

Perancangan Model Bisnis Perusahaan *Training Dan Consulting* PT.XYZ dengan Menggunakan *Business Model Canvas*

Laila Putri Faradilah¹, Endang Chumaidiyah², Farda Hasun³

Mahasiswa Teknik Industri Universitas Telkom Fakultas Rekayasa Industri Bandung¹,

Dosen Teknik Industri Universitas Telkom Rekayasa Industri Bandung^{2,3}

lailaputrif@student.telkomuniversity.ac.id,

endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id, fardahasun@telkomuniversity.ac.id

ABSTRACT

PT. XYZ is a company engaged in Business Training & Consulting located in the city of Bandung. PT. XYZ was established in 2012. Currently, the company cannot achieve its annual revenue target. This is due to problems in terms of marketing such as the absence of employer partners and limited marketing activities, limited employees, to increasingly fierce business competition in similar fields. Solutions to the problems experienced by PT. XYZ can be overcome through evaluation of the current business model so that the best solution can be found from the existing problems with the role of the proposed business model. Business model design is carried out using the Business Model Canvas (BMC) method. Currently there is one customer segment served by PT. XYZ is a company located in the West Java area with revenues of more than Rp 4,000,000.00 per month and has Islamic value. Data collection was obtained from interviews with customers to find out customer profile and business model environment and questionnaires were distributed to determine SWOT by utilizing internal company resources. From the results of the data analysis obtained, a business model canvas was then designed and verification and validation were carried out. Verification is carried out with research supervisors and owners of PT. XYZ. Furthermore, the proposed business model will be designed a mockup that will be used for the validation process to the owner of PT. XYZ. The design results obtained in this study are making improvements to the customer segment block by expanding the customer segment in Indonesia, the customer relationship block by providing service guarantees, feedback facilities and service incentives, channel blocks by participating in MSME events, value proposition blocks by adding service bundling packages, service variations, services through the website so that they are easily accessible and create product substitutions, and in the key partner block of PT. XYZ can collaborate with INKINDO, the organizer of MSME events to develop their business. By implementing this proposed business model, PT. XYZ hopes to increase annual revenue targets and improve business performance to reach potential markets.

Keywords : *Delivery service, Pesen Kuy, Lean Canvas, Business Model.*

ABSTRAK

PT.XYZ merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *Business Training & Consulting* yang berlokasi di kota Bandung. PT.XYZ berdiri sejak tahun 2012. Saat ini perusahaan tidak dapat mencapai target pendapatan tahunan. Hal tersebut diakibatkan permasalahan dalam segi pemasaran seperti belum adanya mitra pemberi kerja dan terbatasnya aktivitas pemasaran, keterbatasan pegawai, hingga persaingan usaha yang semakin ketat di bidang sejenis. Solusi atas

permasalahan yang dialami oleh PT.XYZ dapat diatasi melalui evaluasi terhadap model bisnis saat ini sehingga dapat ditemukan solusi terbaik dari masalah yang ada dengan perancangan model bisnis usulan. Perancangan model bisnis dilakukan dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Saat ini terdapat satu segmen pelanggan yang dilayani oleh PT.XYZ yaitu perusahaan yang berada di daerah Jawa Barat dengan pendapatan lebih dari Rp 4.000.000,00 per bulan dan memiliki *value* islami. Pengumpulan data diperoleh dari hasil wawancara dengan pelanggan untuk mengetahui *customer profile* dan *business model environment* serta dilakukan pembagian kuesioner untuk mengetahui SWOT dengan memanfaatkan sumber daya internal perusahaan. Dari hasil analisis data yang diperoleh, selanjutnya dirancang *business model canvas* serta dilakukan verifikasi dan validasi. Verifikasi dilakukan dengan pembimbing penelitian serta pemilik PT.XYZ. Selanjutnya, model bisnis usulan tersebut akan dilakukan perancangan *mockup* yang akan digunakan untuk proses validasi kepada pemilik PT.XYZ. Hasil rancangan yang diperoleh pada penelitian ini yaitu melakukan perbaikan pada blok *customer segment* dengan memperluas segmen pelanggan di Indonesia, blok *customer relationship* dengan memberikan garansi layanan, sarana *feedback* serta insentif layanan, blok *channel* dengan mengikuti *event* UMKM, blok *value proposition* dengan menambahkan paket *bundling* layanan, variasi layanan, layanan melalui website sehingga mudah diakses dan menciptakan substitusi produk, serta pada blok *key partner* PT.XYZ dapat berkolaborasi dengan INKINDO, penyelenggara *event* UMKM untuk mengembangkan bisnisnya. Dengan menerapkan model bisnis usulan ini, PT.XYZ berharap dapat meningkatkan target pendapatan tahunan dan meningkatkan performa bisnis untuk menjangkau pasar potensial.

