

**RANCANGAN MODEL BISNIS DIGITAL : *E-COMMERCE* UNTUK  
INDUSTRI KREATIF : BAGEA BATIK**



TESIS

Diajukan Kepada

Program Studi Magister Ilmu Administrasi Bisnis  
Program Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan  
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh  
Gelar Magister dalam Ilmu Magister Ilmu Administrasi Bisnis

Disusun Oleh

Florenca Judith Widyarini

8082201037

Pembimbing Tunggal :

Dr. Orpha Jane, S.Sos., MM.

**PROGRAM MAGISTER ILMU ADMINISTRASI BISNIS**

**UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN**

**BANDUNG**

**2024**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**RANCANGAN MODEL BISNIS DIGITAL : *E-COMMERCE* UNTUK  
INDUSTRI KREATIF : BAGEA BATIK**



**Oleh:**

**Floencia Judith Widyarini  
8082201037**

**Persetujuan Untuk Sidang Tesis  
pada Hari/Tanggal:  
Selasa, 23 Juli 2024**

**Pembimbing Tunggal:**

**Dr. Orpha Jane, S.Sos., MM.**

**PROGRAM MAGISTER ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
JULI 2024**

## SURAT PERNYATAAN

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Florencia Judith Widyarini  
NPM : 8082201037  
Program Studi : Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Pascasarjana Universitas Katolik Parahyangan Bandung

Menyatakan bahwa tesis dengan judul

**“RANCANGAN MODEL BISNIS DIGITAL : *E-COMMERCE* UNTUK  
INDUSTRI KREATIF : BAGEA BATIK”**

Adalah benar-benar karya saya di bawah bimbingan Pembimbing, dan saya tidak melakukan penjiplakan ataupun pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya, atau tuntutan formal atau non-formal dari pihak lain yang berkaitan dengan karya saya, saya siap menanggung segala resiko, akibat, dan/atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya, termasuk pembatalan gelar akademik yang saya peroleh dari Universitas Katolik Parahyangan.

Dinyatakan : di Bandung

Tanggal : 17 Juli 2024



Florencia Judith Widyarini

**RANCANGAN MODEL BISNIS DIGITAL : *E-COMMERCE* UNTUK  
INDUSTRI KREATIF : BAGEA BATIK**

**Florencia Judith Widyarini (8082201037)  
Pembimbing : Dr. Orpha Jane, S.Sos., MM.  
Magister Ilmu Administrasi Bisnis  
Bandung  
Juli 2024**

**ABSTRAK**

Perubahan dan perkembangan teknologi yang terus berkembang memberikan warna pada dinamika persaingan di industri kreatif khususnya di Indonesia. Bagea Batik sebagai industri kreatif yang memiliki kesempatan besar untuk masuk pada model bisnis digital dan saat ini masih belum berani melakukan perubahan ke model bisnis digital diharuskan untuk dapat beradaptasi dengan melakukan perkembangan dalam model bisnis digital e-commerce sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini. Berdasarkan keinginan Bagea Batik dalam memasuki model bisnis digital yang efektif maka dilakukan analisis internal dan eksternal. Penelitian yang dilakukan dengan metode kualitatif menggunakan analisis eksternal yang terdiri dari analisis PESTEL dan analisis PORTER'S FIVE FORCES dan analisis internal yaitu analisis SWOT dan analisis VALUE CHAIN menemukan panduan dalam Bisnis Model Kanvas Digital yang terdiri dari Konten Digital (*value proposition*), Pengalaman Pelanggan (*channels*), Platform Sosial Media dan Websites (*customer relationship*), Target Audiens (*customer segments*), Sumber Pendapatan (*revenue*), Penciptaan dan Penyebaran Kegiatan Digital (*key activities*), Kemampuan dan Teknologi (*key resources*), Pemasok, Dukungan Kemitraan (*key partnership*) dan Biaya sebagai bentuk rancangan bagi Bagea Batik untuk dapat menjalankan model bisnis digital yang efektif. Rancangan Bisnis Model Kanvas Digital yang membantu Bagea Batik dalam memasuki model bisnis digital yang efektif dapat berjalan baik salah satunya dengan adanya konsistensi Bagea Batik dalam melakukan pengecekan berkala dengan membuat kalender rutin untuk mengumpulkan serta merespon umpan balik yang maksimal dan memberikan layanan pelanggan yang konsisten.

