

PENGEMBANGAN BUSINESS MODEL CANVAS BAGI USAHA KECIL TRIPLE 3 MUSIC BANDUNG

MUHAMMAD IFFAN

Program Studi Manajemen

Universitas Komputer Indonesia

Jl. Dipati Ukur No. 112-116, Bandung 40132

*e-mail: m.iffan@email.unikom.ac.id

ABSTRACT

In the current digital era, business actors need new strategies to survive in business competition, one of which is by following the development of e-commerce in order to expand the market. Triple 3 Music Bandung is a small business engaged in selling musical instruments and podcasts. The aim of this article was to convey understanding to Triple 3 Music Bandung and other parties about the business development. The method chosen in this Community Service activity was to conduct interviews with the owner of Triple 3 Music Bandung and make observations on these businesses in order to determine business development strategies using Business Model Canvas analysis. The result of this activity is the proposed of a new strategy that can be implemented in the development of the Triple 3 Music Bandung business based on the nine elements in the Business Model Canvas. The business strategy that has been implemented by the business owner of Triple 3 Music Bandung is quite good, however, it is necessary to develop a business strategy to maximize potential. It is hoped that with the new business strategy, Triple 3 Music Bandung can strengthen its market position and can increase its competitive advantage in competition with similar businesses so as to improve business performance.

Keywords: *Business Model Canvas, Small Enterprise*

ABSTRAK

Dalam era digital saat ini, para pelaku usaha membutuhkan strategi baru agar mampu bertahan menghadapi persaingan bisnis, diantaranya dengan mengikuti perkembangan perdagangan digital agar dapat memperluas pasar. Triple 3 Music Bandung merupakan usaha kecil yang bergerak dibidang penjualan alat musik dan podcast. Adapun tujuan penulisan artikel ialah menyampaikan pemahaman kepada Triple 3 Music Bandung dan pihak lainnya tentang pengembangan usaha. Metode yang dipilih dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini ialah melakukan wawancara kepada pemilik Triple 3 Music Bandung dan melakukan observasi pada usaha tersebut dalam rangka menentukan strategi pengembangan bisnis menggunakan analisis Business Model Canvas. Hasil dari kegiatan tersebut ialah pengusulan strategi baru yang dapat diimplementasikan dalam pengembangan bisnis Triple 3 Music Bandung berdasarkan sembilan elemen dalam Business Model Canvas. Strategi bisnis yang telah diimplementasikan oleh pemilik usaha Triple 3 Music Bandung sudah cukup baik, namun demikian, diperlukan pengembangan strategi bisnis untuk memaksimalkan potensi. Diharapkan dengan adanya strategi bisnis baru, Triple 3 Music Bandung dapat memperkuat posisi pasar dan dapat meningkatkan keunggulan kompetitif dalam persaingan dengan usaha sejenis sehingga dapat meningkatkan kinerja usaha.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, Usaha Kecil*

PENDAHULUAN

Triple 3 Music adalah usaha kecil yang kegiatannya melakukan penjualan alat-alat musik dan podcast serta peralatan-peralatan yang mendukung kegiatan yang dilakukan secara daring. Dimulai dari hobi bermain musik hingga merambah ke penjualan alat-alat musik karena memiliki peluang. Menghabiskan waktu dengan kegiatan di luar pekerjaan yang kita nikmati dapat menjadi penangkal kejenuhan dan stres, serta memberi kita berbagai manfaat terkait bisnis [1]. Dengan pernyataan tersebut di atas jelas bahwa dari hobi akan timbul peluang untuk melakukan usaha dimana akan menghasilkan keuntungan.

Dalam kondisi pandemi saat ini, untuk dapat memenuhi kebutuhan masyarakat akan barang-barang yang berkaitan dengan kegiatan daring, maka diperlukan penjualan secara *online* untuk mendukung penjualan *offline*. Perdagangan elektronik atau istilah *e-commerce* merupakan pemanfaatan jaringan komunikasi maupun komputer guna melaksanakan proses bisnis [2].