Kata kunci : Layanan pesan antar; Pesen Kuy; *Lean Canvas*; Model Bisnis.

PENDAHULUAN

Salah satu kota yang mendapat julukan Silicon Valley Indonesia adalah Bandung. Kota Bandung merupakan salah satu anggota aktif Gerakan Nasional 1000 Perusahaan Rintisan Digital sehingga kota tersebut menjadi kota yang inovatif dan kreatif dalam melahirkan perusahaan muda dengan melihat kondisi lingkungan yang mendukung untuk pengembangan keterampilan, teknologi serta sumber daya manusia. Berdasarkan data Dinas Perusahaan Industri di Kota Bandung, banyak perusahaan industri besar maupun sedang telah didirikan sehingga persaingan antar perusahaan untuk menarik pelanggan relatif ketat. Untuk bertahan dalam persaingan tersebut, diperlukan solusi alternatif sebagai bentuk upaya perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya, termasuk bantuan para ahli dalam bidang usaha.

PT.XYZ merupakan perusahaan yang bergerak dibidang *Business Training & Consulting* yang berdiri sejak tahun 2012 dan telah berkolaborasi dengan 500 pelaku bisnis di Indonesia dengan lebih dari 12.000 jam konsultasi dengan tujuan untuk membangun bangsa Indonesia dalam segi bisnis yang mampu bersaing di kancah Internasional. Industri yang bekerja sama dengan perusahaan ini antarlain UMKM di bidang peternakan, SDM, fashion sertaindustri lainnya.

Perusahaan yang bergerak untuk membantu UMKM dalam mempertahankan

bisnis ini, juga memperoleh dampak akibat pandemi COVID-19 sehingga pada tahun 2020 PT.XYZ mengalami penurunan permintaan jasa konsultan dan berdampak pada pemutusan hubungan kerja pada karyawan. Pada rentang tahun 2020 hingga 2022, pemilik PT.XYZ bekerja secara individu dalam menangani permasalahan klien. Hal tersebut tentunya berdampak pada ketidaktercapaian target pendapatan tahunan perusahaan.

Tahun 2023, merupakan awal dari PT.XYZ untuk kembali mengembangkan usahanya. Pada tahun tersebut, perusahaan masih belum mampu mencapai target pendapatan tahunan yang disebabkan oleh beberapa faktor seperti belum memiliki mitra pemberi kerja untuk mendukung dalam menjangkau *customers* yang lebih luas, belum mampu memaksimalkan penggunaan strategi pemasaran secara *online* maupun *offline*, keterbatasan pegawai yang dimiliki perusahaan serta banyaknya pesaing yang menawarkan pelayanan sejenis.

Dari hasil penjabaran permasalahan pada PT.XYZ terdapat adanya peluang perbaikan dalam model bisnis sehingga pendapatan tahunan dapat tercapai serta mampu bersaing dengan kompetitor yang sejenis dan dapat menguasai pasar potensial. Oleh karena itu diperlukan perancangan layanan PT.XYZ dengan membuat ulang rancangan model bisnisnya. Melalui model bisnis, perusahaan dapat mengetahui hubungan antara keunggulan dan sumber daya yang dimiliki serta aktivitas yang dapat dilakukan untuk menciptakan nilai sehingga perusahaan dapat memaksimalkan keuntungan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis layanan PT.XYZ dengan menggunakan *business model canvas*.

Menurut Osterwalder, 2010 *Business Model Canvas* adalah model bisnis yang digunakan untuk mendeskripsikan, memvisualisasikan, mengevaluasi serta melakukan modifikasi model bisnis saat ini untuk menciptakan alternatif strategi baru. *Business Model Canvas* memiliki 9 blok, yaitu :

1. *Customer segment*

Blok *customer segment* adalah blok yang membahas mengenai segmen pelanggan yang menjadi target perusahaan .

2. *Value Propositions*

Value proposition adalah blok yang membahas mengenai kumpulan produk maupun layanan yang diciptakan dan dijadikan sebagai nilai bagi segmen pelanggan tertentu.

3. *Channels*

Blok ini menjelaskan bagaimana perusahaan mampu menjalin komunikasi dan menjangkau segmen pelanggan untuk menyampaikan *value propositions* yang ditawarkan. Blok ini juga digunakan perusahaan untuk memperkenalkan produk maupun layanan kepada pelanggan.

