

ANALISIS MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(BMC) DAN ANALISIS SWOT
(STUDI KASUS RUMAH KAYU BORDIR)

Syafiq Dzakwan Rehin¹, Farah Alfanur²
Universitas Telkom^{1,2}
syafiqdZR@student.telkomuniversity.ac.id¹

ABSTRAK

Rumah Kayu Bordir adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industry manufaktur yang berdiri pada tahun 2000 di Jakarta. Rumah Kayu Bordir sekarang berada di Kota Tasikmalaya. , pemilik usaha Rumah Kayu Bordir kebingungan untuk memilih strategi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Oleh karena itu, Rumah Kayu Bordir membutuhkan model bisnis agar bisa mempunyai strategi untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk memberikan usulan model bisnis baru bagi Rumah Kayu Bordir dengan menggunakan *Business Model Canvas* dan analisis SWOT. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif. Kualitatif merupakan metode penelitian yang dipakai untuk meneliti obyek yang alamiah, peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi dan analisis data bersifat induktif. Berdasarkan hasil penelitian, didapatkan model bisnis *Business Model Canvas* saat ini pada Rumah Kayu Bordir dengan cara melakukan wawancara. Setelah itu dilakukan analisis yang mendalam dengan menggunakan identifikasi SWOT. Selanjutnya adalah melakukan perancangan model bisnis *Business Model Canvas* yang baru untuk diusulkan kepada Rumah Kayu Bordir.

Kata Kunci : *Business Model Canvas*, SWOT, Model Bisnis, *Fashion*

ABSTRACT

Rumah Kayu Bordir is a manufacturing company established in 2000 in Jakarta. Rumah Kayu Bordir is now located in Tasikmalaya City. The owner of Rumah Kayu Bordir was struggling to choose the right strategy to address the challenges they faced. Therefore, Rumah Kayu Bordir needed a business model to develop a strategy to address the challenges they faced. The purpose of this study was to propose a new business model for Rumah Kayu Bordir using the Business Model Canvas and a SWOT analysis. The method used in this study was qualitative. Qualitative research is a research method used to examine natural objects. The researcher is the key instrument, data collection is triangulation, and data analysis is inductive. Based on the research results, the current business model for Rumah Kayu Bordir was identified through interviews. Afterward, an in-depth analysis was conducted using SWOT identification. The next step was to design a new business model for Rumah Kayu Bordir.

Keywords: *Business Model Canvas*, SWOT, *Business Model*, *Fashion*

PENDAHULUAN

Rumah Kayu Bordir adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang industry manufaktur yang berdiri pada tahun 2000 di Jakarta. Rumah Kayu Bordir sekarang berada di Jl. Pesantren Al-Misbah No. 37 Kel. Argasaru, Kec. Cihideung, Kota Tasikmalaya. Jenis usaha yang dikelola merupakan perusahaan perseorangan dan tidak memiliki struktur organisasi standar. Usaha ini di kendalikan dan di pertanggung jawabkan seluruhnya oleh pemilik. Pemilik dari usaha ini yaitu, Ibu Evi Siti Mudrikah. Pada awalnya. Usaha ini didirikan pada tahun 1998 pada saat sedang krisis moneter. Pada tahun

tersebut usaha ini belum dibuka secara resmi dan belum memproduksi pakaian dengan merk sendiri. Pada tahun 2000 bu Evi mulai memproduksi produk dengan merk sendiri. Usaha yang dimiliki oleh bu Evi adalah bordir yang dilakukan secara manual tanpa menggunakan mesin. Hal ini dilakukan karena bu Evi ingin melestarikan bordir manual yang tidak menggunakan mesin bordir otomatis dengan mesin.

