuhan sebesar 4,71 %. Kemudian pada triwulan II-2015 mengalami pertumbuhan sebesar 5,25% yang jika dibandingkan dengan triwulan II-2014 mengalami pertumbuhan sebesar 2,83% dan triwulan I-2015. Hal ini membuktikan bahwa pertumbuhan ekonomi berkembang secara positif. Sehingga hal ini perlu dilakukan evaluasi agar bisnis ini dapat bertahan dan terus mengalami pertumbuhan. Untuk itu terdapat *tools* yang dapat digunakan oleh perusahaan agar mampu mengevaluasi model yang digunakan, contohnya *business model canvas*. Penelitian dilakukan pada perusahaan X yang merupakan perusahaan yang memproduksi perabot rumah tangga berbahan dasar kayu di Surabaya, Jawa Timur. Masalah yang dihadapi oleh perusahaan X adalah persaingan bisnis serta kurangnya upaya pemasaran. Pada tahun 2010 saja, jumlah unit usaha mebel di Jawa Timur sudah mencapai 83.477 unit usaha. Oleh sebab itu perlu dilakukan penelitian agar dapat mengetahui model bisnis yang diterapkan oleh perusahaan saat menjalankan aktivitas bisnisnya. Setelah itu dilakukan analisis menggunakan analisis SWOT dan mengimplementasikan strategi *blue ocean* dengan kerangka kerja empat langkah yakni Hapuskan-Kurang-Tingkatkan-Ciptakan.

Business model canvas saat ini mempunyai 9 elemen yakni, 1) *Customer segment*, dimana perusahaan mempersonalisasikan pesan pemasarannya agar dapat mengetahui kebutuhan pelanggannya; 2) *Value Proposition*, dimana perusahaan lebih memperhatikan kualitas produknya; 3) *Channels*, pada elemen

ini perusahaan secara langsung mengantarkan pesannya kepada pelanggan;

4) *Customer Relationships*, di elemen ini perusahaan menerapkan personal assistance agar pelanggan dapat memesan produk dengan pelayanan dari bagian administrasi dan penjualan; 5) *Revenue Streams*, perusahaan tidak hanya mendapatkan pendapatan hanya dari penjualan produk saja tapi dari retailer dan uang muka yang diberikan oleh pelanggan untuk pemesanan produk khusus; 6) *Key Resources*, sumber daya perusahaan seperti mesin, bahan baku, sumber daya manusia dan keuangan; 7) *Key Activities*, pada elemen ini terdiri dari dua kegiatan yakni produksi dan penjualan; 8) *Key Partnerships*, Mitra usaha perusahaan adalah berupa pemasok, yaitu pemasok bahan baku (kayu, cat, lem, dan lain-lain) dan pemasok komponen-komponen yang tidak diproduksi oleh perusahaan (metal, besi, aluminium); 9) Struktur biaya perusahaan lebih mengarah kepada upaya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, namun tetap berusaha meminimalkan biaya yang tidak perlu (*value driven*). Selanjutnya analisis SWOT pada salesman dari perusahaan yang menawarkan barang secara langsung kepada pelanggan. Saluran distribusi yang digunakan perusahaan cukup efektif dan terintegrasi dengan baik. Ancamannya adalah adanya pesaing yang menawarkan harga lebih rendah dan produk pengganti. Sumber daya perusahaan telah dikelola dengan baik dan perusahaan dapat memprediksi sumber daya. Selanjutnya pada strategi *blue ocean* didapatkan hasil Hapuskan ketergantungan pada satu aliran pendapatan yang beresiko membuat perusahaan kolaps.