Dalam rangka menggapai peluang yang ada tentu diperlukan pengembangan bisnis yang efektif dalam memperkenalkan produk yang dijual ke calon konsumen, dalam hal ini digunakan *Business Model Canvas* untuk menentukan cara yang tepat.

Berdasarkan penjelasan di atas, bahwa Triple 3 Music memerlukan pengembangan usaha yang efektif dalam penjualan baik secara *offline* maupun *online*, sehingga diharapkan akan dapat meningkatkan penjualan.



Gambar 1. Triple 3 Music Bandung

Maksud dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah sebagai bagian dari masyarakat yang berada di lingkungan Perguruan Tinggi, ingin memberikan masukan berupa upaya pengembangan usaha pada penjualan baik secara *offline* maupun *online* kepada Mitra berkaitan dengan bidang Ilmu yang dimiliki pengusul, sehingga Mitra dapat mengembangkan dan meningkatkan usahanya dengan melakukan perbaikan-perbaikan yang dirasa kurang, yang pada akhirnya diharapkan kinerja usaha Mitra dapat meningkat.

Berikut ini merupakan tujuan Pengabdian kepada Masyarakat, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh Mitra saat ini.
2. Untuk mengetahui hambatan dalam kegiatan usaha Mitra.
3. Untuk mencari solusi atas hambatan dalam kegiatan usaha Mitra.
4. Untuk memberikan pemahaman kepada Mitra terkait pengembangan usaha menggunakan *Business Model Canvas*.

Sasaran dari Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah usaha kecil yang sudah menggunakan *e-commerce* didalam penjualan produknya, yaitu Triple 3 Music Bandung. Lokasi Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini berada di Jalan Jupiter Tengah Kompleks Margahayu Raya, Kelurahan Sekejati, Kecamatan Buah Batu Bandung.

METODE PELAKSANAAN

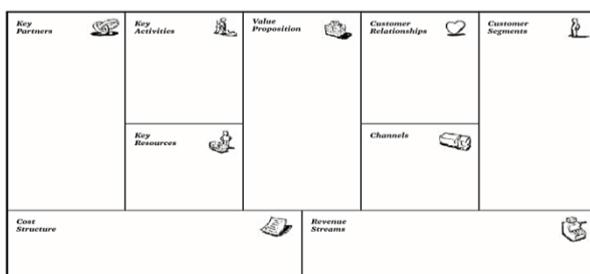
Materi yang menjadi fokus utama dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini adalah dengan menggali strategi-strategi yang telah dilakukan oleh pemilik usaha Triple 3 Music Bandung dengan melakukan observasi dan wawancara mendalam yang berkaitan dengan elemen-elemen *Business Model Canvas*. Hal tersebut dilakukan dalam rangka mengidentifikasi peluang-peluang strategi yang dapat dikembangkan dan

memungkinkan untuk diimplementasikan oleh pemilik Triple 3 Music Bandung. Observasi dan wawancara dilakukan oleh ketua tim PKM, Muhammad Iffan, yang dibantu oleh mahasiswa sebagai anggota tim, Edward Santoso, yang secara terus menerus dilakukan baik secara luring maupun daring mulai tanggal 8 Maret 2021 sampai 1 Agustus 2021.

Model bisnis merupakan konsep perihal dengan cara apa suatu bisnis dapat menghasilkan laba. Konsep tersebut terdiri atas uraian perihal produk maupun jasa serta apa yang akan dipasarkan, cara dalam memasarkan, serta anggaran yang diperlukan dalam menjalankan usaha tersebut. Berikut ini poin penting dalam pengembangan usaha:

- Membangun perusahaan menjadi lebih terencana, dimana dan kapan produk yang diciptakan akan berdaya guna dengan maksimal.
- Menemukan kelemahan produk maupun jasa jika dikomparasi dengan produk maupun jasa pesaing.
- Melakukan riset seperti riset pasar untuk mempersiapkan produk maupun jasa.
- Menentukan strategi pemasaran dan strategi penjualan.