Pada saat ini, perekonomian di Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik. Ekonomi Indonesia pada tahun 2022 tumbuh sebanyak 5,31% lebih banyak daripada yang didapatkan pada tahun 2021 sebesar 3,70% (bps.go.id, 2023). Besarnya peran UMKM dalam membantu meningkatkan perekonomian di Indonesia dengan jumlahnya yang mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Produk Domestik Bruto (PDB) yang dihasilkan dari UMKM mencapai 60,5% dan penyerapan tenaga kerja sebanyak 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional (MediaIndonesia.com, 2023). Salah satu UMKM yang memiliki keuntungan yang lumayan banyak adalah pada bidang *fashion*. Pada tahun 2016, sektor *fashion* berkontribusi sebanyak 18,15% yang berada pada posisi ke-2 setelah sektor kuliner. Dalam menjalani sebuah bisnis, tujuan yang paling penting adalah mendapatkan keuntungan. Dalam *fashion*, pemilik usaha harus bisa melakukan desain produk yang akan diciptakan agar bisa mengikuti tren pasar yang ada saat ini (Rasti, 2019).

Permasalahan yang biasanya dihadapi oleh UMKM adalah adanya sumber daya manusia yang rendah, rendahnya penguasaan ilmu pengetahuan serta teknologi, dan terbatasnya modal kerja. Kendala lain yang dihadapi oleh UMKM adalah kurang jelasnya perencanaan dan prospek usaha, serta visi misi yang kurang jelas. Salah satu penyebab permasalahan yang terjadi pada UMKM adalah usaha UMKM biasanya usaha milik keluarga, kurang adanya permodalan, teknologi yang dipakai masih sederhana, dan tidak ada pemisah antara modal usaha dan kebutuhan pribadi (Sedyastuti, 2018).

Berdasarkan data yang telah disampaikan diatas, penulis memahami permasalahan yang dimiliki oleh Rumah Kayu Bordir. Kurangnya tenaga kerja, dan kurang maksimalnya penggunaan teknologi menyebabkan sulitnya mengembangkan usaha dan melakukan produksi. Tingginya persaingan dan masuknya barang impor yang masuk ke Indonesia menyebabkan sulitnya mempertahankan keberlangsungan perusahaan. Disisi lain, pemilik usaha Rumah Kayu Bordir kebingungan untuk memilih strategi yang tepat untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi. Salah satunya adalah solusi untuk memberikan kenyamanan pada pelanggan. Kenyamanan pelanggan menjadi faktor yang mempengaruhi niat beli yang di inginkan oleh masyarakat (Alfanur & Kadono, 2022). Oleh karena itu, Rumah Kayu Bordir membutuhkan model bisnis yang baru agar bisa mempunyai strategi untuk menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi.

Untuk menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi, untuk melakukan evaluasi serta invasi tools yang bisa digunakan pada penelitian adalah *Business Model Canvas* (BMC) (Harfiani & Pasaribu, 2019). Model bisnis yang akan digunakan pada penelitian ini adalah *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT. BMC merupakan suatu alat untuk membuat diagram, memvisualisasikan memperbaiki model bisnis, dan mengevaluasi. BMC juga dapat digunakan secara sistematis untuk memahami, mendesain dan menerapkan model bisnis yang sudah ada atau membuat model bisnis yang baru (Osterwalder & Pigneur, 2018). Analisis SWOT adalah salah satu analisis yang mencari tahu tentang *Strenghts* (kekuatan), *Weaknesses* (kelemahan), *Opportunities* (peluang) , Dan *Threats* (ancaman). Ketika melakukan analisis SWOT, kita bisa

mengetahui strategi yang pas untuk memprioritaskan pekerjaan yang dilakukan untuk memajukan bisnis yang sedang dikembangkan (Priharto, 2019).

KAJIAN TEORI

Manajemen Strategi

Menurut Fred David, manajemen strategi adalah suatu pengetahuan dan seni yang digunakan untuk mengimplementasikan, merumuskan, dan mengevaluasi keputusan yang digunakan untuk sebuah perusahaan untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Manajemen strategi berada pada usaha yang mempelajari terkait manajemen, keuangan, penelitian, operasi, pengembangan, dan pengetahuan mengenai teknologi computer untuk kesuksesan perusahaan (David, 2019).