Kemudian mengeliminasi pengambilan bahan baku langsung oleh perusahaan kepada pemasok yang tidak efisien dan efektif dari segi waktu dan biaya. Selanjutnya menekan biaya bahan baku, dengan cara pemasok mengirimkan bahan baku ke perusahaan. Business model canvas masa depan didasarkan pada analisis dan evaluasi SWOT. Pada elemen *customer segment*, perusahaan mengelompokkan pelanggan berdasarkan jumlah pembelian dan permintaan pelanggan. Perusahaan juga mempekerjakan *salesman* untuk mendapatkan pelanggan baru, dimana salesman yang sudah ada memiliki target untuk mendapatkan pelanggan baru dalam jangka waktu tertentu.

Analisis Pengembangan Model Bisnis pada Industri Animasi Menggunakan Business Model Canvas yang Terbatasi Biaya

Jurnal ini membahas pengembangan suatu bisnis di industri animasi menggunakan metode business model canvas yang diabatasi oleh biaya. Pada hasil penelitian pengembangan bussines model canvas yang di batasi oleh biaya di industsi animasi dengan menggunakan SWOT, didapatkan hasil business ini layak untuk digunakan. Hal tersebut dikarenakan modifikasi yang dilakukan pada business model canvas agar mendapatkan hasil yang maksimal. Selain itu terdapat 2 lini bisnis baru hasil pengembangan pada penelitian, yaitu proyek film animasi dan pengembangan *intellectual property* (IP). Dari kedua lini bisnis ini mampu di jalankan jika terintegrasi sesuai acuan business model canvas yang telah dimodifikasi dalam penelitian ini.

Pada hasil penelitian ini berupa interpretasi model bisnis yang telah terstruktur ke dalam bentuk *Bussiness Model Canvas* (BMC) dan analisis biaya dengan menggunakan beberapa alat ukur yang berebeda. Oleh karena irtu hasil dari penelitian ini tidak hanya sebagai acuan saja, tapi dapat juga dijadikan acuan para investor agar paham keuntungan investasi di bidang animasi. Tidak hanya itu prospek dari usaha ini juga mempunyai peluang yang cukup besar karena berdasarkan analisis SWOT. Analisis SWOT yang dilakukan juga sudah mencakup 9 elemen *Bussiness Model Canvas*. Jadi investor tidak perlu ragu untuk menggunakan model bisnis ini jika ingin berinvestasi.

Jurnal 3

BUSINESS MODEL CANVAS PERUSAHAAN PENGOLAH RUMPUT LAUT

Pada jurnal ini dipaparkan bahwa Winner Perkasa Indonesia Unggul ingin melakukan pengembangan dalam bisnis yang dijalankan. Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi model bisnis saat ini, mengevaluasi dan merancang prototype model bisnis baru dengan pendekatan model bisnis kanvas. Menggunakan metode penelitian obeservasi langsung, dengan melakuka wawancara terhadap responden dan menggunakan kuisisioner. Hasil penelitian ini

adalah alternative prototype model bisnis yang berlandaskan hasil analisis SWOT. Alternatif strategi yang dihasilkan ada 4 yaitu yang pertama alternative strategi S-O yang berfokus dalam peningkatan efisiensi dan kualitas pelaksanaan aktifitas produksi dengan menggunakan peralatan baru dengan kapasitas yang lebih besar, kemudian menaikkan tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan, dan meningkatkan arus pendapatan yang terdisversifikasi.

Kedua strategi W-O yang melakukan inovasi pada bentuk kemasan dan penambahan perisa agar target segmentasi pasar anak-anak dapat tercapai. Ketiga adalah strategi S-T yang bertujuan menaikkan tingkat loyalitas pelanggan terhadap produk perusahaan. Keempat ada satategi W-T, dimana strategi ini berupaya untuk tidak merekrut tenaga kerja yang tidak mempunyai kemampuan spesifik di bidang tertentu. Selain itu berdasarkan analisis SWOT terdapat *prototype* alternative model bisnis 1 dan *prototype* alternative bisnis 2. *Prototype* alternative model bisnis 1 berfokus pada peningkatan pemasaran produk jus rumput laut dengan penerapan inovasi pada produk tersebut. Sementara *prototype* model bisnis 2 berfokus pada penawaran *value* baru untuk meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan.