

**PERANCANGAN ULANG MODEL BISNIS CV JAYA HANJAYA
DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***



SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

Citra Noviany Tanuwijaya

2016120064

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Terakreditasi Unggul oleh BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022

BANDUNG

2023

**REDESIGN OF CV JAYA HANJAYA'S BUSINESS MODEL USING THE
BUSINESS MODEL CANVAS**



UNDERGRADUATE THESIS

Submitted to complete part of the requirements for Bachelor's Degree in
Management

By

Citra Noviany Tanuwijaya

2016120064

PARAHYANGAN CATHOLIC UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS
PROGRAM IN MANAGEMENT

Excellent Accredited by BAN-PT No. 2034/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022
BANDUNG

2023

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN FAKULTAS EKONOMI
PROGRAM SARJANA MANAJEMEN**



PERSETUJUAN SKRIPSI

**PERANCANGAN ULANG MODEL BISNIS CV JAYA HANJAYA
DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

Oleh :

Citra Noviany Tanuwijaya

2016120064

Ketua Program Sarjana Manajemen

Dr. Istiharini, S.E., M.M., CMA.)

CPM

Pembimbing 1

Dr. Budiana Gornulia, Dra., M.Si

PERNYATAAN

Saya yang bertanda-tangan di bawah ini,

Nama : Citra Noviany Tanuwijaya
Tempat, tanggal lahir : Bandung, 5 November 1997
Nomor Pokok : 2016120064
Program studi : Manajemen
Jenis naskah : Skripsi

Menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PERANCANGAN ULANG MODEL BISNIS CV JAYA HANJAYA DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Yang telah diselesaikan di bawah bimbingan Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si.

Adalah benar-benar karya tulis saya sendiri;

1. Apa pun yang tertuang sebagai bagian atau seluruh isi karya tulis saya tersebut di atas dan merupakan karya orang lain (termasuk tapi tidak terbatas pada buku, makalah, surat kabar, internet, materi perkuliahan, karya tulis mahasiswa lain), telah dengan selayaknya saya kutip, sadur atau tafsir dan jelas telah saya ungkap dan tandai
2. Bahwa tindakan melanggar hak cipta dan yang disebut plagiat (*plagiarism*) merupakan pelanggaran akademik yang sanksinya dapat berupa peniadaan pengakuan atas karya ilmiah dan kehilangan hak keserjanaan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksa oleh pihak mana pun.

Pasal 25 Ayat (2) UU. No 20 Tahun 2003: Lulusan perguruan tinggi yang karya ilmiahnya digunakan untuk memperoleh gelar akademik, profesi, atau vokasi terbukti merupakan jiplakan dicabut gelarnya. Pasal 70: Lulusan yang karya ilmiahnya yang digunakannya untuk mendapatkan gelar akademi, profesi, atau vokasi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 ayat (2) terbukti merupakan jiplakan dipidana dengan pidana penjara paling lama dua tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp. 200 juta.

Bandung,

Dinyatakan tanggal: 12 Januari 2023

Pembuat pernyataan:



(Citra Noviany Tanuwijaya)

ABSTRAK

Sektor bahan bangunan maupun pasar konstruksi telah berkembang dengan signifikan yang didorong oleh tingginya pertumbuhan pasar properti (*real estate*). Sektor industri konstruksi untuk kuartal 1 tahun 2022 tumbuh sebesar 2,95% terhadap semester 1 2021. CV Jaya Hanjaya merupakan perusahaan yang bergerak dibidang retail material bahan bangunan, dibalik berjalannya perusahaan yang sudah cukup baik, namun terdapat beberapa aspek dalam perusahaan yang masih perlu diperbaharui yaitu dalam hal proses pemesanan masih dinilai kurang efektif, dan juga terdapat ketergantungan terhadap satu *supplier* yang menyebabkan terjadinya penghambatan sehingga penilaian performa perusahaan kurang baik oleh konsumen karena ada keterlambatan dalam pengiriman produk. Maka dalam hal ini guna meningkatkan *value* pada perusahaan maka perlu adanya pembaharuan dan membuat model bisnis yang baru untuk perusahaan CV Jaya Hanjaya dengan menggunakan model bisnis BMC dengan analisis SWOT.