**Kata Kunci :** Bisnis Model Kanvas Digital, analisis PESTEL, analisis PORTER's FIVE FORCES, analisis SWOT, analisis VALUE CHAIN, Model Bisnis Digital.

**DIGITAL BUSINESS MODEL DESIGN : E-COMMERCE FOR  
CREATIVE INDUSTRIES : BAGEA BATIK**

**Florencia Judith Widyarini (8082201037)  
Supervisor : Dr. Orpha Jane, S.Sos., MM.  
Master of Business Administration  
Bandung  
Juli 2024**

**ABSTRACT**

Changes and developments in technology that continue to develop provide color to the dynamics of competition in the creative industry, especially in Indonesia. Bagea Batik as a creative industry that has a great opportunity to enter a digital business model and currently still does not dare to make changes to a digital business model is required to be able to adapt by making developments in the digital e-commerce business model in accordance with the company's current conditions. Based on Bagea Batik's desire to enter an effective digital business model, internal and external analysis was carried out. The research was conducted using qualitative methods using external analysis consisting of PESTEL analysis and PORTER'S FIVE FORCES analysis and internal analysis, namely SWOT analysis and VALUE CHAIN analysis to find guidance in the Digital Canvas Business Model consisting of digital content (value proposition), user experience (channels), social media platform and websites (customer relationship), target audience (customer segments), sources of revenue (revenue), creation and dissemination a digital activities (key activities), current technology and skills (key resources), suppliers, partnership and support (key partnership) dan cost as a form of design for Bagea Batik to be able to run an effective digital business model. The Digital Canvas Business Model design that helps Bagea Batik enter an effective digital business model can run well, one of which is Bagea Batik's consistency in carrying out regular checks by creating a routine calendar to collect and respond to maximum feedback and provide consistent customer service.

**Keywords:** Digital Canvas Business Model, PESTEL analysis, PORTER'S FIVE FORCES analysis, SWOT analysis, VALUE CHAIN analysis, Digital Business Model

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas semua berkat dan rahmat yang telah diberikan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan tesis ini. Penulisan tesis ini dibuat dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat dalam mendapat gelar Magister dalam Program Studi Magister Ilmu Administrasi Bisnis di Universitas Katolik Parahyangan. Judul dari skripsi ini adalah **RANCANGAN MODEL BISNIS DIGITAL : E-COMMERCE UNTUK INDUSTRI KREATIF : BAGEA BATIK**. Penyusunan tesis ini telah dibantu oleh bawaknya bimbingan, bantuan, serta semangat dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti dengan segenap hati mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. Orpha Jane, S.Sos., MM., sebagai dosen pembimbing yang senantiasa membimbing penulis yang jauh dari kata baik ini. Terima kasih atas segala kesabaran, waktu, tenaga, serta ilmu yang diberikan selama membimbing peneliti menyelesaikan tesis ini.
2. Bapak Dr. Agus Gunawan, S.Sos., B.App.Com., MBA., M.Phil., sebagai Kaprodi Magister Ilmu Administrasi Bisnis yang banyak membantu penulis dalam membimbing setiap proses penulis dalam mengambil Magister sampai proses terakhir dalam perjalanan sidang akhir sebagai penguji.
3. Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D., sebagai salah satu penguji yang membimbing penulis dari sidang pertama sampai dengan terakhir yang turut serta membantu penulis menyelesaikan tesis ini.
4. Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., sebagai dosen yang membantu dan memberi saran dalam pengambilan studi Magister Ilmu Administrasi Bisnis.
5. Kedua orang tua penulis yang turut memberikan semangat dan dukungan materil maupun non materil dalam perkuliahan serta doa yang selalu diberikan untuk penulis di setiap harinya sampai pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan tesis ini.

6. Serta kepada keluarga ABC, Patricia Astrid, Benedictus S dan Nikanor Caka yang bersedia membantu, menemani, menghibur, mendukung segala kesulitan maupun kendala penulis dalam menyelesaikan tesis ini.
7. Kepada Mbah Kakung, dan Mbah Rai serta seluruh keluarga besar khususnya Nathanael Justin, dan Tovell Family yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam penyelesaian tesis ini.
8. Kepada Benediktus Krista Abiyoga yang selalu menemani, mendukung, mendengar setiap keluh kesah, dan tidak berhenti menyemangati penulis dengan cinta dan doanya.
9. Kepada Bagea Batik yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di perusahaannya.
10. Seluruh dosen Magister Ilmu Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu melalui pengajarannya kepada peneliti sehingga peneliti mendapatkan ilmu dan pengetahuan selama perkuliahan ini.
11. Sahabat terdekat saya, Yustina Sekar Kirana serta teman seperjuangan tesis saya Nisa Azizah, Christopher Keefe, dan Fahdan terima kasih untuk dukungan, keluh kesah yang dibagikan bersama, serta keceriaan yang diberikan dalam penyelesaian tesis ini.
12. Kepada ONK St Stevanus KBKK, khususnya Agnes Sugiarti, Yohana Eva, Fanny Fransiska, dan Priscilla Tris Devalis terima kasih karena sudah menjadi motivasi penulis dalam memberikan dukungan dan keceriaan yang dibagikan pada penulis.