Menurut Thomas Wheelen dan David Hunger, manajemen strategis adalah seperangkat keputusan dan tindakan manajemen yang menentukan kinerja jangka panjang suatu perusahaan. Ini mencakup analisis lingkungan (baik eksternal maupun internal), perumusan strategi (strategi atau perencanaan jangka panjang), implementasi dan evaluasi kontrol strategis (Wheelen & Hunger, 2018).

Manfaat dari penerapan manajemen strategis pada perusahaan adalah memungkinkan sebuah perusahaan bisa meningkatkan produktifitasnya, perusahaan bisa melakukan pengarahan dan mempengaruhi berbagai aktifitas yang berada dalam internal perusahaan, membantu perusahaan untuk merumuskan strategi lebih baik yang bisa digunakan melalui pendekatan terhadap pilihan strategi yang lebih rasional, logis, dan sistematis. Mencapai pemahaman dan komitmen dari semua manajer, dan adanya peluang bahwa proses tersebut bisa menyediakan ruang bagi individu (David, 2019)

Business Model Canvas

Model bisnis merupakan model yang menjelaskan tentang bagaimana suatu bisnis bisa mendapatkan keuntungan dan menentukan siapa pelanggan yang berada pada bisnis yang dilakukan. suatu model yang menjelaskan mengenai cara suatu bisnis atau perusahaan dalam mendapatkan atau mencapai keuntungan dan menentukan siapa pelanggan pada bisnis tersebut (Putri & Utama, 2017).

Business Model Canvas (BMC) adalah salah satu model bisnis yang digunakan untuk menciptakan suatu strategi untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang perusahaan memberikan, menangkap, dan membuat nilai. BMC merupakan suatu alat yang memudahkan perusahaan untuk melihat dan mengetahui bagaimana bentuk dari usaha yang sedang dijalani dengan akurat (Osterwalder & Pigneur, 2018).

Business Model Canvas (BMC) memiliki jawaban untuk 4 pertanyaan inti pada blok yang terkait antara satu dan yang lainnya. 4 pertanyaan inti itu adalah seperti apa nilai yang diciptakan oleh bisnis, bagaimana suatu bisnis bisa mengatur dirinya sendiri untuk mendapatkan *value* yang dimiliki, bagaimana bisnis bisa memberikan *value* kepada pelanggan yang akan membeli produk yang kita ciptakan, dan bagaimana bisnis bisa menangkap sebagian dari nilai bisnis yang diciptakan (Tricahyono et al., 2018).

BMC memiliki Sembilan elemen atau blok yang digunakan untuk menentukan model bisnis dari suatu perusahaan. Sembilan blok itu terdiri dari: Segmen Pelanggan (*Customer Segment*), Proporsi Nilai (*Value Proposition*), Jaringan (*Channel*), Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*), Aliran Dana (*Revenue Stream*), Sumber Daya Utama (*Key Resources*), Kegiatan Utama, (*Key Activities*), Mitra Utama (*Key Partners*), dan Struktur Biaya (*Cost Structure*) (Osterwalder & Pigneur, 2018).

SWOT

Menurut Hendra dan Hutamar, analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, dan Threats*) merupakan metode yang bisa diterapkan pada penelitian untuk memperkuat strategi yang akan digunakan. Penelitian dengan analisis SWOT bisa memberikan informasi kepada yang akan mengambil keputusan karena bisa menerima rekomendasi dengan analisis SWOT agar bisa menyusun strategi untuk mengoptimalkan kinerja dan melakukan pengukuran agar bisa memanfaatkan peluang dan menghindari ancaman (Hendra & Hutamar, 2022).

Berikut merupakan penjelasan dari elemen dari SWOT menurut (Wiswasta et al., 2018) :

1. *Strengths* (Kekuatan)

Kekuatan adalah situasi atau kondisi yang merupakan kekuatan yang dipunyai suatu perusahaan ataupun organisasi yang bias memberikan dampak positif saat ini ataupun dimasa depan.

2. *Weakness* (Kelemahan)

Kelemahan merupakan faktor negatif yang mengurangi keunggulan perusahaan. Dengan adanya kelemahan, perusahaan memiliki lebih banyak resiko yang bisa saja dihadapi kapan saja. Oleh karena itu, perusahaan harus menutupi kekurangannya sebisa mungkin.

3. *Opportunities* (Peluang)

Peluang merupakan faktor dari luar yang bisa mempengaruhi bisnis untuk kesuksesan dimasa yang akan datang Peluang merupakan situasi utama yang bisa menguntungkan bagi perusahaan.

4. *Threats* (Ancaman)

Ancaman merupakan faktor eksternal yang tidak bisa dikendalikan dan bisa merugikan bagi perusahaan. Ancaman merupakan kebalikan daripada sebuah peluang. Jika ancaman tidak ditanggulangi dengan baik, hal ini beresiko menyebabkan suatu masalah yang akan terjadi dimasa yang akan datang.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat postpositivisme, dipakai untuk meneliti obyek yang alamiah, peneliti merupakan instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari generalisasi (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, penulis terlibat dalam penelitian karena penelitian ini dilakukan secara terencana, terarah, dan sistematis pada suatu tujuan. Penulis terlibat langsung pada wawancara terhadap narasumber. Berdasarkan unit analisis penelitian ini merupakan individu. Penelitian ini individu karena wawancara terhadap narasumber dilakukan secara individu.

HASIL PENELITIAN

Business Model Canvas Saat Ini

Berdasarkan hasil wawancara yang didapatkan dari narasumber Rumah Kayu Bordir, berikut merupakan 9 blok dari BMC:

- a. *Customer Segment* : Rumah Kayu Bordir memiliki segmentasi pelanggan seorang Wanita yang mencintai seni, *fashionable* dan menengah keatas. Terkadang ada juga pejabat yang membeli produk dari Rumah Kayu Bordir.
- b. *Value Proposition* : Nilai yang mereka berikan kepada produknya untuk pelanggan adalah adanya nilai seni dalam pakaiannya. Karena pengerjaannya ini

dilakukan secara manual. Oleh karena itu produk yang kita jual ini memiliki nilai jual yang tinggi dan juga *limited edition*.

- c. *Channel* : Rumah Kayu Bordir sering mengikuti berbagai macam pameran yang berada dimanapun selama bisa dijangkau. Dengan mengikuti pameran, orang-orang biasanya bisa langsung melihat produk Rumah Kayu Bordir. Jika mereka suka dengan kualitas dari produk kami mereka biasanya membeli ataupun memesan untuk dibuatkan model seperti yang mereka inginkan.
- d. *Customer relationship* : Pemilik dari Rumah Kayu Bordir biasanya memberikan pelayanan secara maksimal dan memerintahkan karyawannya untuk berperilaku ramah kepada para pelanggan. Sebagai contohnya Ketika ada pelanggan yang ulang tahun, pemilik menyampaikan ucapan selamat kepada pelanggan tersebut agar merasa diperhatikan oleh Rumah Kayu Bordir.
- e. *Revenue Stream* : Pendapatan yang dimiliki oleh Rumah Kayu Bordir ada 2. Yang pertama itu penjualan dari produk yang diciptakan. Yang kedua berasal dari penyediaan jasa penjahitan. Karena sering ada orang yang sudah memiliki bahan sendiri dan meminta untuk dijahitkan sesuai dengan model yang diinginkan oleh pelanggan.
- f. *Key Resource* : sumber daya yang dimiliki oleh Rumah Kayu Bordir itu sumber daya manusia, alat untuk bordir, dan bahan baku untuk melakukan bordir dan jahit. Sumber daya manusia menjadi faktor terpenting karena dibutuhkan orang dengan kemampuan khusus untuk menjahit agar tidak mengecewakan pelanggan.
- g. *Key Activities* : Aktivitas utama di Rumah Kayu Bordir itu yang pertama bordir. Melakukan bordir itu berbeda dengan menjahit. Tiap kegiatan ada standar operasional prosedur yang berbeda. Untuk bordir itu dimulai dengan mendesain gambar, membuat pola pada kain yang akan digunakan, menggambar ulang gambar pada pola kain, dan yang terakhir melakukan bordir. Jika menjahit yang pertama dilakukan adalah membuat pola, menjiplak ke kain dan kemudian dijahit.
- h. *Key Partners* : mitra yang terlibat dalam pembuatan produk di Rumah Kayu Bordir adalah karyawan yang dimiliki dengan kompetitor dari bisnis yang sama. Ada juga desainer ternama yang mencari pengrajin bordir untuk mengimplementasikan hasil karyanya.
- i. *Cost Structure* : Biaya yang dikeluarkan oleh Rumah Kayu Bordir dimulai dari biaya pasti (*fixed cost*) seperti biaya listrik, air, wifi, dan karyawan. Sedangkan untuk biaya yang tidak tetapnya (*variable cost*) seperti biaya operasional dan membeli bahan baku

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama informan, berikut merupakan gambaran dari *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh Rumah Kayu Bordir:



Gambar 4. 1 Business Model Canvas Saat Ini

Sumber : Data Olahan peneliti (2023)

SWOT

Hasil identifikasi SWOT pada BMC dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. 1 Hasil Identifikasi Analisis SWOT

Aspek	Strengths	Weakness	Opportunities	Threats
Customer Segment	Memiliki pelanggan yang royal dan tidak terlalu mementingkan harga.	Tidak semua kalangan bisa membeli produk ini.	Bisa mendapatkan pelanggan baru dengan <i>word of mouth</i> dari pelanggan tetap.	Adanya ketidaksesuaian antara barang yang diinginkan dengan yang didapatkan.
Value Proposition	Memiliki nilai seni pada pakaiannya dan unik.	Tidak bisa diproduksi secara masal dan cepat.	Bisa lebih dikenal lagi jika mengikuti acara besar	Adanya kompetitor yang mengikuti cara yang sama.
Channel	Mendapatkan keuntungan dari penjualan Ketika mengikuti pameran	Tidak setiap waktu pameran diadakan	Bisa lebih dikenal oleh orang-orang	Adanya keterbatasan waktu dan miss komunikasi dengan panitia pameran
Customer Relationship	Pelanggan menjadi loyal dan tetap membeli produk	Menyisihkan waktu lebih untuk memberikan	Bisa mendapatkan pelanggan baru dari kenalan	Adanya ketidakpuasan pelayanan

			pelayanan pada pelanggan	pelanggan lama	
<i>Revenue Stream</i>	Mudah untuk menghitung pendapatan	Hasil penjualan produk tidak konsisten	pelanggan lama	Bisa menciptakan unit bisnis baru	Adanya kemungkinan teknologi baru yang bisa membuat bordir otomatis sebgas manual.
<i>Key Resource</i>	Memiliki keahlian atau keterampilan khusus untuk melakukan bordir	Terbatasnya sumber daya manusia yang terampil dan ingin menjadi penjahit	Bisa menggunakan teknologi mesin otomatis	Berkurangnya sumber daya manusia yang memiliki keterampilan khusus	
<i>Key Activities</i>	Memiliki SOP untuk melakukan aktivitas	SOPnya masih belum dikembangkan secara maksimal	Bisa meningkatkan lagi SOPnya untuk lebih jelas	Kompetitor memiliki SOP yang lebih inovatif	
<i>Key Partner</i>	Memiliki harga yang murah dan kualitas yang bagus	Terbatasnya jumlah <i>partner</i>	Bisa meningkatkan jumlah stok barang yang dibutuhkan	Perginya mitra dan tidak menjual lagi bahan baku	
<i>Cost Structure</i>	Pengeluaran mudah untuk dikelola	Banyaknya pengeluaran untuk produksi	Bisa mengurangi biaya produksi	Kesulitan untuk melakukan pembayaran bahan baku	

Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

Usulan *Business Model Canvas* Rumah Kayu Bordir

Berdasarkan hasil identifikasi analisis SWOT diatas, maka penulis dapat merumuskan usulan *Business Model Canvas* yang baru sebagai rekomendasi bagi Rumah Kayu Bordir untuk dijadikan evalusasi dimasa yang akan mendatang. Berikut merupakan usulan *Business Model Canvas* yang dirumuskan oleh penulis:



Gambar 4. 2 Usulan *Business Model Canvas* Rumah Kayu

Sumber : Data Olahan Peneliti (2023)

Keterangan: **ditambahkan**, tetap.

