

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK TETUKO DENGAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada
Program Studi Manajemen



Oleh :

ADELIA WIRAWAN

NPM 2012010242

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2024

Skripsi Oleh:

ADELIA WIRAWAN
NPM 2012010242


Judul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK TETUKO DENGAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 04 Juli 2024

Dosen Pembimbing I


Zulistiani, M.M
NIDN 0711118603

Dosen Pembimbing II


Susi Damayanti, M.M.
NIDN 0723117802

Skripsi Oleh :

ADELIA WIRAWAN
NPM 2012010242

Judul:

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BATIK TETUKO DENGAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada Tanggal: 15 Juli 2024

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia penguji

1. Ketua : Zulistiani, S.Pd, M.M
2. Penguji I : Dr. Ema Nurzainul Hakimah, M.M
3. Penguji II : Susi Damayanti, S.Pd, M.M



Mengetahui,

Dekan FEB,



Dr. Amur Johari, M.Si
NIDN 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Adelia Wirawan
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tgl Lahir : Sidoarjo, 2 Juni 2002
NPM : 2012010242
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 04 Juli 2024

Yang menyatakan



ADELIA WIRAWAN
NPM 2012010242

Motto:

Everyone has a happy ending. If you are not happy

It is not your ending. Keep looking for your happy ending.

(Peneliti)

Kupersembahkan karya ini buat:

Seluruh keluargaku tercinta.

Semua orang yang telah mendukungku.

ABSTRAK

Adelia Wirawan: Strategi Pengembangan Usaha Batik Tetuko Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), Skripsi, Manajemen, FEB, UNP Kediri, 2024

Kata Kunci: Strategi Pengembangan, *Business Model Canvas* , Usaha Batik

Penelitian ini dilatar belakangi oleh semakin berkembangnya industri batik di Indonesia karena meningkatnya permintaan pelanggan, tetapi juga menghadapi tantangan seperti produktivitas, inovasi, dan persaingan. Dalam menghadapi persaingan, Batik Tetuko harus menciptakan model bisnis yang sesuai dan sukses dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengembangkan usahanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami strategi pengembangan yang dilakukan oleh Batik Tetuko melalui *Business Model Canvas* (BMC) yang diterapkannya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data primer berupa hasil wawancara dengan informan dan observasi yang telah dilakukan sedangkan data sekunder berupa informasi dari dokumen-dokumen atau literatur-literatur dari internet, jurnal, skripsi, dll. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Informan pada penelitian ini berjumlah 4 orang yaitu Pemilik Usaha dan 3 karyawan Batik Tetuko. Teknik analisis data melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Uji keabsahan temuan menggunakan uji triangulasi sumber dan metode.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Customer segments* Batik Tetuko adalah masyarakat kelas menengah ke atas usia 20-50 tahun dan pegawai pemerintahan. *Value proposition* Batik Tetuko yaitu menggunakan kain standar nasional dan menggunakan motif khas Nganjuk. *Channels* Batik Tetuko menggunakan *WhatsApp*, komunikasi mulut ke mulut, dan berpartisipasi dalam pameran. *Customer relationship* yang telah dibangun mencakup berbagai upaya untuk menjaga loyalitas dan kepuasan pelanggan. *Revenue streams* Batik Tetuko berasal dari penjualan kain batik. *Key resources* Batik Tetuko berupa bahan baku, peralatan produksi dan memiliki pengrajin yang terampil. *Key activities* mencakup seluruh proses dari produksi hingga pemasaran. *Key partnership* berupa kemitraan dengan pemasok bahan baku seperti suplier kain, suplier zat warna, dan suplier lilin batik. *Cost Structure* Batik Tetuko berkaitan dengan biaya pembelian bahan baku, gaji karyawan, dan perbaikan peralatan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Penerapan *Business Model Canvas* pada usaha Batik Tetuko sudah cukup efektif namun belum maksimal. Beberapa blok bangunan seperti *customer segments*, *value propositions*, *channels*, dan *revenue streams* masih belum optimal, (2) Strategi yang diterapkan Batik Tetuko sudah efektif, namun perlu diperbaiki dengan menyempurnakan model bisnisnya seperti mulai menggunakan *E-commerce* dan memperluas segmen pelanggannya.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Skripsi dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Batik Tetuko Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)**” ini ditulis guna memenuhi Sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Rektor UN PGRI Kediri Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Ibu Restin Meilina, S.E, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Ibu Zulistiani, M.M. selaku Dosen Pembimbing I yang telah senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi manajemen ini hingga selesai.
5. Ibu Susi Damayanti, M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah senantiasa membimbing dan memberikan arahan dalam penyusunan skripsi manajemen ini hingga selesai.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang bermanfaat.