4. *Customer Relationship*

Customer relationship menggambarkan bagaimana perusahaan membangun hubungan dengan segmen pelanggan lama maupun baru.

5. *Revenue Streams*

Revenue streams menggambarkan aliran pendapatan perusahaan, dimana sumber pendapatan perusahaan dapat diperoleh melalui pendapatan transaksi (pendapatan yang dilakukan hanya satu kali) dan pendapatan berulang dari pelanggan.

6. *Key Resources*

Key resources merupakan aset terpenting perusahaan untuk melakukan implementasi model bisnis dalam mencapai keberhasilan. Melalui *key resources*, memungkinkan perusahaan untuk menciptakan dan menyampaikan proposi nilai, menjangkau pasar serta memelihara hubungan baik dengan segmen pelanggan.

7. *Key Activities*

Key activities adalah blok yang menggambarkan hal-hal penting yang harus dilakukan perusahaan untuk memastikan bahwa model bisnis yang diimplementasikan selaras dengan target perusahaan.

8. *Key Partnership*

Key partnership adalah sumber daya eksternal yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan dalam hal membangun kerjasama untuk menyelesaikan *key activities* sehingga mampu menghasilkan nilai yang maksimal kepada pelanggan.

9. *Cost Structure*

Cost structure adalah seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan dalam mengimplementasikan model bisnis perusahaan. Biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan digunakan untuk memberikan nilai kepada pelanggan sehingga mampu menciptakan hubungan baik dan memperoleh pendapatan.

METODE PENELITIAN

Perancangan model bisnis layanan PT.XYZ dengan menggunakan *business model canvas* memiliki beberapa tahapan yang harus dilakukan, yaitu:

1. Tahap Pendahuluan

Tahap pendahuluan berisi dimana peneliti melakukan perumusan masalah terlebih dahulu sehingga dapat mengetahui pemilihan metode yang tepat dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh PT.XYZ.

2. Tahap Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data adalah proses yang dilakukan untuk memperoleh data demi kebutuhan penelitian. Pengumpulan data diperoleh melalui dua teknik yaitu wawancara dan observasi serta studi literatur. Wawancara maupun observasi dilakukan untuk memperoleh data model bisnis perusahaan saat ini serta profil

pelanggan PT.XYZ. Sedangkan studi literatur digunakan untuk mengetahui data lingkungan bisnis untuk melakukan perancangan SWOT perusahaan, sehingga model bisnis usulan dapat diciptakan berdasarkan kondisi pasar dan industri saat ini.

3. Tahap Perancangan

Setelah melakukan pengumpulan data, selanjutnya adalah tahap perancangan seluruh data yang diperoleh seperti analisis SWOT, *value proposition canvas*, *fitting value proposition* dengan *customer profile* serta perancangan model bisnis usulan dengan menggunakan *business model canvas* pada sembilan blok yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*.

4. Tahap Verifikasi

Pada tahap ini dilakukan verifikasi pada *business model canvas* yang telah dirancang. Pada tahap ini, peneliti perlu memeriksa, mengkonfirmasi dan memvalidasi hasil desain *business model canvas* dengan pembimbing penelitian dan pemilik PT.XYZ, untuk memastikan bahwa desain yang dibuat selaras dengan konsistensi logika dari model bisnis yang dihasilkan.

5. Setelah *business model canvas* diverifikasi, proses selanjutnya adalah perancangan *mock-up* layanan PT.XYZ yang berbentuk website dan akan digunakan dalam validasi *value proposition* dan *channels*.

6. Tahap Validasi

Tahap validasi, merupakan proses untuk membuktikan bahwa hasil perancangan *business model canvas* usulan PT.XYZ dapat dikatakan tepat dalam mengatasi masalah yang dihadapi perusahaan saat ini. Dalam penelitian ini akan dilakukan validasi model bisnis serta bentuk *mock-up* yang telah dibuat dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik PT.XYZ. Hasil dari validasi akan digunakan untuk melakukan perbaikan dari *business model canvas*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Rancangan Business Model Canvas untuk PT.XYZ

1. Perancangan Blok *Customer Segment*

PT.XYZ dapat menjangkau segmen pelanggan yang lebih luas yaitu di seluruh Indonesia, bukan hanya di daerah Jawa Barat. Hal tersebut dapat didukung dengan adanya data Badan Pusat Statistik, 2021 yang menyatakan bahwa banyak perusahaan di Indonesia yang mengalami ketidakstabilan ekonomi sehingga menyebabkan perusahaan mengalami penurunan penjualan hingga penutupan bisnis. Bukan hanya pandemi COVID-19 yang menyebabkan UMKM

mengalami penurunan, tetapi juga dikarenakan perkembangan teknologi sehingga UMKM yang bekerja secara konvensional belum mampu bersaing dengan UMKM yang menggunakan platform *e-commerce*. Hal tersebut dapat dijadikan sebagai peluang bagi PT.XYZ untuk memasuki pangsa pasar yang lebih luas dengan memanfaatkan perkembangan teknologi.