Business Model Canvas merupakan suatu cara dalam manajemen berupa *visual chart* yang terdiri atas beberapa unsur. Model bisnis ini menguraikan sebuah kerangka sederhana guna mendemonstrasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam model tersebut. Secara ringkas, alur model bisnis ini mengalir dari satu elemen yang kemudian mengarah pada elemen penting lainnya.



Gambar 2. Business Model Canvas Visual Chart

Business Model Canvas diilustrasikan dengan 9 elemen yang mengindikasikan suatu perusahaan dalam menciptakan laba. Elemen-elemen yang tercantum pada *Business Model Canvas* yaitu: *customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure* [3]. Konsep *Business Model Canvas* diterapkan untuk memudahkan pengambil keputusan saat menganalisis model bisnis yang tengah digunakan serta melakukan pembaharuan dimasa depan. *Business Model Canvas* memberikan visualisasi perihal gagasan tentang segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, kegiatan utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Saat ini pendekatan *Business Model Canvas* secara global digunakan untuk rancangan model bisnis dalam penyusunan preferensi strategi baru bagi perusahaan. Berikut ini merupakan uraian dari 9 elemen *Business Model Canvas* [4]:

1. Segmen Pelanggan: Pengelompokan pihak yang memanfaatkan produk maupun jasa dari perusahaan serta memberikan pendapatan bagi perusahaan.
2. Proposisi Nilai: Mencakup produk maupun jasa yang mampu memberi nilai tambah bagi segmen pelanggan.
3. Saluran: Upaya perusahaan dalam berkomunikasi dengan segmen pelanggan dan menyampaikan proposisi nilai dari produk atau jasa yang ditawarkan.
4. Hubungan Pelanggan: Menarik pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang sudah ada, dan menegosiasikan produk atau jasa pada pelanggan.
5. Aliran Pendapatan: Proses perusahaan menghasilkan keuntungan dari tiap-tiap segmen pelanggan.
6. Sumber Daya Utama: Berbentuk sumber daya fisik (bangunan, kendaraan, peralatan), uang, aset intelektual (merek, hak cipta, paten, data base pelanggan), dan sumber daya manusia.

7. Aktivitas Utama: Tindakan yang dilakukan guna memperoleh karakteristik nilai yang dinegosiasikan, kemudian menyalurkannya kepada pelanggan.
8. Mitra Utama: Kerja sama yang menyertakan dua pihak maupun lebih dalam bentuk persetujuan tertentu.
9. Struktur Biaya: Sistem biaya yang berdaya guna dan diselaraskan dengan nilai yang dibuat oleh usaha tersebut.

Sebuah bisnis memerlukan strategi dalam berkompetisi, manajemen yang terstruktur, dan sistem yang terintegrasi yang memudahkan pelaku usaha untuk bekerja efektif dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Metode *Business Model Canvas* digunakan dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini karena model bisnis ini merupakan model bisnis yang efektif dan sering digunakan dalam perancangan dan pengembangan strategi bisnis. Dengan perencanaan strategi menggunakan model bisnis ini, diharapkan Triple 3 Music Bandung dapat mengeksplorasi dan mengimplementasikan strategi-strategi baru yang lebih efektif dalam rangka mempertahankan eksistensi dan melakukan pengembangan usaha.