7. Keluarga tercinta, khususnya kedua Orang tua yang selalu mendoakan, memberikan pengertian, restu, dan kasih sayang serta dukungan baik moril maupun materiil.
8. Sahabat dan teman-teman seperjuangan yang sudah memberikan semangat dan dukungan.
9. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi seminar manajemen ini.
10. Almamaterku tercinta Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritk dan saran-saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua, khususnya bagi dunia Pendidikan, meskipun hanya ibarat setitik air bagi samudera luas.

Kediri, _____

ADELIA WIRAWAN
NPM 2012010242

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Praktis	8

2. Manfaat Teoritis	9
BAB II LANDASAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Kajian Teori.....	Error! Bookmark not defined.
1. Strategi	Error! Bookmark not defined.
2. Pengembangan Usaha	Error! Bookmark not defined.
3. <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	Error! Bookmark not defined.
B. Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
C. Kerangka Berpikir.....	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN	Error! Bookmark not defined.
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	Error! Bookmark not defined.
B. Kehadiran Peneliti	Error! Bookmark not defined.
C. Situs Penelitian	Error! Bookmark not defined.
D. Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
E. Tahapan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Perumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
2. Tahap Tinjauan Pustaka.....	Error! Bookmark not defined.
3. Pengumpulan Data di Lapangan	Error! Bookmark not defined.
4. Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
5. Penarikan Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
6. Penulisan Laporan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

F.	Sumber Data dan Teknik Pemilihan Informan...	Error! Bookmark not defined.
1.	Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Teknik Pemilihan Informan.....	Error! Bookmark not defined.
G.	Prosedur Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.	Observasi.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Wawancara	Error! Bookmark not defined.
3.	Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
H.	Teknik Analisis Data	Error! Bookmark not defined.
1.	Reduksi Data	Error! Bookmark not defined.
2.	Penyajian Data	Error! Bookmark not defined.
3.	Penarikan Kesimpulan	Error! Bookmark not defined.
I.	Uji Keabsahan Temuan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		Error! Bookmark not defined.
A.	Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.	Sejarah Singkat.....	Error! Bookmark not defined.
2.	Visi dan Misi Batik Tetuko.....	Error! Bookmark not defined.
3.	Lokasi Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
4.	Struktur Organisasi.....	Error! Bookmark not defined.

5. Tugas Pokok dan Fungsi**Error! Bookmark not defined.**

6. Karakteristik Informan**Error! Bookmark not defined.**

B.	Deskripsi Data dan Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
	1. Tahap Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
	2. Uji Keabsahan Temuan	Error! Bookmark not defined.
C.	Interpretasi dan Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
	1. Penerapan <i>Business Model Canvas</i> (BMC) pada Usaha Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
	2. Penerapan Strategi Pengembangan pada Usaha Batik Tetuko	Error!
	Bookmark not defined.	
BAB V	PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
A.	Temuan.....	Error! Bookmark not defined.
	1. Business Model Canvas	Error! Bookmark not defined.
	2. Strategi Pengembangan.....	Error! Bookmark not defined.
B.	Implikasi	Error! Bookmark not defined.
	1. Implikasi Teoritis.....	Error! Bookmark not defined.
	2. Implikasi Praktis	Error! Bookmark not defined.
C.	Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
	1. Bagi Peneliti	Error! Bookmark not defined.
	2. Bagi Pembaca.....	Error! Bookmark not defined.
	3. Bagi Pemilik Usaha.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....		110

LAMPIRAN.....Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Data Informan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Data Pemilihan Informan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Hasil Wawancara dengan Informan I	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Hasil Wawancara dengan Informan II...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Hasil Wawancara dengan Informan III..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Wawancara dengan Informan IV .	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Customer segments</i> Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Value propositions</i> Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 8 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Channels</i> Batik Tetuko ..	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 9 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Customer relationships</i> Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 10 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Revenue streams</i> Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 11 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Key resources</i> Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 12 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang <i>Key activities</i> Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 13 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang *Key partnerships* Batik Tetuko

.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Reduksi Jawaban Narasumber Tentang *Cost structures* Batik Tetuko