2. Perancangan Blok *Customer Relationship*

Sebagai bentuk upaya dalam menjangkau pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama. *Customer relationship* dibagi menjadi dua yaitu *customer acquisition* dan *customer retention*.

- *Customer Acquisition*

PT.XYZ dapat memberikan diskon dan promo untuk menarik pelanggan dan menjaga kesetiaan konsumsi layanan. PT.XYZ juga dapat meningkatkan layanan secara online maupun offline untuk *free* konsultasi dengan *first usage*, sehingga pelanggan dapat menikmati layanan dengan fleksibel.

- *Customer Retention*

Dalam mempertahankan loyalitas pelanggan yang telah menggunakan layanan PT.XYZ, perusahaan akan tetap memberikan buah tangan dan melakukan *periodic maintenance* terhadap implementasi perbaikan perusahaan. Bukan hanya itu, PT.XYZ dapat menciptakan garansi layanan untuk kegagalan solusi yang diciptakan sehingga pelanggan merasa aman dan memperoleh perlindungan hak pelanggan, sarana *feedback* yang dapat digunakan oleh pelanggan dalam berbagi pengalaman penggunaan layanan serta insentif layanan melalui kupon sebagai upaya dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

3. Perancangan Blok *Channels*

Blok *channels* adalah upaya yang dilakukan PT.XYZ untuk melakukan branding serta menyampaikan *value proposition* kepada segmen pelanggan yaitu perusahaan yang berlokasi di Indonesia dengan pendapatan minimal Rp 4.000.000,00 per bulan dan memiliki *value* islami. Maka dipilih beberapa metode pemasaran yang dapat digunakan oleh PT.XYZ secara online maupun offline.

- *Online*

Melalui sosial media (WhatsApp, Instagram, Youtube), website dan iklan.

- *Offline*

Melalui *word of mouth*, *field selling* serta *event* UMKM.

4. Perancangan Blok *Value Propositions*

PT.XYZ dapat menciptakan layanan yang dapat menjadi keunggulan perusahaan dengan tetap menawarkan layanan *consulting*, *training* dan

coaching dengan memberikan jaminan keamanan data, respon cepat serta menambahkan layanan adanya paket *bundling* sehingga pelanggan akan mendapatkan layanan dengan harga yang relatif terjangkau serta mudah dalam pembelian. PT.XYZ juga menciptakan variasi layanan dengan memanfaatkan teknologi seperti seperti substitute produk (kerangka struktur organisasi dan keuangan) dan website yang dijadikan sebagai wadah untuk mengakses layanan secara fleksibel.

5. Perancangan Blok *Key Resources*

Sumber daya yang dibutuhkan dalam melakukan implementasi model bisnis usulan PT.XYZ yaitu pegawai PT.XYZ, kantor, sarana transportasi, peralatan editor, utilitas (internet, listrik, air) guna mendukung pengembangan bisnis berjalan dengan maksimal.

6. Perancangan Blok *Key Activities*

Blok *key activities* mengacu pada setiap aktivitas yang mendukung dalam melakukan implementasi model bisnis selaras dengan target perusahaan. PT. XYZ melakukan berbagai aktivitas yang mendukung dalam memenuhi kebutuhan klien dengan cara menjalin komunikasi dengan konsumen untuk mempromosikan layanan, melakukan analisis permasalahan melalui observasi maupun wawancara, mempersiapkan materi dan presentasi mengenai hasil *report* perusahaan, mencari solusi permasalahan berdasarkan referensi dan data aktual, mengadakan rapat mingguan, membuat jadwal implementasi solusi usulan, melakukan pemantauan progress perusahaan serta melakukan *follow up* kepada pelanggan. Dari segi internal, PT.XYZ melakukan riset pasar untuk mengetahui posisi perusahaan dengan pesaing dan mengetahui kebutuhan pelanggan saat ini. PT.XYZ juga berkolaborasi dengan bisnis sejenis untuk menciptakan layanan yang responsif dan berkualitas.