Pelaksana dalam kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini yaitu penulis, Muhammad Iffan, selaku ketua tim dan salah satu mahasiswa Program Studi Manajemen UNIKOM, Edward Santoso, selaku anggota tim. Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilaksanakan mulai tanggal 8 Maret 2021 hingga 1 Agustus 2021. Pelaksanaan kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat ini dilakukan melalui tahapan berikut:

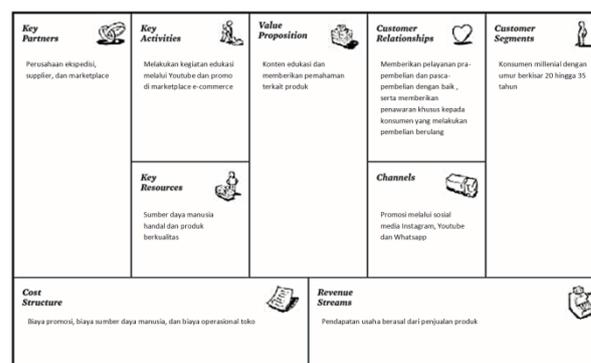
1. Melakukan observasi dan wawancara terkait pengembangan usaha yang telah dilakukan oleh Mitra saat ini.
2. Mencari informasi atas hambatan yang terjadi dalam kegiatan usaha Mitra.
3. Mencari solusi atas hambatan yang terjadi dalam kegiatan usaha Mitra.
4. Memberikan pemahaman kepada Mitra terkait pengembangan usaha menggunakan *Business Model Canvas*.

Kesulitan dalam mengobservasi kondisi Mitra secara langsung mengingat adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat untuk meminimalisir dan mengurangi dampak dari Covid-19.

Melakukan diskusi dengan Mitra secara *online* melalui media *Google Meet* untuk menggali informasi-informasi terkait permasalahan yang sedang terjadi dan mengidentifikasi kondisi *existing* dari Mitra.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara kepada *owner* Triple 3 Music terkait dengan pengembangan bisnis, didapat hasil eksisting yang dilakukan oleh *owner* dalam menjalankan kegiatan operasional usahanya. Gambar 3 dibawah ini merupakan strategi eksisting sesuai dengan sembilan elemen dalam *Business Model Canvas*:



Gambar 3. Strategi Eksisting menggunakan *Business Model Canvas* di Triple 3 Music

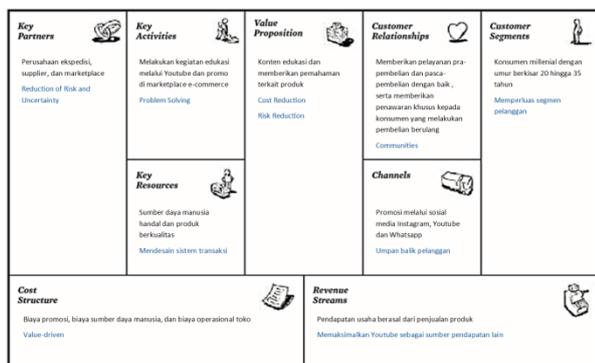
Berikut ini adalah penjelasan strategi eksisting yang sedang/terlah dijalankan oleh *owner* Triple 3 Music sesuai dengan Sembilan elemen didalam *Business Model Canvas*:

- Segmen Pelanggan (*Customer Segments*): Konsumen milenial dengan umur berkisar 20 hingga 35 tahun.
- Proposisi Nilai (*Value Propositions*): Konten edukasi dan memberikan pemahaman terkait produk.
- Saluran (*Channels*): Promosi melalui sosial media *Instagram*, *Youtube*, dan *Whatsapp*.
- Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*): Memberikan pelayanan

pra-pembelian dan pasca-pembelian dengan baik, serta memberikan penawaran khusus kepada konsumen yang melakukan pembelian berulang.

- Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*): Pendapatan usaha berasal dari penjualan produk.
- Sumber Daya Utama (*Key Resources*): Sumber daya manusia handal dan produk berkualitas.
- Aktivitas Utama (*Key Activities*): Melakukan kegiatan edukasi melalui *Youtube* dan promo di *marketplace e-commerce*.
- Mitra Utama (*Key Partnership*): Perusahaan ekspedisi, *supplier*, dan *marketplace*.
- Struktur Biaya (*Cost Structure*): Biaya promosi, biaya sumber daya manusia, dan biaya operasional toko.

