

---

## STRATEGI PENGEMBANGAN USAH DENGAN MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVA (BMC) PADA USAHA PERCETAKAN CV. KARYA BARU DI KOTA JAMBI

Yudha Aditya Imanda Sitorus<sup>1</sup>, Nur Asdalya<sup>1</sup>, M Alfiyandi<sup>1</sup>, Iwan Eka Putra<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Universitas Muhammadiyah Jambi, Jambi, Indonesia

Yudha Aditya Imanda Sitorus : yudhaaditya@gmail.com  
nur asdalya : nurasdalya@gmail.com  
M Alfiyandi : m\_alfiyandi@gmail.com  
Iwan Eka Putra : iwanekaputra888@gmail.com

### Abstrak

Percetakan Di Kota Jambi, Karya Baru merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa percetakan dan barang cetakan. Evolusi percetakan CV. Karena Karya Baru melihat adanya peningkatan persaingan, maka diperlukan suatu rencana bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Business Model Canvas diimplementasikan dan untuk membuat analisis SWOT. Sembilan blok business model canvas—segmentasi pelanggan, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, proposisi nilai, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya digunakan dalam analisis kualitatif penelitian ini. Teknik pengumpulan data meliputi dokumentasi, wawancara, dan observasi. Menurut temuan penelitian, Karya Baru pada dasarnya telah menerapkan business model canvas ini, yang menawarkan landasan yang kokoh untuk pertimbangan dan pengambilan keputusan tambahan di mana keuntungan dari peluang lebih besar daripada kerugian dari pencetakan CV. Ancaman dari Karya Baru, diikuti oleh inovasi dalam kaitannya dengan business model canvas. Selain itu, pencetakan CV terlihat. Filosofi dan konsep bisnis ini telah diterapkan oleh Karya Baru.

Kata kunci: Business Model Canvas, 9 blok model bisnis, Percetakan.

### PENDAHULUAN

Bisnis merupakan suatu upaya untuk memenuhi kebutuhan hidup dengan gaya hidupnya masing-masing. Saat ini, bisnis tidak terlepas dari adanya teknologi, baik itu dari produksinya maupun fasilitas yang ditawarkan (Assauri, 2008). Trend bisnis saat ini, lebih menawarkan pada fasilitas dan suasana sesuai dengan apa yang di promosikan, sehingga konsumen merasa nyaman. Pemasaran harus terus berkreasi dan berinovasi sehingga konsumen mendapatkan apa yang dibutuhkan sesuai keinginannya (Setyo Prayoga, 2022).

Berkembangnya gaya hidup masyarakat, bisnis yang menarik saat ini adalah bisnis percetakan. Percetakan adalah teknik industri yang menggunakan tinta dan mesin cetak untuk memproduksi teks dan gambar secara massal, terutama di atas kertas (Santoso et al., 2022). Miliaran bahan cetakan diproduksi setiap hari. Perusahaan percetakan melakukan berbagai operasi proses bisnis. Proses bisnis adalah sekumpulan aktivitas atau aktivitas terkait yang digunakan untuk memecahkan masalah atau membuat produk atau layanan (Nabil et al., 2022). Menurut (Azara, 2020), proses bisnis didefinisikan sebagai rangkaian operasi yang meningkatkan nilai input dan mengubahnya menjadi output.

Perusahaan yang sukses membutuhkan rencana pemasaran yang kuat yang menggabungkan komponen besar dan kecil yang dapat membantu perusahaan tumbuh. Model canvas dianggap sebagai salah satu konsep bisnis yang sukses. Alexander Osterwalder menciptakan Business Model Canvas (BMC), yang mendapatkan popularitas berkat bukunya Business Model Generation. (Purnomo Waluyo et al., 2023). Biasanya digunakan oleh pemilik bisnis baru, Business Model Canvas adalah alat manajemen untuk mengatur infrastruktur, prinsip bisnis, dan keuangan perusahaan (StartUp) (Setiawan et al., 2023).

Menurut Oster dan Pigneur terdapat sembilan blok bangunan dasar dalam *business model canvas* yang memperhatikan cara berfikir tentang bagaimana cara perusahaan yang lebih menghasilkan. Pada bisnis model kanvas terdapat 9 blok yang menjelaskan tentang elemen kunci pada bisnis. Kesembilan blok tersebut adalah *Customer Segment, Channels, Customer Relationship, Revenue Stream, Value Propositions, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure* (Abdullah Hammam, 2022). Perkembangan bisnis yang dinamis memberikan peluang besar, termasuk dalam bisnis jasa seperti percetakan. Banyak bisnis yang dinamis percetakan ada di kota Jambi, salah satunya CV. Karya Baru, yang menerapkan model *business model canvas* dalam pemasarannya. Usaha ini berdiri sejak 1996 dan terus berkembang, tercermin dari peningkatan laba bersih penjualannya dari tahun ke tahun.