7. Perancangan Blok *Key Partnership*

Blok *key partnership* berisi mengenai kerjasama antara PT.XYZ dengan pihak eksternal untuk mendukung segala aktivitas dalam upaya mencapai target perusahaan. PT.XYZ dapat melakukan kolaborasi dengan INKINDO (Ikatan Nasional Konsultan Indonesia) dan penyelenggara *event* UMKM untuk memudahkan PT.XYZ dalam menjangkau pasar potensial.

8. Perancangan Blok *Revenue Streams*

Dalam menentukan *revenue streams*, PT.XYZ dapat memperoleh aliran pendapatan dari sumber *consulting fee*, *training fee*, *coaching fee*, adanya layanan member, kolaborasi dengan bisnis serta menawarkan adanya *substitute* produk kepada pelanggan.

9. Perancangan Blok *Cost Structure*

Blok *cost structure* berisikan struktur biaya yang dikeluarkan PT.XYZ dalam menjalankan bisnisnya. Terdapat dua biaya yaitu *fixed cost* dan *variable cost*.

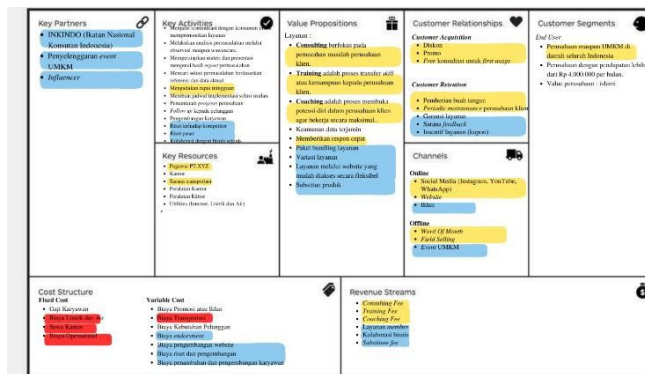
- *Fixed Cost*

Biaya yang termasuk ke dalam *fixed cost* yaitu gaji karyawan, biaya listrik dan air, sewa kantor dan biaya operasional.

- *Variable Cost*

Biaya yang termasuk *variable cost* adalah biaya promosi atau iklan, biaya transportasi, biaya kebutuhan pelanggan, biaya pengembangan website, biaya riset dan pengembangan serta biaya penambahan dan pengembangan karyawan.

Berikut merupakan hasil rancangan model bisnis PT.XYZ dengan menggunakan *business model canvas*.



Gambar 1.1 Rancangan Model Bisnis PT. XYZ

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

B. Verifikasi Hasil Rancangan

Verifikasi hasil perancangan *business model canvas* pada PT.XYZ dilakukan melalui pemeriksaan kesesuaian data, keterkaitan antar blok dalam model bisnis serta logika berfikir yang logis dengan pembimbing 1 dan 2 serta pemilik PT.XYZ. Berdasarkan hasil diskusi terdapat perubahan pada *key partner*, dimana pemilik belum bisa melakukan kolaborasi dengan *influencer*. Sehingga elemen yang memiliki pengaruh pada blok tersebut harus dihilangkan.

C. Perancangan Mockup Website

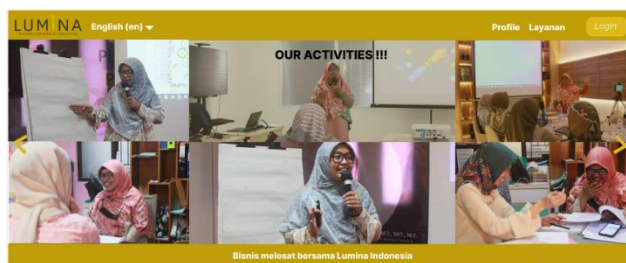
Selanjutnya, dilakukan perancangan mockup website yang dapat digunakan PT.XYZ dalam memberikan layanan kepada pelanggan. Berikut merupakan hasil rancangan website untuk pengguna dan pegawai.



