

ANALISIS JURNAL
Permodelan Usaha Pertemuan 14

Oleh :
Ernawati
NPM 2113053203
Program Studi Pendidikan Guru Sekolah Dasar
Universitas Lampung

ANALISIS JURNAL 1

Nama Penulis	Devyana Chandra
Judul Jurnal	Model Bisnis Pada Perusahaan X Menggunakan <i>Business Model Canvas</i>
Tahun	2016
Vol, No, Halaman	4(1), 18-25
Metode	<p>-Penelitian yang dilakukan oleh peneliti menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif untuk mendeskripsikan model bisnis perusahaan X.</p> <p>-Metode yang digunakan dalam penelitian adalah <i>case study</i>.</p> <p>-Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur.</p> <p>-Teknik pemilihan informan dilakukan menggunakan purposive sampling dimana informan dipilih dengan pertimbangan tertentu.</p>
Hasil	<p>Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan hasil bahwa <i>dalam business model canvas</i> pada perusahaan X terdapat sembilan elemen yaitu:</p> <p>1. <i>Customer Segment</i>, Pada <i>business model canvas</i> saat ini terdiri dari retailer perabotan dan pelanggan yang melakukan pemesanan produk khusus. dari segi geografis, pelanggan berasal dari Surabaya dan luar pulau (Ambon, Papua, Flores). Sedangkan di masa depan perusahaan mensegmentasi pelanggan berdasarkan jumlah pembelian, dan permintaan pelanggan. Perusahaan menyasar pelanggan baru yaitu proyek pemerintah yang dilakukan dengan mengajukan tender.</p> <p>2. <i>Value Proposition</i>, pada <i>business model canvas</i> saat ini perusahaan menawarkan nilai dari segi <i>customization</i>, segi <i>newness</i>, segi <i>cost reduction</i> dan</p>

risk reduction, meningkatkan performa baik itu mesin dengan pemeliharaan, dan karyawan dengan pelatihan untuk meningkatkan kinerja. Sedangkan di masa depan perusahaan memberikan garansi tertulis kepada pelanggan dan menambah inovasi pada produk yang didesain di retailer sehingga terdapat variasi produk yang lebih menarik.

3. *Channels*, Pada *business model canvas* saat ini saluran distribusi yang digunakan perusahaan adalah secara langsung, Saluran komunikasi yang digunakan adalah melalui telepon dan email, sedangkan saluran pembayaran adalah langsung datang ke perusahaan atau melalui transfer. Pada masa depan Perusahaan bekerja sama dengan media massa yaitu koran, radio, dan televisi lokal untuk memasarkan produknya, dan membuat website untuk pemasaran produk.

4. *Customer Relationship*, pada *business model canvas* saat ini perusahaan menerapkan *personal assistance* dalam membantu pelanggan untuk memesan produk yang dilayani oleh bagian administrasi dan penjualan. Membangun hubungan dengan pelanggan sebagai mitra kerja untuk retailer dan hubungan berkelanjutan untuk pelanggan yang memesan produk khusus. Sedangkan di masa depan mengadakan *gathering* kepada pelanggan, memberikan bingkisan pada hari raya sesuai dengan hari raya yang dirayakan oleh pelanggan, memberikan kartu member bagi pelanggannya untuk mengumpulkan poin

5. *Revenue Streams*, pada saat ini arus pendapatan perusahaan berasal dari penjualan produk, sedangkan cara pembayaran dengan memberikan tenggang waktu sebulan bagi retailer untuk melunasi pembayaran. Mekanisme harga yang ditetapkan adalah *fixed menu pricing*. Sedangkan di masa depan perusahaan menghilangkan ketergantungannya terhadap satu arus pendapatan. Hal ini dilakukan dengan mencari sumber pendapatan lain yaitu penyewaan transportasi, jasa pemotongan kayu, dan memanfaatkan sisa bahan baku untuk membuat produk baru seperti hiasan pajangan dari kayu.