Berdasarkan *Business Model Canvas* usulan yang telah dipetakan dengan melakukan pendekatan analisis SWOT, berikut merupakan penjelasan dari masing-masing blok BMC yang baru bagi Rumah Kayu Bordir:

- Customer Segment* : Penulis merekomendasikan untuk menjual produk yang tidak terlalu mahal yang disesuaikan dengan kualitas untuk bisa dibeli oleh masyarakat menengah kebawah.
- Value Proposition* : Penulis merekomendasikan Rumah Kayu Bordir untuk membuat unit bisnis baru seperti menjual pakaian siap pakai yang normal tanpa ada nilai seni supaya bisa menargetkan masyarakat menengah kebawah dan bisa mendapatkan keuntungan lebih banyak.
- Channel* : Penulis merekomendasikan untuk memiliki media sosial seperti tiktok dan membuat konten supaya masyarakat tau dengan produk yang dijual oleh Rumah Kayu Bordir.
- Customer Relationship* : Penulis merekomendasikan supaya Rumah Kayu Bordir bisa memberikan diskon untuk waktu waktu tertentu seperti bulan puasa atau dibulan pelanggan membeli pakaian. Rumah Kayu Bordir juga bisa memberikan bonus jika pelanggan melakukan *repeat order* seperti memberikan bonus kerudung, tas kecil, dan lain-lain.
- Revenue Stream* : Penulis merekomendasikan untuk membuka unit bisnis yang baru dengan menggunakan mesin otomatis supaya bisa membuka peluang keuntungan baru di segmen pasar masyarakat menengah kebawah.
- Key Resource* : Penulis menyarankan Rumah Kayu Bordir untuk membeli peralatan mesin otomatis supaya bisa membuka peluang baru di segmen pasar baru dan memberikan wawasan bagi orang-orang yang sedang mencari pekerjaan tentang besarnya keuntungan menjadi seorang yang menjahit dan bordir.

- g. *Key Activities* : Penulis merekomendasikan supaya Rumah Kayu Bordir melakukan promosi dengan cara endorse kepada selebgram yang cocok untuk menjual pakaian mahal agar meningkatkan pendapatan.
- h. *Key Partner* : Penulis merekomendasikan Rumah Kayu Bordir untuk mencari investor. Dengan adanya investor, Rumah Kayu Bordir bisa dengan mudah melakukan ekspansi seperti membeli mesin otomatis untuk membuka segmen pasar menengah kebawah.
- i. *Cost Structure* : Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan SWOT, Rumah Kayu Bordir memiliki berbagai macam pengeluaran. Untuk *fixed cost*nya berupa biaya karyawan, biaya listrik, biaya air, dan wifi. Rumah Kayu Bordir sudah memiliki tempat produksi sendiri. Untuk *variable cost*nya ada biaya operasional, biaya produksi, dan pajak. Penulis tidak memberikan rekomendasi karena *cost structure* dari Rumah Kayu Bordir sudah lebih dari cukup.

PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian diatas, bisa diketahui bahwa saat ini kebanyakan UMKM mengalami permasalahan mengenai rendahnya sumber daya manusia, rendahnya pengetahuan mengenai teknologi, dan terbatasnya modal kerja (Sedyastuti, 2018). Hal ini juga dialami oleh Rumah Kayu Bordir. Pemilik dari Rumah Kayu Bordir mengalami kesulitan untuk mencari pekerja sebagai penjahit atau tukang bordir karena sedikitnya minat orang yang ingin mengerjakan pekerjaan tersebut.