Dan kepada seluruh pihak yang secara langsung maupun tidak langsung terlibat dalam membantu penyelesaian tesis ini.

Bandung, 18 Juli 2024

Penulis



2.7	Kerangka Pemikiran.....	39
<b>BAB III</b>	<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>41</b>
3.1	Metode Penelitian.....	41
3.2	Jenis Data.....	41
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	44
3.5	Teknik Pengolahan Data.....	49
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
4.1	Analisis Situasi.....	51
4.1.1	Profil Bagea Batik.....	51
4.1.2	Perilaku Konsumen Batik.....	53
4.2	Analisis Eksternal.....	56
4.2.1	Analisis PESTEL.....	56
4.2.2	<i>Analisis Porter's Five Forces</i> .....	61
4.3	Analisis Internal.....	63
4.3.1	Analisis SWOT.....	64
4.3.2	<i>Analisis Value Chain</i> .....	70
4.4	Rancangan Model Bisnis Digital <i>E-Commerce</i> untuk Bagea Batik.....	73
4.4.1	Model Bisnis Digital untuk Industri Kreatif: <i>Fashion</i> .....	73
4.4.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan bisnis <i>e-commerce</i> .....	75
4.4.3	<i>The Digital Business Model Canvas</i> .....	77
<b>BAB V</b>	<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>87</b>
5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Rekomendasi.....	88
5.3	Implikasi.....	90
	<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>92</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel I.	Tabel Operasionalisasi Variabel.....	44
----------	--------------------------------------	----

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.	Peningkatan <i>Digital Growth</i> Dunia tahun 2023 .....	15
Gambar II.	<i>Digital Business Model Canvas</i> .....	28
Gambar III.	<i>Porter's Five Forces</i> .....	30
Gambar IV.	Porter's Value Chain Porter, M. E. (2001).....	37
Gambar V.	Kerangka Pemikiran .....	40
Gambar VI.	Hasil Produksi Bagea Batik.....	52
Gambar VII.	Persentase <i>Essential Digital Headlines</i> Dunia tahun 2023 .....	74
Gambar VIII.	Rancangan The Digital Business Model Canvas .....	87

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perubahan dan perkembangan teknologi yang terus berkembang memberikan warna pada dinamika persaingan di industri kreatif khususnya di Indonesia. (Siregar, A. P., et al,2020). Perusahaan diharuskan untuk beradaptasi dengan melakukan perkembangan dengan situasi saat ini yang mengikuti perubahan teknologi informasi dan komunikasi khususnya dalam industri kreatif (Lyubareva, I., Benghozi, P. J., & Fidele, T., 2014) Usaha dalam pengembangan teknologi sebagai metode perusahaan dalam mengikuti perkembangan zaman yang ada saat ini dilakukan melalui eksperimen model bisnis dan inovasi yang secara terus menerus dilakukan untuk perusahaan dapat melakukan improve dalam melakukan strategi untuk merancang dan merumuskan keinginan untuk konsumen agar mencapai hasil yang lebih baik. Menurut Li, Eksperimen model bisnis dan inovasi memberikan pengaruh positif bagi model bisnis tradisional. Pengaruh yang diberikan salah satunya kondisi yang dominan dan stabil bagi model bisnis tradisional. Model bisnis tradisional yang cenderung dominan dan stabil menghadirkan model bisnis digital. (Li, F., 2015).