.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 *Business Model Canvas* Batik Tetuko .**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Uji Triangulasi.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 Perubahan *Business Model Canvas* Batik Tetuko**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Produk Batik Tetuko.....	4
Gambar 1. 2 Business Model Canvas	6
Gambar 2. 1 Sembilan Elemen Business Model Canvas	Error! Bookmark not defined.
Gambar 2. 3 Kerangka Penelitian	Error! Bookmark not defined..
Gambar 4. 1 Lokasi Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 3 Produk Batik Tetuko.....	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 4 Tempat Pewarnaan	Error! Bookmark not defined.
Gambar 4. 5 Kegiatan Utama Batik Tetuko	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Surat Ijin Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2 : Surat Balasan Dari Batik Tetuko.....	Error! Bookmark not defined.
3 : <i>Informan Consent</i>	Error! Bookmark not defined.
4 : Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5 : Transkripsi Wawancara	Error! Bookmark not defined.
6 : Dokumentasi	Error! Bookmark not defined.
7 : Berita Acara Bimbingan.....	Error! Bookmark not defined.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Persaingan industri pakaian di Indonesia kini memberikan peluang dan tantangan baru, dimana segmen pasar yang dimiliki oleh suatu perusahaan dapat berkembang semakin luas. Karena situasi ini, persaingan bisnis menjadi semakin ketat. Banyak perusahaan bersaing untuk mendapatkan perhatian konsumen dari kompetitor demi mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaannya. Dalam dunia usaha, semakin banyaknya perusahaan yang memproduksi produk sejenis mencerminkan semakin berkembangnya dunia usaha. Salah satunya yaitu industri batik.

Industri batik di Indonesia semakin berkembang karena meningkatnya permintaan pelanggan. Banyak orang di industri batik berjuang untuk meningkatkan penjualan guna menjamin kelangsungan industri batik dan kenikmatan konsumen. Awalnya, di Indonesia hanya masyarakat tertentu yang membeli dan menggunakan batik, namun kini Masyarakat dapat memakai batik untuk pakaian sehari-hari atau pakaian khusus seperti seragam. Ekspansi sektor batik di Indonesia juga berdampak pada berdirinya banyak UKM yang dikembangkan untuk memenuhi permintaan pelanggan dengan kebutuhan akan barang-barang baru guna meraih minat konsumen dan daya saing penjualan dibandingkan UKM lainnya.

Dalam beberapa tahun terakhir, industri batik Indonesia telah mencapai beberapa capaian yang menarik perhatian. Salah satu contoh adalah peningkatan nilai ekspor batik Indonesia yang mencapai USD 49,63 juta pada tahun 2020, meningkat signifikan dibandingkan tahun sebelumnya sebesar USD 39,76 juta. Selain itu, industri batik Indonesia juga telah menyerap tenaga kerja sebanyak 200 ribu orang dan memiliki lebih dari 47 ribu unit usaha yang tersebar di 101 sentra berbagai wilayah Indonesia. Perkembangan industri batik Indonesia juga didukung oleh pengakuan UNESCO yang menyatakan batik Indonesia sebagai salah satu warisan budaya tak benda pada tahun 2009. Pengakuan ini telah meningkatkan kesadaran dan minat masyarakat terhadap batik Indonesia, serta mempengaruhi pertumbuhan industri batik secara signifikan.

Meskipun mengalami pertumbuhan, industri batik di Indonesia masih menghadapi beberapa tantangan kompetitif yang besar. Salah satunya yaitu tantangan produktivitas dan inovasi. Selain itu, persaingan kualitas produk juga menjadi tantangan, karena pengrajin batik perlu memastikan bahwa produk mereka berkualitas tinggi dan memenuhi standar yang ditetapkan.

Penting bagi para pengrajin untuk memahami perubahan preferensi konsumen di industri batik. Faktor-faktor yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap produk batik antara lain inovasi produk, kualitas, dan harga. Inovasi produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi preferensi konsumen. Pengrajin batik harus terus berinovasi untuk menawarkan produk yang berbeda dan menarik kepada konsumen. Kualitas dan harga juga

menjadi faktor penting yang mempengaruhi preferensi konsumen terhadap batik. Pengrajin batik harus memastikan produknya mempunyai kualitas yang baik dan harga yang kompetitif agar dapat menarik perhatian konsumen. Dengan memahami perubahan preferensi konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, pengrajin batik dapat mengembangkan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen serta menjadi lebih kompetitif di pasar.