Gambar 1.2 Tampilan Website: Menu Utama Slide 1
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.3 Tampilan Website: Menu Utama Slide 2
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



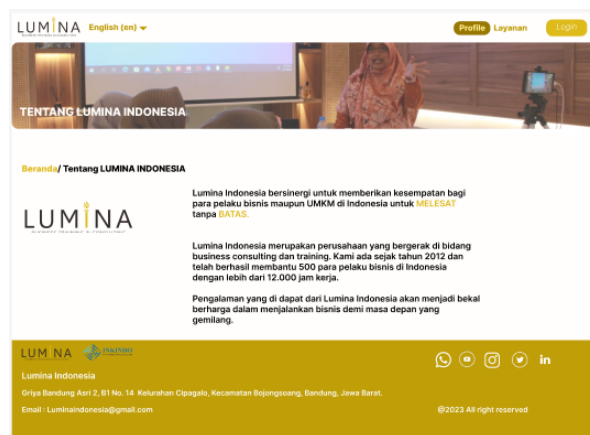
Gambar 1.4 Tampilan Website: Menu Utama Slide 3
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



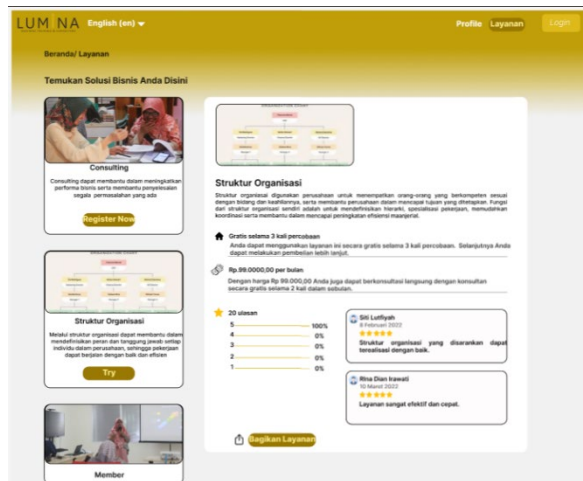
Gambar 1.5 Tampilan Website: Menu Bahasa
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



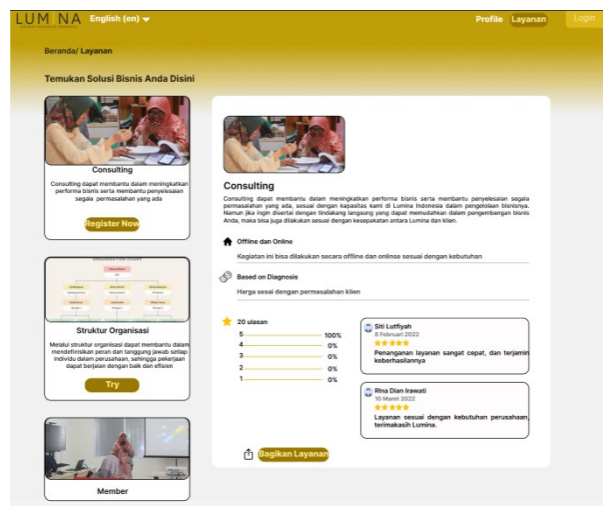
Gambar 1.6 Tampilan Website: Menu Profile
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.7 Tampilan Website: Profile Perusahaan
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.8 Tampilan Website : Detail Layanan Struktur Organisasi
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



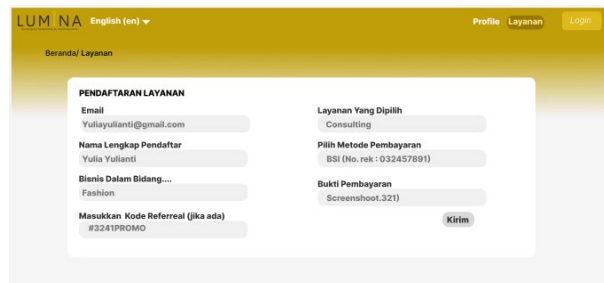
Gambar 1.9 Tampilan Website : Detail Layanan Consulting
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



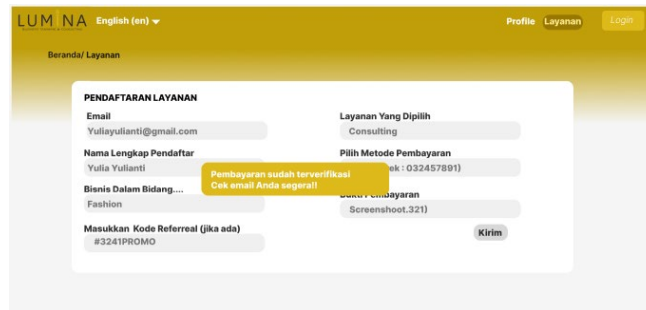
Gambar 1.10 Tampilan Website : Layanan Coaching AI
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.11 Tampilan Website : Layanan Coaching Video Materi
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