6. *Key Resources*, pada *business model canvas* saat ini sumber daya perusahaan adalah mesin, bahan baku, sumber daya manusia, dan keuangan. Bahan baku diperoleh dengan membeli kepada pemasok. Sumber daya manusia diperoleh dari warga sekitar perusahaan dan kenalan. Sedangkan pada masa depan perusahaan memberikan peningkatan kepada sumber daya manusia agar kemampuannya meningkat, yaitu

dengan mengikuti pelatihan maupun seminar yang diadakan di luar perusahaan dan melakukan efisiensi bahan baku dengan mencari bahan baku yang memiliki kualitas yang setara namun harga yang diperoleh lebih murah sehingga biaya produksi dapat lebih kecil.

7. *Key Activities*, pada *business model canvas* saat ini aktivitas produksi dimulai dari membeli bahan baku dari pemasok, sedangkan aktivitas penjualan berupa penerimaan pesanan dari pelanggan melalui telepon atau email, pengiriman barang, sampai dengan pembayaran yang dilakukan oleh pelanggan. Sedangkan di masa depan perusahaan mengurangi kemungkinan aktivitas kunci ditiru dengan melakukan peningkatan kualitas aktivitas yang dijalankan dan melakukan promosi-promosi dan mencari pelanggan baru bagi perusahaan, seperti menyebar brosur dan mengikuti pameran.

8. *Key Partnerships*, pada *business model canvas* saat ini mitra usaha perusahaan adalah berupa pemasok, yaitu pemasok bahan baku dan pemasok komponen-komponen yang tidak di produksi oleh perusahaan. Sedangkan di masa depan perusahaan terus mencari pemasok yang menawarkan harga murah dengan kualitas yang setara, tanpa mengabaikan pemasok yang sudah ada. Perusahaan juga mencari mitra usaha baru selain pemasok, yaitu media yang dapat mengiklankan produk perusahaan yaitu seperti koran, radio, televisi, serta perusahaan bekerjasama dengan pemasok untuk menjual produk perusahaan dengan imbalan pembagian laba bagi

9. *Cost Structure*, untuk *business model canvas* saat ini struktur biaya perusahaan lebih mengarah kepada upaya menjaga kualitas produk yang dihasilkan, namun tetap berusaha meminimalkan biaya yang tidak perlu (*value driven*) berupa *fixed cost*. Selain itu, terdapat pula biaya yang tidak terduga seperti adanya karyawan yang sakit, terjadinya kecelakaan kerja yang membuat perusahaan harus menanggung biaya tersebut tanpa dapat diprediksi kapan biaya tersebut dikeluarkan. Sedangkan di masa depan pemasok yang mengantarkan bahan baku ke perusahaan, sehingga perusahaan dapat mengurangi biaya transportasi untuk mengambil bahan baku langsung ke pemasok dan perusahaan menambahkan biaya pemasaran yang bermanfaat untuk mempromosikan perusahaan. Perusahaan juga mengurangi biaya dengan berusaha mendapatkan bahan baku yang harganya lebih murah

	sehingga biaya produksi yang dikeluarkan oleh perusahaan dapat ditekan.
Kesimpulan	Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Beberapa hal yang ditambahkan pada model bisnis masa depan adalah menambahkan <i>salesman</i> pada <i>customer segment</i> agar peluang memperoleh pelanggan baru lebih besar dan juga menyaraskan segmen pelanggan baru. Hal yang ditingkatkan pada <i>value proposition</i> adalah pemberian garansi tertulis dan <i>brand awareness</i> . Pada elemen <i>channels</i> juga ditambahkan pembuatan <i>website</i> agar produk perusahaan lebih dikenal. Lalu, ada elemen <i>customer relationship</i> , hal yang ditambahkan berupa kartu member bagi pelanggan. Kemudian juga menambahkan arus pendapatan perusahaan (<i>revenue streams</i>) sehingga tidak hanya bergantung pada penjualan produk saja. Pada elemen <i>key activities</i> dilakukan penambahan aktivitas pemasaran. Sedangkan untuk elemen <i>key resources</i> , <i>key partnership</i> , dan <i>cost structure</i> , dilakukan dengan mencari bahan baku dengan harga murah.