Berdasarkan penelitian terdahulu, Strategi Pengembangan Bisnis PT. Pitu Berkah Melalui Pendekatan Business Model Canvas memaparkan tentang cara menyusun strategi baru agar memiliki model bisnis yang tepat dan berhasil bagi organisasi. Dalam menyusun rencana bisnis yang kuat, organisasi perlu memahami pangsa pasar, proses yang tepat, dan teknologi yang terus berkembang. Business Model Canvas (BMC) merupakan alat yang baik untuk menyusun strategi baru. BMC berfungsi sebagai alat untuk mengembangkan operasional bisnis. Strategi perusahaan yang efektif dan efisien dapat diperoleh melalui penerapan BMC (Abdul Hafiz Ihza Mahendra & Asmawi, 2022). Dengan demikian, strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) pada usaha percetakan CV Karya Baru di Kota Jambi menjadi pokok bahasan utama yang menjadi perhatian penulis dalam meneliti industri percetakan di Kota Jambi.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yang berbeda, yaitu data primer dari lokasi penelitian CV. New Karya Kota Jambi dan data sekunder dari buku-buku dan situs web yang membahas penelitian ini.

Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif. Salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, yaitu peneliti mendatangi lokasi penelitian untuk melakukan pengamatan dan pengamatan secara langsung. Kedua, wawancara, yaitu dialog dengan salah satu partisipan untuk menggali informasi dan mengumpulkan data untuk tujuan tertentu. Ketiga, teknik dokumentasi yang dimaksud adalah segala bentuk rekaman atau alat perekam data sekunder yang berhubungan dengan permasalahan penelitian, baik berupa gambar, buku, literatur, arsip, atau bahan lainnya. Selain itu, dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa tahapan analisis data, yaitu pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan simpulan/verifikasi.

## **HASIL DAN DISKUSI**

Penelitian ini menggunakan dua sumber data yang berbeda, yaitu data primer dari lokasi penelitian, yaitu CV, dan data penelitian deskriptif-kualitatif. Karya Baru, Kota Jambi, serta data sekunder yang diperoleh dari buku-buku dan situs web terkait penelitian.

Secara sederhana, model bisnis kanvas dapat dipahami sebagai alat untuk mengevaluasi keakuratan suatu jenis usaha yang sedang atau akan dijalankan. Dengan bantuan model kanvas ini, kita dapat lebih memahami gambaran lengkap suatu perusahaan. Model kanvas untuk perusahaan ini terdiri dari sembilan blok yang menggambarkan komponen-komponen utama perusahaan. Berdasarkan hasil temuan, terlihat jelas bahwa percetakan CV merupakan salah satu hal yang penting. Karya Baru menggunakan sembilan blok komponen untuk menyusun Model Bisnis Kanvas, yaitu:

### **a. Customer Segments**

Setelah melakukan observasi dan wawancara peneliti menemukan *Customer segment* Percetakan CV. Karya Baru adalah konsumen dengan ekonomi menengah sampai keatas yaitu, kalangan anak-anak, remaja sampai dewasa baik yang sudah bekerja seperti pegawai kantoran yang bekerja di instansi pemerintah, swasta, maupun perbankan, dan apalagi banyak yang berlangganan di Percetakan CV. Karya Baru adalah rata-rata kantor-kantor seperti itu.

Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur menyebutkan ragam customer segment, yaitu pasar terbuka, Ceruk pasar, Pasar tersegmentasi, Diversifikasi pasar, dan Multipasar.

Dari kelima *customer segmen*, Percetakan CV. Karya Baru terdapat pada pasar tersegmentasi. Dimana perusahaan diarahkan untuk melayani pelanggan yang diklasifikasikan lagi berdasarkan kebutuhan mereka. Sedangkan geografi yang dicakup pun tidak hanya di Kota Jambi tetapi diluar Kota Jambi juga, dalam hal ini penulis menyimpulkan Percetakan CV. Karya Baru sudah mencakup segmentasi geografis yang luas. Hal ini sejalan dengan pernyataan Osterwalder dan Pigneur segmentasi pasar menjadi hal yang sangat menguntungkan bagi perusahaan karena dengan segmentasi pasar dapat mengidentifikasi bagian pasar mana saja yang belum terlayani.

b. *Value Propositions*

*Value propositions* mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hampir semua elemen-elemen lain. Elemen yang terkait langsung dengan *value propositions* adalah *customer segments*. Bagi pelanggan, *value propositions* terwujud dalam bentuk pemecahan masalah yang dihadapi atau terpenuhinya kebutuhan. *Value propositions*-lah yang menjadi alasan mengapa pelanggan memilih produk/jasa yang ditawarkan dan bukan produk/jasa pembisnis lain.