Pengembangan bisnis dapat dilakukan melalui berbagai strategi seperti inovasi produk, pemasaran, dan pengelolaan sumber daya. Inovasi produk membantu pengrajin batik terus beradaptasi dengan perubahan preferensi konsumen dan tren pasar. Selain itu, pemasaran yang efektif juga dapat membantu pengrajin batik menjangkau lebih banyak konsumen dan meningkatkan penjualan. Manajemen sumber daya juga penting karena sumber daya yang efisien dan efektif membantu pengrajin batik mengurangi biaya dan meningkatkan profitabilitas.

Pengembangan bisnis juga membantu pengrajin batik meningkatkan daya saingnya di pasar. Dengan perkembangan bisnis yang baik, pengrajin batik dapat menawarkan produk yang lebih baik dan menarik kepada konsumen. Ini juga memungkinkan pengrajin batik memasuki lebih banyak pasar dan meningkatkan pangsa pasar. Selain itu, pengembangan bisnis membantu pengrajin batik mengurangi risiko. Dengan pengembangan bisnis yang baik, pengrajin batik dapat menjadi lebih tangguh dan bertahan dalam persaingan pasar yang semakin ketat.

Batik Tetuko merupakan pengrajin batik tulis yang berlokasi di RT 01 RW 04 Dusun Batur, Batur, Sumberkepuh, Kecamatan Tanjunganom, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Pengrajin ini memproduksi batik tulis dan cap dengan berbagai macam motif dan warna.

Batik Tetuko masih tergolong usaha mikro tetapi sudah memiliki banyak pelanggan dan mendapatkan memiliki omset yang besar setiap bulannya. Sudah banyak yang mengetahui produk Batik Tetuko karena usaha ini sudah berdiri cukup lama serta sudah banyak pelanggan yang membeli di Batik Tetuko. Usaha ini selalu mengutamakan kualitas produk yang akan dijualnya karena kepuasan pelanggan adalah kunci utama berkembangnya usaha ini.



Gambar 1. 1 Produk Batik Tetuko
(Sumber: Batik Tetuko)

Batik Tetuko menghadapi persaingan yang ketat dengan usaha batik lainnya. Untuk menghadapi persaingan dengan para kompetitornya, Batik Tetuko harus terus melakukan pengembangan terhadap usahanya dan mencari strategi yang tepat untuk meningkatkan daya saing. Salah satu cara yang dapat digunakan oleh Batik Tetuko sebagai pelaku ekonomi untuk dapat bersaing dan berkembang adalah dengan mengembangkan strategi baru. Namun, strategi

saja tidak cukup, Batik Tetuko harus memiliki model bisnis yang kuat dan sukses yang sesuai dengan bisnis mereka.

Saat ini telah banyak ditemukan model bisnis, dan model bisnis telah menjadi sebuah konsep yang menonjol dibandingkan konsep manajemen lainnya. Model bisnis populer karena banyak organisasi yang berkembang pesat karena dapat menciptakan model bisnis yang sesuai dengan mereka. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis, Batik Tetuko perlu mengetahui model bisnis yang harus digunakan.

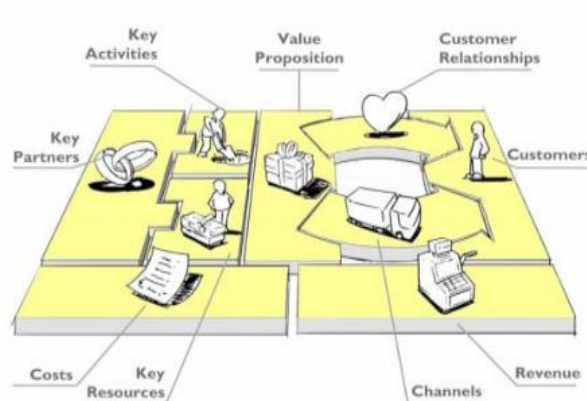
Model bisnis pada dasarnya adalah deskripsi tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai dalam konteks aktivitas organisasi. Salah satu konsep bisnis yang sederhana adalah model yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur yang dinamakan *Business Model Canvas* atau biasa disingkat dengan BMC.

Pengembangan usaha adalah proses persiapan analitis tentang peluang pertumbuhan potensial, dukungan dan pemantauan pelaksanaan peluang pertumbuhan usaha, tetapi tidak termasuk keputusan strategi dan implementasi dari peluang pertumbuhan bisnis. (Ardiningrum et al., 2023)

Business Model Canvas (BMC) adalah suatu model analisis yang menjelaskan suatu ide bagaimana suatu organisasi atau perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai yang dimiliki oleh suatu organisasi ataupun perusahaan tersebut (Aryasuta & Putra, 2020). *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan blok bangunan yang mewakili seluruh elemen perusahaan.