Jenis penelitian yang digunakan yaitu *applied research*, sehingga penelitian ini dilakukan guna menerapkan sebuah teknik untuk membuat model bisnis. Dimana data yang didapatkan melalui wawancara dan observasi langsung pada CV Jaya Hanjaya. Observasi langsung yang dilakukan penulis adalah observasi harian, dimana penulis mengamati proses kerja pada perusahaan setiap harinya. Penulis memiliki keterlibatan langsung dalam perusahaan sebagai salah satu karyawan CV Jaya Hanjaya.

Hasil dari evaluasi BMC dan SWOT dapat diterapkan pada model bisnis dan dapat digunakan untuk membentuk BMC baru. BMC baru dibentuk untuk meningkatkan performa perusahaan dan membuat model bisnis yang lebih efektif sehingga lebih menguntungkan bagi perusahaan. Demikian termasuk ada saran-saran yang dapat dipertimbangkan oleh CEO untuk diterapkan pada perusahaan.

Kata kunci : Model Bisnis, SWOT, BMC

ABSTRACT

The building materials sector and the construction market have grown significantly driven by high growth in the property (real estate) market. The construction industry sector for the first quarter of 2022 grew by 2.95% compared to semester 1 2021. CV Jaya Hanjaya is a company engaged in the retail of building materials, despite the progress of the company which is already quite good, but there are several aspects within the company that still need updating namely in terms of the ordering process is still considered ineffective, and there is also a dependence on one supplier which causes bottlenecks so that the company's performance assessment is not good by consumers because there is a delay in product delivery. So in this case to increase the value of the company, it is necessary to renew and create a new business model for the CV Jaya Hanjaya company by using the BMC business model with SWOT analysis.

The type of research used is applied research, so this research was conducted to apply a technique to create a business model. Where is the data obtained through interviews and direct observation at CV Jaya Hanjaya. Direct observations made by the author are daily observations, where the author observes the work process at the company every day. The author has direct involvement in the company as an employee of CV Jaya Hanjaya.

The results of the BMC and SWOT evaluations can be applied to business models and can be used to form a new BMC. The new BMC was formed to improve the company's performance and create a more effective business model that is more profitable for the company. Likewise, there are suggestions that can be considered by the CEO to be applied to the company.

Key words : Business Model,SWOT,BMC

KATA PENGANTAR

Puji Syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas kesempatan, berkat, dan rahmat-Nya sehingga skripsi berjudul “**PERANCANGAN ULANG MODEL BISNIS CV JAYA HANJAYA DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***” dapat diselesaikan dengan baik. Pembuatan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M.) pada Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan Bandung. Dalam proses penulisan skripsi ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kata-kata yang masih kurang berkenan. Oleh karena itu penulis terbuka atas segala bentuk saran serta kritik yang membangun. Selama menyelesaikan studi di Universitas Katolik Parahyangan, penulis mendapat dukungan dari banyak pihak sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan lancar. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Kedua orang tua penulis, Denny Lasmana dan Yenny Tanuwijaya serta kakak tertua penulis Sanjaya Lasmana dan kakak kedua penulis Fanny Tanuwijaya yang senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan secara moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan meraih gelar Sarjana Manajemen.
2. Ibu Triyana Iskandarsyah, Dra., M.Si. selaku dosen wali yang sudah membimbing, mengarahkan sejak awal perkuliahan, dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Ibu Dr. Budiana Gomulia, Dra., M.Si. selaku dosen pembimbing tunggal penulis yang sudah membimbing, mengarahkan, dan memberikan masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Ibu Inge Berlian, Dra., Ak., M.Sc. selaku dosen mata kuliah Manajemen Keuangan yang sudah memberikan semangat dan masukan kepada penulis selama penulis menjalani perkuliahan.
5. Seluruh dosen dan staf Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pembelajaran dalam menyelesaikan studi dan berbagai keperluan yang dibutuhkan selama menjalani perkuliahan.