Perubahan pada suatu kondisi di dunia salah satunya penyebaran COVID-19, membuat model bisnis digital ini muncul. Istilah baru yang bernama 'New Normal' juga muncul karena adanya situasi pandemi yang membuat setiap kehidupan masyarakat berubah. Menciptakan keadaan baru bagi masyarakat untuk berinteraksi satu sama lain secara langsung dan semakin mendukung model bisnis digital karena adanya pola konsumsi yang baru. (Kessler,2005) Kekuatan model bisnis digital ini semakin memperkuat Industri kreatif dalam menghadapi perubahan teknologi, dapat memfasilitasi perubahan-perubahan dalam model bisnis. Model bisnis digital semakin berkembang khususnya bagi para industri kreatif dengan melakukan penyesuaian dan personalisasi sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kondisi konsumen. Industri kreatif yang memiliki latar belakang pendidikan dan pelatihan yang memberikan prospek menjadi seniman, pengrajin,

atau desainer, untuk melakukan perkembangan dengan tersedianya koneksi internet yang dapat diakses digital untuk mempermudah dalam hal menambah pengetahuan.

Rancangan model bisnis digital yang menawarkan banyak kemudahan khususnya terhadap industri kreatif untuk menghadapi kondisi zaman, salah satunya peralihan dengan teknologi digital berupa identifikasi tren dan perubahan yang akan terjadi di masa depan (Li, F., 2015) Model bisnis yang dilakukan melewati pertimbangan elemen yang menjadi kunci dalam penerapan model bisnis digital. Elemen berupa ide-ide 'bisnis' bagi perusahaan untuk dapat melampaui konsep tradisional 'seni', 'nilai budaya dan kreatif', 'kerajinan', dan 'kebaruan' yang sesuai dengan estimasi pasar, pencapaian manfaat bisnis, pengaruh pemasaran dan tingkat risiko untuk jenis industri kreatif khususnya dalam aktivitas bisnis tradisional yang berfokus pada keseimbangan kreativitas dan perdagangan, biaya produksi yang tinggi versus biaya reproduksi yang rendah, dan sifat barang yang semi-publik yang mengharuskan terciptanya kelangkaan untuk menghadapi bisnis yang berkelanjutan (Aleck Chao-Hung Lin.,2023).

Model bisnis digital yang menjadi sarana untuk membantu setiap industri kreatif menghadapi bisnis di seluruh dunia yang memberikan hubungan dengan lingkungan fisik, biologis dan sosial dapat terus dilakukan analisis. Model bisnis digital yang terus melalui perubahan untuk menyesuaikan kondisi pasar dengan konsep, rencana dan ide untuk meningkatkan peran mereka di dalam pasar domestik dan internasional. Seiring dengan perkembangannya, Industri kreatif yang berkelanjutan dengan memanfaatkan model bisnis digital juga dapat membantu industri kreatif untuk menciptakan permintaan dan keterampilan. Di negara Australia pada tahun 1990an terdapat industri kreatif yang bergabung dengan industri-industri sektor teknologi untuk menghadapi pembangunan berkelanjutan industri kreatif. Dukungan dari pemerintah yang turut andil memberikan promosi perkembangan model bisnis digital oleh industri kreatif menunjukkan peningkatan eksponensial dalam jumlah studi empiris mengenai pembangunan berkelanjutan industri kreatif. Model bisnis digital yang dilakukan oleh industri kreatif di Australia menarik perhatian para ilmiah untuk meneliti dan menyelidiki pengaruh model bisnis digital terhadap perkembangan berkelanjutan industri kreatif.

Pengaruhnya signifikan terasa pada bisnis, kewirausahaan, manajemen, pemasaran, dan rantai pasokan. (Hosseini, E., & Meybodi, A. R. (2023)

Bagea Batik yang merupakan salah satu industri kreatif yang memiliki kesempatan besar untuk masuk pada model bisnis digital masih belum berani melakukan perubahan ke model bisnis digital. Bagea Batik sebagai industri kreatif yang bernuansa lokal dan yang pada awalnya hanya berfokus pada unsur batik Tasikmalaya dengan ciri flora dan faunanya, saat ini sudah mengembangkan karyanya dengan memasuki Batik Nusantara. Sehingga, Bagea Batik juga menginginkan target pasar yang dapat dijangkau lebih luas dengan hadirnya karya Batik Nusantara. Kendala dalam perkembangan tersebut adalah penggunaan cara model bisnis yang hanya terbatas offline, dan pemasaran yang saat ini Bagea Batik lakukan hanya terbatas pada event-event khusus seperti pameran yang tidak selalu ada setiap harinya. Hal ini tidak sesuai dengan tujuan mereka untuk mendapatkan target pasar yang jauh lebih luas, yang secara spesifik adalah anak muda. Selain itu, situasi zaman yang terus berubah dan mempengaruhi perilaku konsumen, teknologi yang terus berkembang, cara pemasaran yang terus berbeda, dan salah satu manfaat bagi perusahaan untuk dapat meminimalisir biaya merupakan salah satu kondisi yang harus terus dihadapi Bagea Batik sehingga menjadi suatu keharusan bagi Bagea Batik untuk dapat melakukan sesuatu yang memberikan dampak yang baik untuk fokus keberlanjutannya.