Konsep ini menyediakan alat untuk dengan mudah mendefinisikan model bisnis dan mengembangkan strategi baru.

Business Model Canvas terdiri dari sembilan blok bangunan yaitu: *Customer segmentss* (Segmen Pelanggan), *Value propositionss* (Proporsi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue streams* (Arus Pendapatan), *Key resources* (Sumber Daya Utama), *Key activities* (Aktivitas Kunci), *Key partnerships* (Kemitraan Utama), *Cost structures* (Struktur Biaya). Bagian-bagian tersebut kemudian dipetakan menjadi 2 sisi yaitu sisi kanan (kreativitas) dan kiri (logika). Aktivitas-aktivitas bisnis yang dilakukan baik usaha besar maupun usaha kecil secara tidak langsung telah menerapkan *Business Model Canvas* didalam menjalankan kegiatan bisnisnya, meskipun dalam penerapannya hanya menggunakan beberapa blok dari sembilan blok bangunan.



Gambar 1. 2 *Business Model Canvas*
(Sumber: Osterwalder dan Pigneur, 2014)

Business Model Canvas akan membantu Batik Tetuko dalam melihat bisnis secara umum yang kemudian dapat menyusun strategi untuk membuat Batik Tetuko terlihat berbeda dari usaha batik lainnya. BMC memudahkan

Batik Tetuko untuk melihat hubungan antara masing-masing elemen dalam bisnisnya sehingga dapat menciptakan nilai bagi konsumen dan pemilik usaha.

Hasil penelitian Awaludin (2022) dengan judul Analisis Penerapan Strategi Pemasaran *Business Model Canvas* (BMC) Studi Kasus Pada Usaha Inland Coffee menunjukkan bahwa penelitian ini berfokus dalam melebarkan dan meminimalkan beberapa elemen *Business Model Canvas* (BMC) yang diterapkan oleh Inland Coffee. Terdapat perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang yaitu peneliti sekarang berfokus pada strategi yang akan dihasilkan dari penerapan 9 blok *Business Model Canvas* (BMC) untuk mengembangkan usaha Batik Tetuko kedepannya.

Berdasarkan uraian latar belakang dan fenomena di atas, maka Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Strategi Pengembangan Usaha Batik Tetuko dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)**”.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian bertujuan untuk membatasi ruang lingkup penelitian yang akan dilakukan. Peneliti berfokus pada merumuskan strategi usaha untuk mengembangkan usaha Batik Tetuko. *Business Model canvas* (BMC) sebagai salah satu strategi pendekatan yang digunakan untuk merumuskan strategi guna pengembangan usaha Batik Tetuko kedepannya.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

“Bagaimana strategi pengembangan usaha yang digunakan Batik Tetuko dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk memahami strategi pengembangan yang dilakukan oleh Batik Tetuko melalui *Business Model Canvas* (BMC) yang diterapkannya”.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu Peneliti untuk lebih memahami peranan dari *Business Model Canvas* (BMC) sebagai suatu pendekatan model bisnis bagi suatu usaha. Peneliti dapat lebih mengerti cara kerja *Business Model Canvas* ini.

b. Bagi Pembaca

Business Model Canvas (BMC) membantu pembaca mengidentifikasi komponen-komponen penting dari model bisnis, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan lainnya. Selain itu, *Business Model Canvas* (BMC) memudahkan pembaca untuk membuat keputusan berdasarkan pemahaman yang jelas tentang bagaimana bisnis tersebut beroperasi dan menghasilkan nilai.

c. Bagi Pemilik Usaha

Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), pemilik usaha dapat mengidentifikasi peluang baru untuk inovasi dan juga memahami risiko yang mungkin dihadapi, sehingga dapat merencanakan strategi yang tepat. Selain itu, *Business Model Canvas* (BMC) memungkinkan pemilik usaha untuk dengan cepat menyesuaikan dan mengadaptasi model bisnis mereka sesuai dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menambah ilmu dan wawasan baik secara intelektual maupun secara akademis. Selain itu, Peneliti dapat mengetahui tentang bagaimana pengembangan bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) pada suatu usaha, serta dapat mengetahui kenyataan di lapangan dan membandingkan teori yang ada.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk peneliti selanjutnya tentang cara mengembangkan bisnis melalui *Business Model Canvas* (BMC). Selain itu juga memberikan pemahaman menyeluruh tentang bagaimana berbagai elemen bisnis saling berkaitan dan berinteraksi. Pembaca dapat melihat bagaimana

segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan elemen lainnya bekerja sama untuk menciptakan nilai bagi perusahaan.