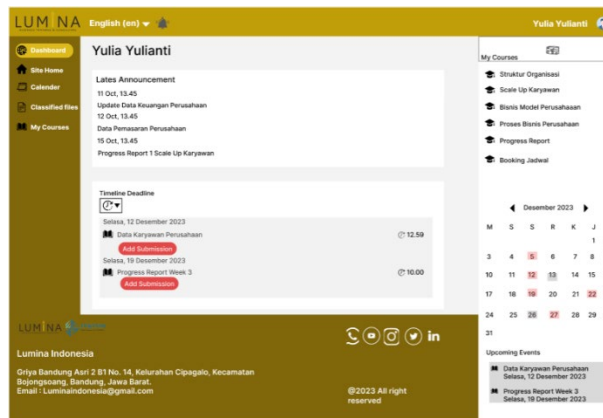
Gambar 1.12 Tampilan Website : Detail Layanan Registrasi
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



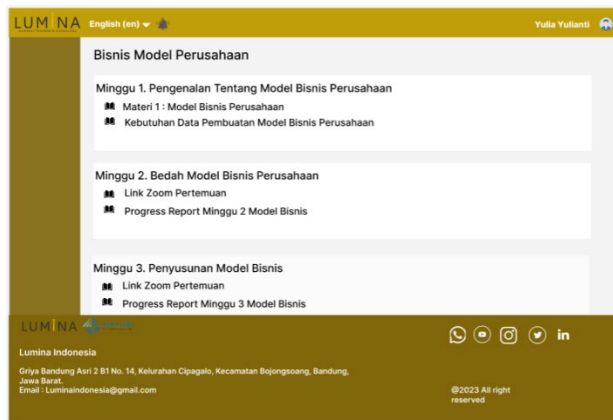
Gambar 1.13 Tampilan Website : Verifikasi Email Pembayaran
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



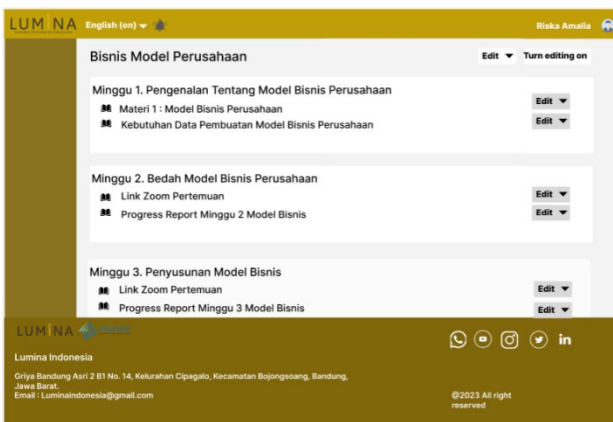
Gambar 1.14 Tampilan Website : Login
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.15 Tampilan Website : Akun Member
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.16 Tampilan Website : Akses Member
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)



Gambar 1.17 Tampilan Website : Layanan Akses Member
Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

D. Hasil Validasi

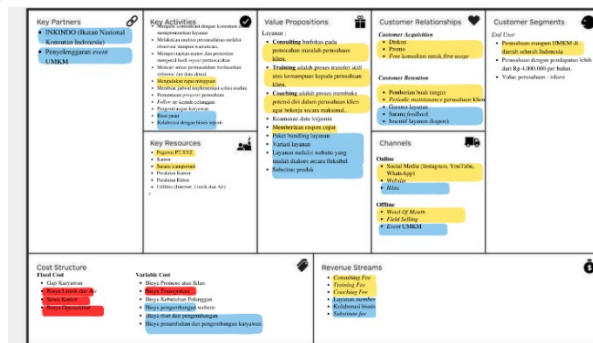
Validasi hasil rancangan tugas akhir memiliki tujuan untuk mengurangi risiko kegagalan seperti *desirability*, *feasibility* dan *viability*. Pada penelitian ini, menggunakan validasi *feasibility* melalui proses wawancara dengan pemilik PT.XYZ untuk mengetahui apakah hasil model bisnis usulan mampu diimplementasikan pada perusahaan.

Validasi juga dilakukan dengan menjawab pertanyaan yang mengacu dari *Value Proposition Design* karya Alexander Osterwalder. Berikut merupakan daftar pertanyaan dan jawaban dari pemilik PT.XYZ.