6. Leonnard Christianno Medellu selaku pasangan penulis yang sudah memberikan semangat, doa, serta dukungan secara moril maupun materi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dan meraih gelar Sarjana Manajemen.
7. Rania Putri selaku teman penulis dari awal masa perkuliahan hingga saat ini yang sudah membantu penulis selama masa perkuliahan.
8. Clarita Natalia, Yosua Reynaldi, Elbert Kenny, Alexander Leonnard, Sharon Natasha, Christvaldi Lavender, Stefany Wijaya, Lucky Novandi, Emily Young, Angel Graciela, Michael Tanuwijaya, dan Wenny selaku teman main penulis yang sudah senantiasa memberikan semangat agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
9. Teman-teman Manajemen 2016 yang sudah menemani sejak awal perkuliahan dan berjuang bersama.
10. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah memberikan doa, hiburan, dan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Bandung, 12 Januari 2023



Citra Noviany Tanuwijaya

DAFTAR ISI

<i>ABSTRAK</i>	<i>i</i>
<i>ABSTRACT</i>	<i>ii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>v</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR TABEL</i>	<i>viii</i>
<i>LAMPIRAN</i>	<i>ix</i>
<i>BAB 1 PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	6
<i>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</i>	8
2.1 Kewirausahaan	8
2.1.1 Wirausaha	8
2.2 Model Bisnis Kanvas (BMC)	9
2.2.1 Segmen Model Bisnis Kanvas	9
2.3 Analisis SWOT	19
<i>BAB 3 METODE DAN OBJEK PENELITIAN</i>	24
3.1 Metode dan Jenis Penelitian	24
3.2 Jenis Data	24
3.3 Teknik Pengumpulan Data	25

3.4	Objek Penelitian	26
3.4.1	Latar Belakang CEO	26
3.4.2	Profil Perusahaan	27
3.4.3	Visi Misi Perusahaan.....	28
3.4.4	Proses Kerja	28
3.4.5	Struktur Organisasi Perusahaan	29
3.4.6	B2B dan B2C	30
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Analisis <i>Business Canvas Model</i> (BMC) CV Jaya Hanjaya Saat Ini.....	31
4.2	Analisis SWOT Terhadap <i>Business Canvas Model</i> (BMC) CV Jaya Hanjaya Saat Ini	37
4.3	Usulan <i>Business Model Canvas</i> (BMC) CV Jaya Hanjaya Yang Baru	42
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN		46
5.1.	<i>Kesimpulan</i>	46
5.2.	<i>Saran</i>	49
DAFTAR PUSTAKA.....		50
LAMPIRAN		52

DAFTAR GAMBAR

<i>Gambar 1.1 Tren Data Pertumbuhan Industri Konstruksi, 2011-2022.....</i>	<i>1</i>
<i>Gambar 1.2 Data Pembatalan Pesanan Tahun 2022</i>	<i>3</i>
<i>Gambar 1.3 Business Model Canvas</i>	<i>4</i>
<i>Gambar 1.4 Kerangka Pemikiran.....</i>	<i>7</i>
<i>Gambar 2.1 The Value Proposition Canvas</i>	<i>12</i>
<i>Gambar 2.2 SWOT Analysis Factor.....</i>	<i>22</i>
<i>Gambar 3.1 Merk yang Bekerjasama dengan CV Jaya Hanjaya</i>	<i>27</i>
<i>Gambar 3.2 Logo Perusahaan.....</i>	<i>28</i>
<i>Gambar 3.3 Struktur Organisasi Perusahaan CV Jaya Hanjaya.....</i>	<i>29</i>

DAFTAR TABEL

<i>Tabel 3.1 Data B2B dan B2C CV Jaya Hanjaya</i>	<i>30</i>
<i>Tabel 4.1 Tabel Business Model Canvas CV Jaya Hanjaya.....</i>	<i>36</i>
<i>Tabel 4.2 Tabel Model Bisnis CV Jaya Hanjaya yang Baru menggunakan Business Model Canvas</i>	<i>45</i>

LAMPIRAN

Lampiran 1 Daftar Pertanyaan BMC CV Jaya Hanjaya

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sandang, pangan dan papan adalah kebutuhan pokok manusia sehingga membangun suatu usaha yang berkaitan dengan ketiga hal tersebut memiliki peluang yang baik untuk menunjang kebutuhan manusia. Berbeda dengan usaha toko sembako dan pakaian yang memiliki perputaran produk lebih cepat, usaha bahan bangunan memiliki kelebihan dimana produk yang dijual tidak cepat rusak maupun ketinggalan zaman (*mode*) (Wongkar, 2015). Di Indonesia sudah banyak berdiri usaha *retail* maupun grosir yang menjual bahan baku pembangunan.