Dapat disimpulkan dari hasil wawancara diatas Percetakan CV. Karya Baru memberi nilai terhadap pelanggan yaitu dengan memberikan kepuasan pelayanan yang tinggi, memperhatikan kualitas bahan baku yang akan dibuat, kemudian pelanggan untuk membeli dengan sistem online, menerima pengembalian produk bila terjadi kesalahan dari pihak Percetakan CV. Karya Baru dan menerima saran atau keluhan dari pelanggan dengan baik serta menjaga hubungan baik dengan para pelanggannya:

1. Chanel

Komponen ketiga dari kanvas model bisnis adalah *Channel*. Pelanggan telah merasakan manfaat dari produk atau jasa CV. Karya Baru Printing apabila telah mengetahui siapa target pasarnya. Setelah melakukan observasi dan wawancara, diketahui bahwa CV. Karya Baru Printing menyalurkan *value propositions* secara langsung. Artinya, pelanggan dapat melakukan pembelian secara online atau datang langsung ke CV. Karya Baru Printing maupun secara offline. Berdasarkan hasil wawancara tersebut, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa CV. Karya Baru Printing tidak memiliki bagian khusus untuk memasarkan atau mempromosikan produknya. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara terhadap pelanggan yang telah melakukan pembelian dengan menggunakan lokasi usaha yang strategis dan mudah dijangkau oleh masyarakat luas serta istilah metode testimonial yang dibagikan kepada teman, keluarga, atau saudara terdekat dari pelanggan yang telah mencetak di CV. Karya Baru sendiri. Menurut penulis, sebaiknya dalam mempromosikan barang-barang CV. Karya Baru Printing menggunakan berbagai macam strategi daripada hanya menggunakan satu strategi saja.

2. *Customer Relationship*

*Customer Relationship* adalah hubungan yang dapat terjalin dengan konsumen. Dengan membangun hubungan yang kuat dengan klien, suatu bisnis dapat mengetahui apa yang menjadi perhatian mereka dan permintaan pasar pada saat itu atau di masa mendatang. CV. Karya Baru Printing berusaha menjaga hubungan yang positif dengan kliennya dengan melakukan hal-hal berikut:

- a. Percetakan CV. Karya Baru mengadakan makan bersama seperti contohnya makan siang bersama pemimpin kantor yang berlangganan di Percetakan CV. Karya Baru.
- b. Percetakan CV. Karya Baru setahun sekali membagikan THR dan *hampers* kepada para pelanggan setia Percetakan CV. Karya Baru.

3. *Co-creation*

Kesimpulan peneliti adalah menentukan hubungan pelanggan CV Printing. Karya Baru termasuk dalam bidang personal assistance. Pelanggan dapat berbicara langsung dengan pemilik atau staf CV Printing karena hubungan personal dibangun atas dasar interaksi antar manusia. Konsumen Baru Karya dapat berinteraksi dengan konsumennya secara online maupun secara langsung, sehingga pertemuan tatap muka tidak diperlukan untuk hubungan ini. Seperti yang ditunjukkan oleh CV Printing, kemitraan semacam ini melibatkan perusahaan yang menggunakan pelanggan untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan itu sendiri, selain menggunakan kategori Co-creation. THR dan hampers secara rutin disediakan oleh Karya Baru. Untuk mempertahankan klien, hubungan pelanggan juga menarik pelanggan setia untuk berkumpul, seperti makan siang di restoran Kota Jambi. Penulis dapat menyimpulkan bahwa CV Printing didasarkan pada hasil di atas. Karya Baru menggunakan strategi yang melibatkan membangun ikatan yang kuat dengan kliennya. Dalam hal ini, hal itu sangat baik karena mereka mengutamakan kebutuhan pelanggan mereka, yang konsisten dengan konsep keramahan, yang berarti menawarkan layanan yang sopan kepada pelanggan. CV Printing pasti akan mendapatkan keuntungan secara tidak langsung dari hal ini. Karya Baru karena klien yang menggunakan jasa cetak CV akan mendapatkan pengalaman positif. Yang menjadi penghalang mereka untuk beralih ke jasa cetak CV adalah Karya Baru. Mereka bahkan mungkin mengajak teman atau keluarga untuk berpartisipasi dalam proyek baru lainnya.