ANALISIS JURNAL 2

Nama Penulis	Digdoyo Oktapriandi, Muhammad Ridwan Andi Purnomo, Ali Parkhan.
Judul Jurnal	Analisis Pengembangan Model Bisnis Pada Industri Animasi Menggunakan <i>Business Model Canvas</i> Yang Terbatasi Biasa
Tahun	2017
Vol, No, Halaman	23(3), 195-210
Metode	Metode pengumpulan data pada penelitian terdapat pada diagram alir penelitian
Hasil	Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan hasil yaitu: -Hasil <i>business model canvas</i> perusahaan di awal adalah: 1. <i>Customer Segments</i> , Studio animasi (worldwide, khususnya Asia Tenggara) dan pembuatan IP untuk produk animasi (Movue, Video Clip, dll). 2. <i>Value Propositions</i> , studio animasi kasat mata menawarkan <i>service</i> animasi berkualitas dengan <i>delivery</i> yang tepat waktu dan mengembangkan IP sesuai dengan pertimbangan <i>market based</i> . 3. <i>Channels</i> , (<i>Direct selling</i> , online, dan <i>exhibition</i>) 4. <i>Customer Relationships</i> , <i>Transactional</i> (Beli putus),

	<p><i>community, long team</i> (Berkelanjutan).</p> <p>5. <i>Revenue Streams</i>, <i>fee</i> jasa proyek animasi dan <i>fee</i> hasil pengembangan IP dan penjualan <i>merchandise</i>.</p> <p>6. <i>Key Resources</i>, tim <i>inhouse</i> dan animator serta tim <i>IP development</i></p> <p>7. <i>Key Activities</i>, <i>service</i> animasi dan <i>intellectual property</i> (IP) <i>development</i>.</p> <p>8. <i>Key Partnerships</i>, (Investor, sponsor, studio animasi <i>Worldwide</i>, Asosiasi Industri Kreatif, dan pemerintah)</p> <p>9. <i>Cost Structure</i>, gaji <i>inhouse</i>, animasi, dan <i>outsource</i>, software lisensi, dan <i>operational</i> (listrik, internet, dll).</p> <p>-Sedangkan pada pengembangan business model canvas baru diperoleh hasil yaitu:</p> <p>1. <i>Customer Segments</i>, kerja sama pelatihan animasi : lembaga pendidikan dan pemerintah, toko <i>merchandise</i> dan para pecinta animasi, sekolah animasi : <i>fresh graduate</i> dan pemula 18-23 tahun, <i>workshop</i> animasi anak TK, SD, dan balita 4-9 tahun.</p> <p>2. <i>Value Propositions</i>, sekolah animasi memberi sertifikasi yang diakui serta kurikulum internasional, memiliki lini kegiatan <i>workshop</i> anak untuk mengenalkan dunia animasi dengan cara yang mudah dipahami, serta harga jual yang kompetitif.</p> <p>3. <i>Channels, (third parties)</i></p> <p>4. <i>Customer Relationships</i>, (kolaborasi)</p> <p>5. <i>Revenue Streams</i>, <i>fee</i> jasa sekolah animasi, <i>dan fee</i> jasa <i>workshop</i> anak dan pelatihan animasi.</p> <p>6. <i>Key Resources</i>, (pembangunan infrastruktur yang memadai).</p> <p>7. <i>Key Activities</i>, (<i>animation regular training class</i>, <i>workshop</i> animasi anak dan pelatihan animasi, serta <i>merchandise production</i>).</p> <p>8. <i>Key partnerships</i>, (<i>software developer</i>, <i>merchandise production company</i>, lembaga pendidikan, dan komunitas lintas media).</p> <p>9. <i>Cost Structure</i>, (biaya pemasaran, infrastruktur, dan fasilitas).</p>
Kesimpulan	<p>-Dari hasil penelitian yang diperoleh oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa pengembangan <i>business model canvas</i> dengan terbatasi oleh biaya pada perusahaan animasi kasar mata dengan analisis SWOT layak untuk dijalankan. Hasil itu mengacu pada keseluruhan komponen analisis biaya yang membatasi setiap elemen pada <i>business model canvas</i> baru.</p>