Menurut pusat kebijakan anggaran pendapatan dan belanja negara pada tahun 2016 diketahui sektor pada bahan bangunan maupun pasar konstruksi telah berkembang dengan signifikan yang didorong oleh tingginya pertumbuhan pasar properti (*real estate*). Hal ini didukung dengan data dari data industri *research* pada tahun 2022 diketahui sektor industri konstruksi untuk kuartal 1 2022 tumbuh sebesar 2,95% terhadap semester 1 2021, kinerja pertumbuhan positif ini sangat baik meskipun pada tahun 2020 kinerja sektor industri turun akibat adanya kebijakan pembatasan aktivitas untuk mencegah penyebaran COVID 19.

Gambar 1.1

Tren Data Pertumbuhan Industri Konstruksi, 2011-2022



Sumber : Data Industri *Research* (2022)

Dilihat dari data statistik pada Gambar 1.1 dapat dilihat bahwa data pertumbuhan industri konstruksi yang memiliki peningkatan positif berdampak positif juga kepada usaha industri material bangunan. Kesempatan ini sangat baik digunakan oleh para wirausahawan yang berada pada industri bahan bangunan ini. Sisi lain dari kenaikan positif ini yang mengakibatkan menjamurnya usaha material bangunan dimana-mana sehingga mengakibatkan persaingan yang ketat. Dengan demikian dibutuhkan sebuah usaha lebih bagi pelaku usaha atau wirausahawan guna mempertahankan keberlangsungan sebuah usaha.

CV Jaya Hanjaya adalah perusahaan yang bergerak dibidang *retail* bahan bangunan yang sudah berdiri sejak tahun 2021. Perusahaan CV Jaya Hanjaya ini dapat dinilai masih menjadi perusahaan baru yang masuk kedalam industri bahan bangunan. Perusahaan ini menyediakan berbagai material bahan bangunan untuk konstruksi seperti semen, pipa, kabel listrik dan lain-lain dengan berbagai macam merk. CV Jaya Hanjaya ini terletak di Jl Sindang Sirna Elok No. 22 kota Bandung.

Dalam proses berjalannya perusahaan terdapat beberapa hal yang masih perlu diperbaharui seperti proses pemesanan yang masih dilakukan dengan manual yaitu menggunakan *Whatsapp* dan telepon dirasa pemilik masih kurang efektif. Hal ini dikarenakan seringkali terjadi pesanan yang terlewat dan tidak diproses oleh admin karena pesan yang menumpuk sehingga mengakibatkan tingkat pembatalan pesanan semakin tinggi. Hal ini dapat dilihat melalui data pada Gambar 1.2.

Gambar 1.2

Data Pembatalan Pesanan Tahun 2022

TGL	INVOICE	JUMLAH	PRODUK	STATUS	CUSTOMER	ALAMAT PENGIRIMAN	KODE SALES
02-Feb	JH221HFB01	Rp 9.360.000	PADANG	CANCEL	MAHABA VILLAGE	CIPADUNG KEC OBIRU KOTA BANDUNG	H
13-Mar	JH221AMR30	Rp 81.274.051	PIPAMAS	CANCEL	PT ARUNG LAUT	FASHAGRIYA PODOMORO PARK	R
14-Mar	JH221RMR22	Rp 4.650.000	PADANG	CANCEL	ALI	JL DIPONOGORO NO 3	G
21-May	JH221GM13	Rp 32.445.092	RUCIKA	CANCEL	GOLF ISLAND	DAGO PAKAR GOLF ISLAND	G
27-May	JH221RM006	Rp 14.960.000	HEBEL PLATINUM SSI	CANCEL	CV RAF	DESA SUKA MAJU KP CICERI RT 02 RW 08	R
01-Jul	JH221RJL02	Rp 9.670.000	RAJAWALI	CANCEL	PT ARUNG LAUT	PODOMORO PARK	R
12-Jul	JH221JUL06	Rp 53.705.000	PIPAMAS	CANCEL	BUANA FLAMINGGO	JL NYAMPAY LOKASI PROJECT TEUBING VIEW	I
20-Jul	JH221GJL10	Rp 3.339.910	PIPAMAS	CANCEL	VICTOR	BATUNUNGAL ABADI	G
05-Aug	JH221RGS82	Rp 10.400.000	TIGA RODA	CANCEL	PT ADIKREASI	RUKO PANCAWARNA KSP	R
15-Aug	JH221RGS37	Rp 43.859.430	PIPAMAS RUCIKA	CANCEL CANCEL	PT GRAHA VIMALA	PODOMORO PARK FASHAFRIYA	R
26-Aug	JH221RGS60	Rp 26.678.375	KERAMIK	CANCEL	ALI	JL DIPONOGORO NO 3	R
06-Oct	JH221GO06	Rp 9.440.000	GARUDA	CANCEL	KENNY	TAMAN CARINGIN INDAH	G
28-Oct	JH221RO91	Rp 9.760.000	PADANG	CANCEL	PT METRIX EL CIPTA	GADING TUTUKA	R
11-Nov	JH221RN20	Rp 10.400.000	TIGA RODA	CANCEL	ADIKREASI	RUKO PANCAWARNA (5/5)	R