Maka dari itu, dorongan untuk penelitian ini dilakukan atas dasar penulis yang melihat bahwa Bagea batik sebagai Industri kreatif memiliki kesempatan besar untuk dapat berkembang dengan model bisnis yang sesuai. Model bisnis digital e-commerce, sebagai model bisnis digital yang memberikan kemudahan dan keuntungan bagi setiap masyarakat untuk melakukan transaksi telah memberikan keuntungan besar bagi setiap lini usaha. Keterbatasan jarak dan waktu tidak akan menjadi halangan yang besar untuk melakukan aktivitas bisnis ini. Berdasarkan data, menurut Bank Indonesia terjadi persaingan e-commerce yang ada di Indonesia dan di luar negeri dan mengakibatkan adanya peningkatan penggunaan transaksi menggunakan e-commerce, sebesar Rp. 77,766 triliun pada tahun 2019 (Nugraha, 2019). Kenaikan yang terus terjadi mengharuskan negara untuk menyadari perlunya ada pembaharuan kebijakan yang mendukung hal ini karena penggunaan uang

elektronik yang lebih sering digunakan untuk bertransaksi dibandingkan dengan uang kertas. Sekaligus karena adanya kenaikan sebesar 40% di tahun 2021 yang didukung dari perkembangan dalam ekosistem digital yang lebih baik sehingga membuat gaya hidup digital dalam masyarakat juga ikut meningkat. (Endarwati, 2022). (Mumpuni, A.2022) Kebijakan ini juga dapat menjadi dasar bahwa e-commerce dapat digunakan Bagea Batik dalam memasuki model bisnis digital. Model bisnis digital yang dapat memberikan manfaat yang efektif dan efisien pada kesejahteraan masyarakat karena kemampuannya dalam meningkatkan sosial dan ekonomi suatu daerah. Namun, berdasarkan teorinya, model bisnis digital yang dapat diterapkan setiap industri kreatif tidak terlepas dari beberapa konsep yang secara detail terbagi terbagi menjadi dua berdasarkan tipologinya, yakni : *business to customer*, *business to business*, serta munculnya model bisnis baru dikarenakan adanya dampak dari digitalisasi yaitu *model business platform* dan *model business pipeline* (Choudari et al,2016) (Jane,O.2022) yang dapat menjadi pilihan perusahaan dalam menentukan model bisnis digital yang dapat dilakukan dalam langkah inovasi kedepan untuk menghadapi perubahan teknologi dan informasi.

Maka dari itu, model bisnis digital tanpa perencanaan yang efektif tidak akan berjalan baik tanpa rancangan yang baik. Rancangan model bisnis digital yang efektif akan menghasilkan model bisnis digital yang dapat berpengaruh diterapkan pada industri kreatif. Sehingga rancangan model bisnis digital *e-commerce* yang efektif dapat diimplementasikan sebagai langkah dalam mencapai bisnis kreatif yang memberikan pertumbuhan dan kesejahteraan perusahaan dan konsumen sebagai sarana penting dalam pembangunan industri kreatif yang berkelanjutan.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas terkait dengan latar belakang, dapat diteliti identifikasi masalah tentang bagaimana model bisnis yang hendak dilakukan Bagea Batik sebagai industri kreatif untuk menghadapi perubahan teknologi. yang tepat. Bagea Batik yang merupakan perusahaan fashion batik yang mengedepankan unsur tradisional diharapkan dapat mampu bersaing dengan model bisnis digital yang akan berpengaruh positif khususnya bagi setiap konsumen sebagai tujuan dan target utama dalam memasarkan produk. Fokus target market ini yang membuat penulis memfokuskan penelitian pada usia milenial sebagai usia yang berpengaruh besar

pada model bisnis digital. Ketertarikan usia milenial yang sesuai dengan model bisnis digital pada bidang *fashion* di usia 20-35 tahun yang dapat mempengaruhi mereka dalam memutuskan pembelian. *(Dilasari, 2020)*.