4. *Revenue streams*

*Revenue streams* atau aliran Pendapatan merupakan sumber pendapatan yang sering diukur dari jumlah uang yang diterima suatu bisnis dari kliennya. Berdasarkan hasil pengamatan dan wawancara peneliti, salah satu sumber pendapatan percetakan adalah penjualan produk CV Printing. Baru Karya. Berdasarkan fakta yang dihimpun, penulis menarik kesimpulan mengenai revenue stream yang dihasilkan oleh CV Printing. Karya Baru memperoleh pendapatan dari hasil penjualan aset perusahaan dan juga dari hasil penjualan CV Printing. Karya Baru tidak yakin karena seluruh proses pembuatan sesuatu, mulai dari setting dan editing hingga produksi membutuhkan waktu yang lama. Pendapatan per bulan diperoleh dari produk yang diproduksi oleh CV Printing. Baru Karya.

5. *Key Resources*

*Key Resources* berisi komponen paling krusial yang dibutuhkan agar model perusahaan berhasil. Sumber daya utama diperlukan untuk semua model bisnis. Alat-alat penting ini memungkinkan bisnis untuk menjangkau pasar, mengembangkan dan menyediakan proposisi nilai, mengikuti perkembangan klien, dan menghasilkan pendapatan.

Persyaratan utama untuk mengoperasikan model bisnis dijelaskan dalam blok ini. Materi penting cukup membantu saat mencetak CV. Karya Baru akan menyediakan proposisi nilai bagi klien untuk menghasilkan pendapatan. Mengingat temuan tersebut di atas, penulis dapat menarik kesimpulan bahwa sumber daya utama perusahaan—finansial, manusia, intelektual, dan fisik—selaras dengan kebutuhan sebagian besar bisnisnya. Aset berwujud dimiliki oleh CV Printing sebagai properti bisnis. Dalam hal sumber daya manusia, Karya Baru sendiri mempekerjakan lima orang, dan dalam hal sumber daya intelektual, telah memperoleh izin usaha yang dikenal sebagai SIUP. Jelas bahwa ini memiliki sejumlah sumber daya yang layak untuk mendukung proses operasi pencetakan CV. Karya Baru.

6. *Key Activities*

CV. Karya Baru Printing menjalankan bisnisnya melalui berbagai aktivitas. *Value proposition creation, value proposition distribution, customer relationship building, dan*

pengelolaan arus pendapatan merupakan tugas-tugas yang dilakukan dalam bentuk aktivitas utama. Untuk mencapai hasil terbaik, tugas-tugas tersebut harus diselesaikan seefisien mungkin. Berdasarkan hasil wawancara penulis, ada lima tugas utama yang dilakukan, yaitu mendesain produk yang nyaman, bergaya, dan kasual, memproduksinya, dan menyelesaikan transaksi untuk mengirimkan barang kepada konsumen. Sejumlah personel yang berdedikasi dan bertanggung jawab pada masing-masing bagian berpartisipasi dalam aktivitas tersebut.

7. *Key Patnership*

Jaringan mitra dan pemasok yang mendukung strategi bisnis disebut sebagai *Key patnership*. Kemitraan merupakan landasan dari banyak strategi bisnis, dan perusahaan membangunnya karena berbagai alasan. Dalam hal ini, CV. Karya Baru Printing bekerja sama dengan vendor berbagai jenis kertas, tinta, alat tulis, pengumpul kertas bekas, dan perlengkapan lain yang dibutuhkan untuk pencetakan. Para peneliti studi tersebut menemukan jalan baru untuk membentuk aliansi, khususnya dengan menawarkan barang bekas, seperti sisa potongan kertas cetak, kepada pengumpul kertas bekas yang secara teratur membeli kertas berlebih dari potongan. Karena mengurangi limbah kertas di CV. Karya Baru Printing, hal ini dianggap baik.

8. *Cost Structures*

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik, penulis dapat menyimpulkan bahwa biaya yang diperlukan cukup besar, meliputi belanja pegawai dan biaya perawatan peralatan. Jumlah biaya yang dikeluarkan CV. Karya Baru Printing setiap bulannya tidak diketahui, misalnya jika pembelian bahan baku dilakukan lebih sering pada periode tersebut, maka biaya transportasi bahan baku akan meningkat.