Sumber : Data Perusahaan

Data pada Gambar 1.2 menunjukkan bahwa tingkat pembatalan pesanan yang dilakukan konsumen B2B maupun B2C ini diakibatkan karena masalah pada

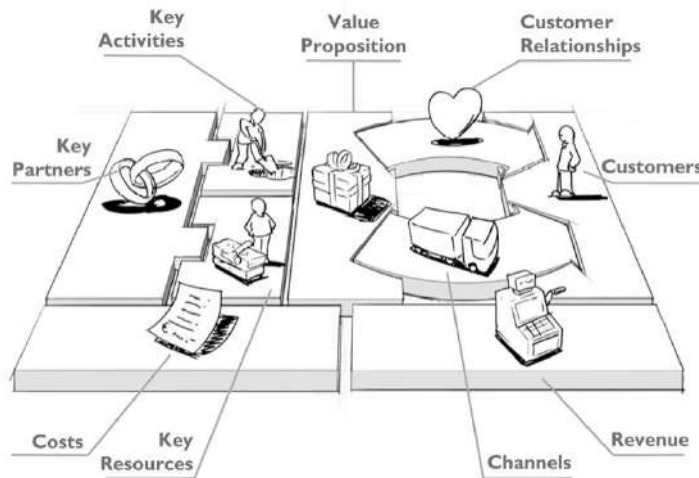
perusahaan yang hanya memiliki hubungan kerja sama dengan satu *supplier* pada setiap *merk* produk yang perusahaan jual. Setidaknya ada 2 hingga 3 pesanan yang dibatalkan setiap bulannya. Masalah tersebut berhubungan dengan penilaian yang kurang baik dalam hal penyampaian produk oleh konsumen. Hal ini disebabkan karena ketergantungan perusahaan hanya pada satu *supplier* untuk setiap produk sehingga sering kali menjadi sebuah hambatan. Salah satu yang sering terjadi adalah ketika gudang *supplier* sedang mengalami padat pengiriman dan pesanan dari perusahaan harus tertunda untuk beberapa hari yang mengakibatkan penilaian performa perusahaan kurang baik oleh konsumen karena ada keterlambatan dalam pengiriman produk. Dua hal hambatan diatas adalah hambatan yang sering terjadi dan mengakibatkan menurunnya penilaian performa oleh konsumen. Guna meningkatkan *value* pada perusahaan maka perlu adanya pembaharuan dan membuat model bisnis yang baru untuk perusahaan CV Jaya Hanjaya.

Pada saat perusahaan tidak melakukan perubahan terhadap permasalahan yang terjadi maka ada kemungkinan bahwa masalah ini akan semakin merugikan perusahaan. Jika permasalahan tersebut dapat diatasi dengan baik oleh perusahaan maka akan berdampak baik pada performa pelayanan dan peningkatan laba. Penelitian ini bermaksud untuk menganalisa suatu bisnis dan membuat perancangan model bisnis yang baru melalui integrasi *Business Model Canvas* (BMC). Hal ini disadari karena dapat membantu perusahaan untuk memahami aspek bisnis yang sedang berjalan seperti kemungkinan ada perubahan atau penambahan pada sistem perusahaan.

BMC merupakan sebuah kerangka yang dibuat untuk lebih memahami alur atau jalan pikir sebuah usaha yang bertujuan agar pengguna lebih memahami keunikan atau perbedaan yang dimiliki oleh perusahaan tersebut (Sort & Nielsen, 2018). Sembilan blok tersebut terdiri dari *customer segments* (segmen konsumen), *customer relationships* (hubungan konsumen), *channels* (saluran), *value propositions* (nilai proposisi), *key activities* (aktivitas kunci), *key resources* (sumber daya utama), *key partnerships* (kemitraan), *revenue streams* (arus pendapatan), dan *cost structures* (struktur biaya) (Osterwalder & Pigneur, 2012).