ANALISIS JURNAL 3

Nama Penulis	Ammar Fathin Mahdi & Lukman Mohammad Baga
Judul Jurnal	<i>Business Model Canvas</i> Perusahaan Pengolah Rumput Laut
Tahun	2018
Vol, No, Hal	8(1), 1-16
Metode	<ul style="list-style-type: none"> - Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi langsung dan melakukan wawancara mendalam terhadap responden dengan menggunakan kuesioner. - Penelitian ini berupa studi kasus pada sebuah perusahaan, sehingga responden yang dipilih merupakan bagian dari perusahaan tersebut. - Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif yang mencakup analisis SWOT serta interpretasi data secara deskriptif.
Hasil	<ul style="list-style-type: none"> - Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka didapatkan hasil bahwa Penelitian ini menghasilkan dua alternatif model bisnis bagi perusahaan. Alternatif <i>prototype</i> model bisnis dirancang berdasarkan alternatif strategi dari hasil analisis SWOT. - Prototype alternatif 1 pada <i>business model canvas</i> diperoleh hasil: <ul style="list-style-type: none"> 1. <i>Key Partners</i> (<i>Supplier</i> bahan baku dan distributor). 2. <i>Key Activities</i> (Produksi dan pemasaran) 3. <i>Customer Segments</i> (Segmen pelanggan anak-anak dan segmen pelanggan dewasa di dalam ataupun luar kota depok). 4. <i>Customer Relationships</i> (Layanan personal dan layanan <i>delivery</i>). 5. <i>Channels</i> (Langsung, distributor, media sosial, dan <i>website</i>). 6. <i>Key Resources</i> (Fisik, manusia, finansial, dan intelektual). 7. <i>Value Propositions</i> (Produk olahan rumput laut, inovasi desain kemasan, dan varian rasa dalam produk olahan rumput laut). 8. <i>Revenue Streams</i> (Penjualan produk perusahaan dan potensi arus pendapatan baru dari <i>channels</i> pemanfaatan <i>website</i>). 9. <i>Cost Structure</i> (Biaya operasional produksi, biaya <i>maintenance website</i>, dan biaya tenaga kerja di bidang IT). - Prototype alternatif 2 pada <i>business model canvas</i>

	<p>diperoleh hasil:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Key Partners, supplier</i> bahan baku, distributor, dan instansi pemerintahan terkait (Pemkot, Dinas UKM, KKP). 2. <i>Key Activities</i> (Produksi produk baru dan pemasaran). 3. <i>Customer Segments</i>, (Konsumen dalam kota Depok dan luar kota Depok). 4. <i>Customer Relationships</i>, (Layanan <i>delivery</i> dan peningkatan loyalitas pelanggan). 5. <i>Channels</i>, (Langsung, distributor, media sosial). 6. <i>Key Resources</i> (Fisik, manusia, finansial, dan intelektual) 7. <i>Value Propositions</i> (Produk olahan rumput laut, layanan personalisasi produk, dan produk yang belum dikomersialisasi secara masal). 8. <i>Revenue Streams</i> (penciptaan arus pendapatan baru dan memiliki arus pendapatan yang terdiversifikasi). 9. <i>Cost Structure</i> (Biaya tambahan untuk produksi jelly dan sabun rumput laut serta biaya personalisasi produk).
Kesimpulan	<p>-Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti maka dapat ditarik kesimpulan bahwa alternatif strategi dari hasil analisis SWOT, dihasilkan 2 <i>prototype</i> alternatif model bisnis yang dapat diterapkan oleh perusahaan. <i>Prototype</i> alternatif model bisnis pertama fokus pada alternatif strategi W-O yang fokus pada pengklasifikasian ulang dalam <i>customer segment</i>, penciptaan <i>value proposition</i> baru yang sesuai dengan segmen pelanggan baru, dan mengeksplorasi peluang pada <i>channel</i> baru. Sedangkan <i>prototype</i> alternatif model bisnis kedua fokus pada alternatif strategi S-O yang fokus pada peluang penambahan <i>value proposition</i> perusahaan, memperkuat <i>customer relationship</i>, dan membuka peluang <i>partnership</i>.</p>