## KESIMPULAN

Sembilan blok kanvas model bisnis—Segmen Pelanggan, Hubungan Pelanggan, Saluran, Aliran Pendapatan, Proposisi Nilai, Aktivitas Utama, Sumber Daya Utama, Struktur Biaya, dan Mitra Utama—menunjukkan bagaimana Karya Baru Printing secara tidak langsung menerapkan konsep kanvas model bisnis dalam menjalankan operasinya.

## REFERENSI

- Abdul Hafiz Ihza Mahendra, & Asmawi. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Industri Kecil Gantra Betta Fish Tulungagung Dalam Perspektif Swot Dan Bmc. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(4), 322–332. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i4.749>
- Abdullah Hammam, R. W. P. (2022). *ANALISIS PERKEMBANGAN USAHA DANDELLION MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS*. 20(1), 105–123.
- Assauri, S. (2008). *Manajemen Produksi dan Operas*.
- Azara, R. (2020). Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri. In *Buku Ajar Manajemen Operasional Dan Implementasi Dalam Industri*. <https://doi.org/10.21070/2020/978-623-6833-48-3>
- Mayasari, E. (2022). Pengaruh Electronic Payment Terhadap Pengeluaran Konsumsi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palopo. *PENGARUH ELECTRONIC PAYMENT TERHADAP PENGELUARAN KONSUMSI MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALOPO*.
- MUHAJIR, M. A. (2023). *PENGARUH PENDAPATAN, MANFAAT, RELIGIUSITAS DAN*

*KONSUMERISME TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-PAYMENT PADA MAHASISWA DI YOGYAKARTA (STUDI KASUS 5 KAMPUS DI YOGYAKARTA UMY, UII, UAD, UGM DAN UIN SUNAN KALIJAGA)*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

- Nabil, F., Ferdiansyah, H. P., & Harahap, A. T. (2022). Evaluasi Proses Manajemen Sistem Pada Usaha Percetakan Di Kota Semarang. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 4(1), 47–54. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v4i1.343>
- Purnomo Waluyo, B., Mareta, Z., Yanto Rukmana, A., Harto, B., Widayati, T., Masithoh Haryadi, R., Safa, N., Hidayat Soputra, J., Daeng Siang, R., Atas Aji, A., Kristanti, D., & Agdhi Rahwana, K. (2023). *Studi Kelayakan Studi Kelayakan Bisnis*. September. [www.globaleksekutifteknologi.co.id](http://www.globaleksekutifteknologi.co.id)
- Rizqy, M., Zachani, N. S. A., Fajri, S., & Suryandari, M. (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *Aladalah: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 22–42.
- Ruhamak, M. D., Toatubun, R. N., Dewandaru, B., Melisa, A. S., & Sitoresmi, F. A. A. (2023). PENGARUH KARTU DEBIT DAN E-MONEY TERHADAP PENGELUARAN KONSUMTIF MAHASISWA. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 3(2), 227–234.
- Santoso, P. V., Amarillo, R. V., & Prasetyarini, S. (2022). Analisis Kelayakan Bisnis Pada UMKM Makanan Khas Palembang di Kota Malang (Studi Kasus Pada Bisnis Pempek Sultan Asli Palembang). *Jurnal Multidisiplin West Science*, 01(02), 181–195. <https://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/view/48%0Ahttps://wnj.westscience-press.com/index.php/jmws/article/download/48/46>
- Saragih, R. C. R. (2020). *ANALISIS PENGARUH PENDAPATAN, JENIS KELAMIN, DAN LAMA PENGGUNAAN TERHADAP FREKUENSI PENGGUNAAN E-MONEY PADA MAHASISWA UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Setiawan, Z., Jauhar, N., Putera, D. A., Santosa, A. D., Fenanlampir, K., Sembel, H. F., Harto, B., Roza, T. A., Dermawan, A. A., & Rukmana, A. Y. (2023). Kewirausahaan Digital. In *PT Global Eksekutif Teknologi* (Issue June).
- Setyo Prayoga, R. A. (2022). Pemodelan proses bisnis coffee shop menggunakan business model canvas dan empathy map. *Journal Industrial Servicess*, 7(2), 308. <https://doi.org/10.36055/jiss.v7i2.14419>
- Zulkarnain, Z., Saputra, M. G., & Silvia, D. (2020). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas Pada Pt Pitu Kreatif Berkah. *Journal Industrial Servicess*, 6(1), 55. <https://doi.org/10.36055/jiss.v6i1.9476>