Gambar 1.3

Business Model Canvas



Sumber : Osterwalder & Pigneur (2012)

Maka dari uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan analisis terhadap perusahaan CV Jaya Hanjaya dan mengevaluasi model bisnis yang sudah berjalan dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* pada perusahaan CV Jaya Hanjaya lalu membuat evaluasi terhadap setiap elemen model bisnis menggunakan analisis SWOT. Bisnis model sudah selayaknya dimiliki oleh perusahaan yang dilakukan melalui BMC agar perusahaan dapat dengan tepat memilih setiap langkah yang perlu dilakukan untuk bisnis ini tetap bertahan dalam persaingan yang ketat maupun guna meningkatkan laba perusahaan dengan strategi yang efektif dan tepat.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana model bisnis CV Jaya Hanjaya saat ini dengan menggunakan BMC?
2. Bagaimana analisis SWOT saat ini pada model bisnis *canvas* CV Jaya Hanjaya?
3. Bagaimana usulan model bisnis yang baru pada CV Jaya Hanjaya dengan menggunakan BMC ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap permasalahan yang didapatkan pada rumusan masalah penelitian, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1 Untuk menilai model bisnis perusahaan yang sedang berjalan dengan BMC guna dapat meningkatkan performa perusahaan.
- 2 Untuk mengetahui analisis SWOT saat ini pada model bisnis *canvas* CV Jaya Hanjaya.
- 3 Untuk memberikan usulan model bisnis yang baru kepada perusahaan dengan menggunakan bisnis model *canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

Diharapkan hasil penelitian ini dapat memperoleh manfaat terutama untuk pihak-pihak yang berkaitan sebagai berikut :

- 1 Bagi Perusahaan
Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu landasan atau pedoman bagi perusahaan dalam mengambil atau membuat keputusan. Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu perusahaan agar tetap bertahan dan dapat tetap bersaing dengan perusahaan kompetitornya.
- 2 Bagi Peneliti Selanjutnya
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu sumber tambahan pengetahuan, informasi, dan wawasan yang dapat berguna bagi peneliti-peneliti yang sedang melakukan penelitian khususnya dalam bidang penerapan digitalisasi melalui pendekatan bisnis model kanvas.
- 3 Bagi Bisnis serupa
Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu solusi atau sumber ide, informasi, wawasan dan praktik yang dapat berguna bagi bisnis sejenis dengan adanya penerapan bisnis model kanvas.