Gambar 4 dibawah ini menunjukkan strategi pengembangan yang diusulkan kepada *owner* Triple 3 Music sesuai dengan sembilan elemen dalam *Business Model Canvas* berdasarkan analisis yang telah dilaksanakan:



Gambar 4. Strategi Pengembangan menggunakan Business Model Canvas di Triple 3 Music

Berikut ini adalah penjelasan strategi pengembangan yang diusulkan kepada *owner* Triple 3 Music sesuai dengan Sembilan elemen didalam *Business Model Canvas*:

- Segmen Pelanggan (*Customer Segments*): Memperluas segmen pelanggan dengan

menambahkan pelajar yang saat ini membutuhkan peralatan pembelajaran secara daring.

- Proposisi Nilai (*Value Propositions*): Membantu pelanggan mengurangi biaya dengan memberikan penawaran paket penjualan *bundling* dengan tarif yang lebih rendah apabila dikomparasi dengan pembelian produk per item (*Cost reduction*), serta membantu pelanggan mengurangi risiko dengan menambahkan masa garansi pada produk yang dibeli oleh pelanggan (*Risk reduction*).
- Saluran (*Channels*): Memberikan kesempatan kepada pelanggan untuk memberikan umpan balik terhadap produk yang telah dibeli.
- Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*): Menciptakan komunitas yang berkaitan dengan musik sehingga diharapkan dapat meningkatkan relasi baik bersama pelanggan yang sudah ada maupun calon pelanggan baru.
- Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*): Memaksimalkan *Youtube* dan sosial media lainnya sebagai sumber pendapatan lain.
- Sumber Daya Utama (*Key Resources*): Mendesain sistem transaksi yang terpusat sehingga dapat mempermudah pemantauan setiap transaksi.
- Aktivitas Utama (*Key Activities*): Membantu dan memberikan saran/panduan *step-by-step* penggunaan produk yang telah dibeli secara personal kepada pelanggan yang awam untuk meminimalisir kesalahan penggunaan oleh pelanggan.
- Mitra Utama (*Key Partnership*): Membentuk kemitraan dengan usaha sejenis agar mampu meminimalisir risiko dalam lingkungan kompetitif dan ketidakpastian (*Reduction of risk and uncertainty*).
- Struktur Biaya (*Cost Structure*): Tidak berfokus pada biaya namun fokus terhadap pembentukan nilai dengan meningkatkan proposisi nilai dan layanan (*Value-driven*).



Gambar 5. Produk Triple 3 Music

KESIMPULAN

Strategi eksisting yang telah/sedang dijalankan oleh owner Triple 3 Music telah berjalan dengan baik. Namun demikian, agar sebuah usaha dapat berkembang dalam kompetisi bisnis yang semakin kompleks, dibutuhkan strategi baru untuk meningkatkan eksistensi sehingga dapat menjadikan usaha tersebut lebih kompetitif dari pesaing. Dengan adanya usulan yang diberikan kepada mitra terkait strategi pengembangan usaha menggunakan *Business Model Canvas*, diharapkan mampu menambah opsi penggunaan strategi yang akan dilakukan di masa mendatang sehingga pada akhirnya dapat meningkatkan kinerja usaha dan Triple 3 Music dapat menjadi lebih kompetitif dalam persaingan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini didukung oleh Universitas Komputer Indonesia. Terima kasih kepada Triple 3 Music Bandung selaku mitra yang telah bersedia bekerja sama dan berpartisipasi dalam kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Tank, A. (2019). The more knowledge you have, does not mean the more successful the entrepreneurship. *Merry Generation*, 30.
- [2] Maulana, S. M., Susilo, H., & Susilo, H. (2015). Implementasi e-commerce sebagai media penjualan online (studi kasus pada toko pastbrik kota malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 29 (1), 1-9.
- [3] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers (Vol. 1)*. John Wiley & Sons.
- [4] Clark, T., Sałbut, B., Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business model*. Helion.