c. Bagi Pemilik Usaha

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dan pertimbangan mengenai pemilihan strategi pengembangan usaha yang tepat bagi Batik Tetuko guna mencapai tujuan usaha. Selain itu, dengan analisis mendalam menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), pemilik usaha dapat mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan dan mengoptimalkan proses bisnis untuk meningkatkan efisiensi dan kinerja keseluruhan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aminah, S. (2022). *MANAJEMEN STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PERGURUAN TINGGI SWASTA (Studi Kasus Universitas Mercu Buana Jakarta)*.
- Ardiningrum, A., Buana, U., Karawang, P., & Yani, D. (2023). STRATEGI PENGEMBANGAN PADA PELAKU USAHA LAUDRY (GRIYA LAUNDRY KARAWANG). *Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 220–226. <https://doi.org/10.58192/profit.v2i3.969>
- Aryasuta, Y., & Putra, B. C. (2020). PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PERALATAN BELADIRI PADA TOKO DANIS. *Jurnal IDEALIS*, 3, 49–55. <https://jom.fti.budiluhur.ac.id/index.php/IDEALIS/article/view/1495/1003>
- Awaludin, A. (2022). *ANALISIS PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) STUDI KASUS PADA USAHA INLAND COFFEE PROGRAM STUDI MANAJEMEN*.
- Azhar, A. L., Selatan, J., Diajukan, S., Ekonomi, F., Bisnis, D., Hayyu, O. R., Ekonomi, J., & Ekonomi, S. F. (2019). *ANALISIS BISNIS MODEL DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS TERHADAP BAITUL MAAL WAT TAMWIL MASJID*.
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). PENERAPAN BISNIS MODEL KANVAS DALAM PENENTUAN RENCANA MANAJEMEN USAHA KEDELAI EDAMAME GORENG. In *Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana ... Jurnal Agroteknologi* (Vol. 13, Issue 01). <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/JAGT/article/view/8554/6748>
- Jermias Rivaldo Walean, J., Adrian Pangemanan, P., & Lolowang, T. F. (2023). Business Development Strategy Through Business Model Canvas (Case Study of “JW Roti” in Totolan Village, West Kakas District, Minahasa Regency). In *Januari* (Vol. 5). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jisep/article/download/46134/41619/106595>
- Jessica, N., & Indriyani, R. (2017). ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA TIROTTI BAKERY. *AGORA*, 5. <https://media.neliti.com/media/publications/135902-ID-none.pdf>
- Nurrohman, A. F. (2019). *PENERAPAN MODEL BISNIS CANVAS PADA PERUSAHAAN JASA WEDDING ORGANIZER*.

- Osterwalder dan Pigneur. (2014). *Business Model Generation. Alilih Bahasa Oleh Natalia Ruth Sihandrini*. PT. Elex Media Komputindo.
- Prahistingrum, G. (2022). *ANALISA PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA JASA CANDYA ORGANIZER DI KABUPATEN JEMBER*.
- Prasetyo, D. (2016). *"PENERAPAN BUSINESS MODEL CANVAS UNTUK MENCIPTAKAN ALTERNATIF STRATEGI BISNIS DI DALAM PENGEMBANGAN KEGIATAN USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH TAHUN 2015 (Studi Pada UMKM Home Industry Tempe di Kota Bandar Lampung) (Skripsi) Oleh*.
- Ramadani, N. Y. (2019). *STRATEGI BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA LAMPUNG POST DI BANDAR LAMPUNG*.
- Sabita, D., Djanggu, N. H., & Budiman, R. (n.d.). *STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS PADA USAHA COFFEE SHOP DENGAN METODE QSPM (STUDI KASUS: COFFEE SHOP 'RASIO COFFEE')*. Retrieved December 10, 2023, from <https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jtinUNTAN/article/viewFile/51639/75676591702>
- Saputro, B. P. (2021). *STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA INDUSTRI KECILDENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS MENURUT PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi Pada Konveksi Sablon Razz Apparel Di Bandar Lampung)*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.