1.5 Kerangka Pemikiran

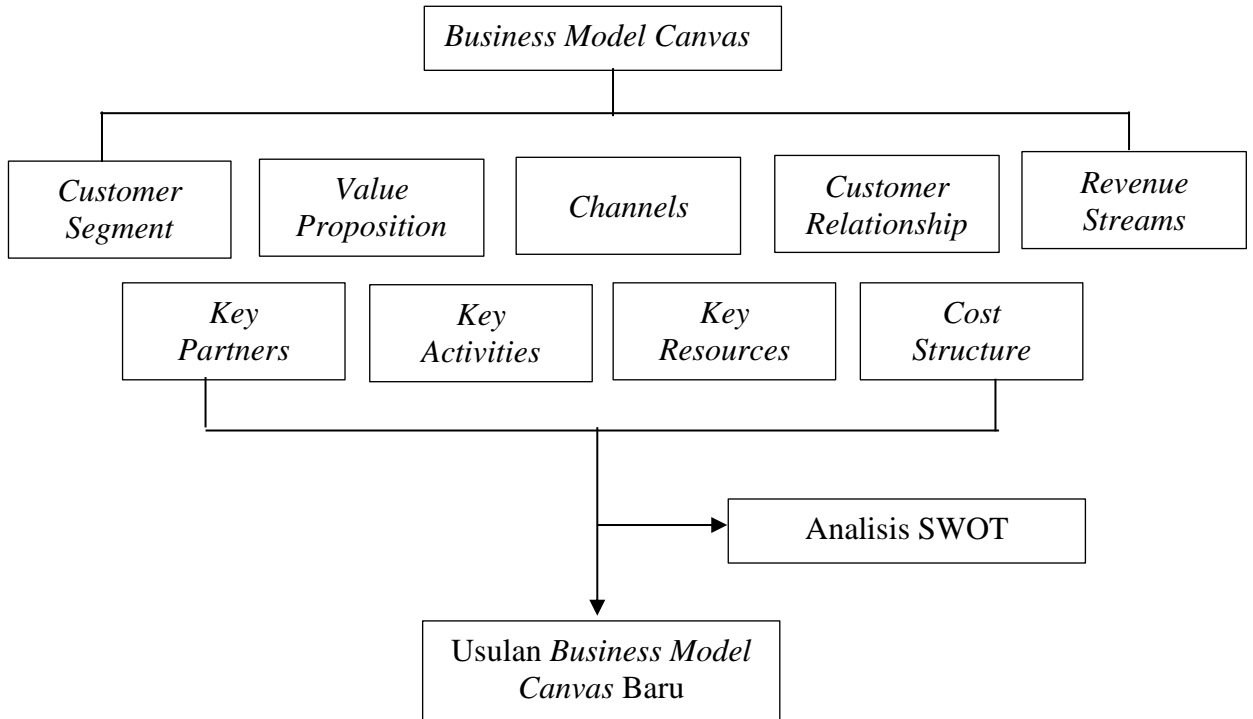
Kewirausahaan merupakan sebuah kiat, proses keberhasilan, proses penerapan kreativitas dan inovasi dalam memecahkan dan mencari peluang diantara masalah yang dihadapi setiap orang dalam kehidupan sehari-hari (Suryana, 2013). Sebagai seorang wirausaha dituntut untuk selalu menciptakan inovasi, mampu bersaing dengan kompetitor dan melihat peluang bisnis untuk menciptakan kesuksesan. Wirausaha merupakan orang yang pandai atau berbakat mengenali produk baru, menentukan cara produksi baru, menyusun operasi untuk mengadakan produk baru, mengatur permodalan operasinya, serta memasarkannya (Rusdiana, 2018).

Dalam rangka mencapai kesuksesan, masing-masing wirausaha memiliki pencapaian terhadap adanya peningkatan laba yang diraih dengan cara yang berbeda. Setiap bisnis memerlukan sebuah model bisnis agar dapat berjalan sesuai dengan yang diinginkan. Model bisnis adalah cara yang berkelanjutan dalam melakukan bisnis. Keberlanjutan menekankan ambisi untuk bertahan dari waktu ke waktu dan menciptakan sukses, bahkan mungkin profitabilitas sebagai entitas dalam jangka panjang (Nielsen & Lund, 2014). Pembuatan model bisnis pada perusahaan melalui pendekatan *Business Model Canvas* dapat dievaluasi dan dimodifikasi guna mendapatkan model bisnis yang lebih efektif dan lebih menguntungkan bagi perusahaan. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan kerangka kerja visual untuk menggambarkan berbagai elemen tentang cara kerja bisnis (Xing & Ness, 2016). *Bisnis Model Canvas* dibagi dalam sembilan elemen yakni: Segmen Pelanggan (*Customer Segment*), Porsi Nilai (*Value Proposition*), Jaringan (*Channel*), Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*), Aliran Dana (*Revenue Stream*), Sumber Daya Kunci (*Key Resources*), Kegiatan Inti (*Key Activities*), Kemitraan Kunci (*Key Partners*) (Osterwalder & Pigneur, 2012).

Analisis selanjutnya setelah merancang bisnis model kanvas ini dapat dilakukan dengan analisis atas kekuatan dan kelemahan dari dalam perusahaan atau disebut dengan analisis SWOT. Evaluasi ini dilakukan agar perusahaan dapat memprediksi peluang serta ancaman yang mungkin terjadi dalam lingkungan bisnis. Analisis SWOT merupakan salah satu metode perencanaan strategis yang digunakan untuk memetakan dan mengevaluasi kekuatan (*Strength*), kelemahan (*Weaknesses*), peluang (*Opportunities*), dan ancaman (*Threats*) dalam sebuah

spekulasi bisnis (Gurel & E., 2017). Kombinasi antara analisis SWOT dan BMC menjadikan penilaian yang fokus serta evaluasi pada model bisnis perusahaan.

Gambar 1.4
Kerangka Pemikiran



Sumber : Hasil Pengolahan Data