

Jurnal 1

Pada Model bisnis saat ini pada perusahaan menunjukkan bahwa pada elemen customer segment dan key activities, perusahaan tidak memiliki aktivitas pemasaran secara langsung yaitu dengan menggunakan salesman, sehingga kemungkinan mendapat pelanggan baru kecil. Perusahaan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan (customer relationship) dan pemasoknya (key partnership). Perusahaan mengutamakan nilai dari segi kualitas bagi pelanggan (value proposition). Saluran distribusi (channels) yang digunakan perusahaan adalah dua mobil box. Sementara saluran penjualannya melalui telepon atau email. Aktivitas perusahaan (key activities) terbagi menjadi aktivitas produksi dan penjualan. Sumber daya yang digunakan adalah bahan baku, mesin, sumber daya manusia, dan keuangan (key resources). Pendapatan perusahaan (revenue streams) saat ini bersumber dari satu arus pendapatan saja, yaitu penjualan produk. Sementara biaya yang dikeluarkan (cost structure) semua merupakan biaya operasional yaitu biaya bahan baku, mesin, listrik, dan gaji karyawan. Kemudian dilakukan analisis SWOT dan blue ocean, elemen customer segment menunjukkan peluang perusahaan dalam melayani segmen pelanggan baru dan mensegmentasi pelanggan dengan lebih baik terbilang tinggi. Pada elemen value proposition, peluang bagi perusahaan dalam mengintegrasikan produk dan jasa lebih besar. Pada elemen channels, dapat lebih ditingkatkan dengan melakukan promosi di media, dan website. Elemen customer relationship menunjukkan peluang untuk mempererat hubungan baik. Lalu, elemen revenue streams menunjukkan bahwa perusahaan harus meningkatkan kekuatan yang ada dan mengurangi ancaman, salah satunya dengan menambah arus pendapatan. Elemen key resources terdapat peluang yaitu diantaranya dengan mendapatkan sumber daya yang lebih baik. Pada elemen key activities menunjukkan perusahaan dapat meningkatkan kekuatan dan menambahkan peluang sehingga semakin meningkat. Kemudian pada elemen key partnership, menunjukkan hubungan dengan pemasok sudah berjalan dengan baik. Sementara itu pada elemen cost structure, strength berada pada tingkat tertinggi.

Setelah itu, hasilnya digunakan untuk membuat model bisnis masa depan yang merupakan perkembangan dari model bisnis yang diterapkan saat ini. Beberapa hal yang ditambahkan pada model bisnis masa depan adalah menambahkan salesman pada customer segment agar peluang memperoleh pelanggan baru lebih besar dan juga menyasar segmen pelanggan baru. Hal yang ditingkatkan pada value proposition adalah pemberian garansi tertulis dan brand awareness. Pada elemen channels juga ditambahkan pembuatan website agar produk perusahaan lebih dikenal. Lalu, ada elemen customer relationship, hal yang ditambahkan berupa kartu member bagi pelanggan. Kemudian juga menambahkan arus pendapatan perusahaan (revenue streams) sehingga tidak hanya bergantung pada penjualan produk saja. Pada elemen key activities dilakukan penambahan aktivitas pemasaran. Sedangkan untuk elemen key resources, key partnership, dan cost structure, dilakukan dengan mencari bahan baku dengan harga murah.

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa agar bisnis perusahaan berjalan dengan baik, maka perusahaan perlu menerapkan strategi blue ocean dengan 4 skema yaitu hapuskan, tingkatkan, kurangi, dan ciptakan.

Jurnal 2

Menurut Rangkuti (2016) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pada Business model canvas digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan dalam merancang model bisnis. Salah satu cara yang efisien adalah dengan melakukan evaluasi menggunakan metode SWOT (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (Strengths) dan peluang (Opportunities), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (Weaknesses) dan ancaman (Threats). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan, strategis dan kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencanaan strategis (strategic planner) harus menganalisis faktor - faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada saat ini.

Berdasarkan hasil pengembangan business model canvas dengan analisis SWOT tersebut dilakukanlah analisis biaya terhadap keseluruhan bisnis model yang terbentuk. Adapun analisis finansial ini dilakukan terhadap rancangan anggaran biaya (RAB) untuk menjalankan rancangan business model canvas yang terbentuk.

Dalam aspek finansial ini akan disajikan informasi tentang biaya investasi, modal kerja, cash flow dan biaya operasional yang terdiri dari fixed cost dan variable cost. Sebelum menyusun analisis kelayakan finansial maka perlu dibuat ikhtisar biaya investasi. Cash flow merupakan aliran kas dari suatu usaha yang terdiri dari penerimaan usaha (inflow) dan pengeluaran usaha (outflow). Aliran kas disusun untuk menunjukkan perubahan kas selama satu periode tertentu serta memberikan alasan mengenai perubahan kas tersebut dengan menunjukkan dari mana sumber - sumber kas dan penggunaan - penggunaannya (Umar, Husein, 2003). Kelayakan investasi dapat diukur dari berbagai kriteria, yang dalam penelitian ini menggunakan analisis break even point (BEP), benefit / cost ratio (BCR), payback periods (PP), net present value (NPV), profitability index (PI), internal rate of return (IRR). Dimana setiap analisis mempunyai kelebihan dan kekurangan masing - masing sehingga penggunaan keenam alat analisis keuangan tersebut akan saling melengkapi dan dapat memberikan hasil yang optimal.

Jurnal 3

Pemetaan model bisnis dengan melakukan sebuah pendekatan Business Model Canvas yang dilakukan pada kesembilan blok elemen di dalamnya yang meliputi customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key activity, key resource, key partnership, dan cost structure.

Selanjutnya, pada hasil evaluasi model bisnis yang sedang dijalankan dengan menggunakan metode analisis SWOT, dapat kita ambil beberapa alternatif strategi yaitu strategi S-O fokus pada peluang penambahan value proposition perusahaan, memperkuat customer relationship, dan membuka peluang partnership. Alternatif strategi W-O fokus pada pengklasifikasian ulang dalam customer segment, penciptaan value proposition baru yang sesuai dengan segmen pelanggan baru, dan mengeksplorasi peluang pada channel baru. Alternatif strategi S-T fokus pada peningkatan customer relationship untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dalam mengatasi ancaman produk sejenis dari potensial pesaing. Alternatif strategi W-T fokus pada menghindari peningkatan cost structure dengan tidak melakukan penambahan pada sumberdaya manusia (tenaga kerja) yang memiliki kemampuan spesifik, karena upah sumberdaya manusia (tenaga kerja) spesialis yang tinggi.

Dan berdasarkan alternatif strategi dari hasil analisis SWOT, dihasilkan 2 prototype alternatif model bisnis yang dapat diterapkan oleh perusahaan. Prototype alternatif model bisnis pertama fokus pada alternatif strategi W-O. Sedangkan prototype alternatif model bisnis kedua fokus pada alternatif strategi S-O.