Dari pengamatan maupun wawancara yang dilakukan antara saya dengan konsumen dan pemilik perusahaan, saat ini Bagea Batik belum menerapkan model bisnis digital sebagai langkah dalam mengembangkan usahanya di bidang industri kreatif. Padahal dalam penerapannya model bisnis digital diperlukan dalam perkembangan dan penyebaran teknologi digital saat ini yang mempengaruhi adanya perubahan pada sikap, perilaku, maupun ekspektasi setiap elemen masyarakat yang terus berubah. Perubahan perilaku masyarakat juga berkaitan pada kecepatan konsumen dalam melakukan adopsi pada teknologi terbaru karena adanya tuntutan pada lingkungan saat ini. Model bisnis digital juga dapat membantu perusahaan dalam memberikan pengalaman berbelanja yang berbeda dari sisi konsumen dan memberikan pengalaman menjual dengan cara berbeda dari sisi perusahaan. *(Jane, O. 2022)*

Kendala yang ditemukan untuk perkembangan model bisnis digital di Bagea Batik adalah ketidakmampuan Bagea Batik untuk melakukan pendekatan dan langkah untuk penerapan model bisnis digital. Bagea Batik belum dapat terus melakukan inovasi dengan penerapan model bisnis digital untuk dapat menarik lebih banyak perhatian khususnya usia milenial yang menjadi target pasar utama. Sehingga, hal ini menjadi salah satu alasan bahwa penjualan belum secara maksimal dan stabil dapat disebabkan karena kurangnya Bagea dalam menerapkan model bisnis digital yang sesuai.

Maka dari itu, Berdasarkan uraian diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah :

**Bagaimana rancangan model bisnis digital *e-commerce* yang efektif untuk Bagea Batik sebagai salah satu industri kreatif dengan menggunakan analisis eksternal dan internal?**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah yang sudah dijelaskan, penelitian tetap memiliki tujuan sebagai sasaran dari pemecahan masalah yang diteliti. Sehingga dapat dijelaskan bahwa tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh

peneliti antara lain, untuk mengetahui bagaimana rancangan model bisnis digital *e-commerce* yang efektif dengan menggunakan analisis eksternal dan internal.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Setiap penelitian yang dilakukan pasti sudah memiliki target tujuan yang dapat dirasakan hasilnya bagi beberapa pihak yang berkaitan. Manfaat tersebut dapat dimaksimalkan untuk dirasakan pihak-pihak, antara lain :

##### **1. Bagi Perusahaan**

Bagea Batik sebagai perusahaan yang masih terus melakukan inovasi sebagai usahanya dalam menghadapi perubahan teknologi informasi di Industri Kreatif mampu merasakan dampak manfaat penelitian untuk dapat mengetahui model bisnis digital yang berpengaruh dalam pengembangan kinerja bisnis yang meningkatkan profitabilitas perusahaan. Model bisnis digital yang dapat diimplementasikan untuk membantu perusahaan untuk mencari tahu langkah langkah yang dapat dilakukan untuk mencapai model bisnis digital dengan menggunakan *e-commerce* sebagai langkah dan efektif untuk mencapai tingkat profitabilitas yang maksimal dengan jangkauan konsumen yang luas.

##### **2. Bagi Penulis**

Di sisi lain, manfaat yang penulis bisa dapatkan dalam penelitian yang dilakukan, dijelaskan dalam beberapa poin, antara lain :

- a. Penulis memiliki manfaat untuk menambah wawasan, ilmu serta pengetahuan yang berasal dari setiap proses penelitian analisa model bisnis digital untuk industri kreatif: Bagea Batik.
- b. Penulis membangun sebuah hubungan yang baik atau koneksi yang dapat terjalin dengan Bagea Batik sebagai perusahaan yang digunakan dalam penelitian ini. Hubungan yang baik yang diawali dengan bantuan yang diberikan penulis untuk mencari tahu model bisnis digital yang dapat diterapkan Bagea Batik sebagai industri kreatif untuk mengembangkan bisnis perusahaan.

- c. Penulis memiliki manfaat untuk dapat menggunakan penelitian untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan program Magister Ilmu Administrasi Bisnis.

### **3. Bagi Pihak Lain.**

Penelitian ini dapat membantu pihak lain untuk memperluas kajian ilmu pengetahuannya, khususnya dalam bidang inovasi bisnis Industri kreatif di Indonesia yang terus berkembang dan berinovasi, serta memberikan kontribusi bagi pengembangan bisnis batik di era digital yang terus berkembang.