Untuk menghadapi permasalahan yang sedang dihadapi, untuk melakukan evaluasi serta invasi tools yang bisa digunakan pada penelitian adalah *Business Model Canvas* (Harfiani & Pasaribu, 2019). Penulis menciptakan model bisnis *Business Model Canvas* saat ini berdasarkan hasil dari wawancara bersama narasumber. Setelah mengetahui bagaimana bentuk *Business Model Canvas* saat ini, penulis bisa merancang usulan *Business Model Canvas* yang baru dengan pendekatan analisis SWOT.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, bisa disimpulkan bahwa penelitian ini membahas usaha mikro Rumah Kayu Bordir. Perusahaan ini memiliki permasalahan mengenai sulitnya mendapatkan sumber daya manusia. Untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang sedang dihadapi, penulis melakukan analisis model bisnis *Business Model Canvas* dengan pendekatan analisis SWOT.

Dengan adanya usulan *Business Model Canvas* yang baru, diharapkan Rumah Kayu Bordir mempertimbangkan kembali penggunaan usulan baru supaya bisa membantu menyelesaikan permasalahan yang sedang dihadapi. Peneliti memberikan saran untuk penelitian selanjutnya supaya bisa mengembangkan penelitian ini dengan cara menggunakan pendekatan yang lainnya atau membantu meningkatkan minat generasi milenial untuk menjadi penjahit atau bordir.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfanur, F., & Kadono, Y. (2022). The effects of gender and age on factors that influence purchase intentions and behaviours of e-commerce consumers in Indonesia. *International Journal of Innovation and Learning*, 31(4), 474–505. <https://doi.org/10.1504/IJIL.2022.123178>
- bps.go.id. (2023, February 6). *Ekonomi Indonesia Tahun 2022 Tumbuh 5,31 Persen*. <https://www.bps.go.id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun->

2022-tumbuh-5-31-persen.html

- David, F. R. (2019). *Strategic Management: A Competitive Advantage Approach, Concepts and Cases (17th Edition)* (S. Yagan (ed.); 13th ed.). Pearson.
- Harfiani, R., & Pasaribu, M. (2019). Implementasi Business Model Canvas Pada CV. Media (Penerbit dan Distributor Buku Pelajaran PAUD). *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 200–208. <https://doi.org/>
- Hendra, C., & Hutamar. (2022). *ANALISIS SWOT Integrasi Industri Halal dan Perbankan Syariah di Indonesia* (R. Ilyas (ed.)). IAIN Syaikh Abdurrahman Siddik. MediaIndonesia.com. (2023). *Peran UMKM dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Daerah*. <https://epaper.mediaindonesia.com/detail/peran-umkm-dalam-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-di-daerah>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2018). *Business Model Generation*. Elex Media Komputindo.
- Priharto, S. (2019, May 9). *Analisis SWOT: Pengertian, Metode Analisis, dan Contohnya*. <https://cpssoft.com/blog/bisnis/pengertian-analisis-swot/>
- Putri, M. K., & Utama, A. D. (2017). Evaluasi Model Bisnis Pada Laundry Bar Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 17(2), 59. <https://doi.org/10.25124/jmi.v17i2.1069>
- Rasti, R. (2019, September 11). *Mengembangkan Bisnis Fashion bagi Pelaku UMKM - MNews*. <https://mnews.co.id/read/berita-lainnya/mengembangkan-fashion-bisnis-bagi-pelaku-umkm/>
- Sedyastuti, K. (2018). Analisis Pemberdayaan UMKM Dan Peningkatan Daya Saing Dalam Kancan Pasar Global. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(1), 117–127. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i1.65>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. CV. Alfabeta.
- Tricahyono, D., Alamanda, D. T., Anggadwita, G., Prabowo, F. S. A., & Yuldinawati, L. (2018). The role of business incubator on cultivating innovation on startups: The case study of Bandung techno park (BTP) Indonesia. *International Journal of Engineering and Technology(UAE)*, 7(2), 226–235. <https://doi.org/10.14419/ijet.v7i2.29.13322>
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2018). *Strategic Management and Business Policy Globalization, Innovation and Sustainability* (I. Sinha & N. Bhalla (eds.); 15th ed.).
- Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.