1. Se jauh mana model bisnis sata ini dapat mempertahankan pelanggan?
2. Se jauh mana model bisnis saat ini dapat membuat pelanggan membeli produk berulang?
3. Se jauh mana model bisnis ini memperoleh pendapatan sebelum mengeluarkan biaya?
4. Se jauh mana model bisnis ini lebih efisien daripada kompetitor?
5. Se jauh mana model bisnis ini mengeluarkan biaya dari bisnis yang dilakukan?
6. Se berapa mudah melakukan ekspansi bisnis pada perusahaan?
7. Se jauh mana bisnis dapat terkendali dari pesaing?

E. Rancangan Business Model Canvas Setelah Validasi

Berikut merupakan hasil rancangan *business model canvas* setelah dilakukan validasi dengan pemilik PT.XYZ.



Gambar 118 Business Model Canvas Usulan PT.XYZ

Sumber: Data diolah Peneliti (2024)

1. Customer Segment

PT.XYZ menyetujui untuk melakukan perluasan segmen pelanggan, dimana segmen pelanggan yang ingin dituju yaitu perusahaan maupun UMKM yang ada di Indonesia dengan pendapatan minimal Rp 4.000.000,00 per bulan dan memiliki *value* islami.

2. Customer Relationship

Untuk menjangkau pelanggan PT.XYZ menggunakan dua jenis pendekatan yaitu *customer acquisition* dan *customer retention*.

- *Customer acquisition*
PT.XYZ menggunakan strategi dengan memberikan diskon dan promo, serta *free* konsultasi untuk *first usage* dalam menjangkau segmen pelanggan baru.

- *Customer retention*
PT.XYZ melakukan pemberian buah tangan, *periodic maintenance* kepada perusahaan klien, memberikan garansi layanan, sarana *feedback* serta memberikan insentif layanan untuk menciptakan loyalitas kepada pelanggan lama.

3. *Channels*

Sebagai bentuk upaya membangun komunikasi dengan pelanggan. PT.XYZ melakukan strategi secara online maupun offline untuk memberikan informasi seputar nilai yang dapat diberikan kepada pelanggan.

- Online
Strategi dengan menggunakan media online, PT.XYZ dapat memanfaatkan sosial media (Instagram, YouTube, WhatsApp) serta penggunaan website dan iklan.

- Offline
PT.XYZ menggunakan strategi *word of mouth*, *field selling* serta mengikuti beberapa *event* UMKM untuk berinteraksi secara langsung kepada pelanggan.

4. *Value Proposition*

PT.XYZ menawarkan berbagai nilai tambah yang berbeda dengan kompetitor sejenis yaitu dengan tetap menjadikan layanan *consulting*, *training* dan *coaching* sebagai keunggulan serta memberikan jaminan keamanan data, respon cepat serta menciptakan variasi layanan seperti adanya paket *bundling*, layanan melalui website yang mempermudah pengguna untuk melakukan akses secara fleksibel serta menciptakan substitute produk.

5. *Key Resources*

Sebagai upaya dalam implementasi model bisnis, PT.XYZ perlu memiliki sumber daya seperti pegawai, akntor, sarana transportasi, peralatan kantor, peralatan editor serta utilitas (interney, listrik dan air).

6. *Key Activities*

PT.XYZ memiliki beberapa aktivitas yang bertujuan untuk mendukung ketercapaian target perusahaan akan implementasi model bisnis. Aktivitas tersebut dapat bermanfaat secara internal maupun eksternal dalam memenuhi kebutuhan klien. Aktivitas yang dapat mendukung pemenuhan kebutuhan klien yaitu dengan menjalin komunikasi dengan konsumen untuk mempromosikan

layanan, melakukan analisis permasalahan melalui observasi maupun wawancara, mempersiapkan materi dan presentasi mengenai hasil *report* permasalahan, mencari solusi permasalahan berdasarkan referensi dan data aktual, mengadakan rapat mingguan, membuat jadwal implementasi solusi usulan, pemantauan *progress* perusahaan serta melakukan *follow up* kepada pelanggan. Aktivitas yang mendukung kegiatan internal perusahaan dalam melakukan pengembangan bisnis yaitu dengan melakukan pengembangan karyawan agar mampu meningkatkan kinerja dan skill, melakukan riset pasar akan kompetitor serta kebutuhan pelanggan dan menjalin kolaborasi dengan bisnis sejenis untuk menciptakan layanan dengan hasil yang maksimal dan efektif.

7. *Key Partner*

PT.XYZ memerlukan sumber daya eksternal guna mendukung perusahaan dalam menciptakan bisnis yang efektif dan efisien. PT.XYZ dapat menjalin kolaborasi dengan INKINDO (Ikatan Nasional Konsultan Indonesia) serta kepada penyelenggara *event* UMKM untuk menjangkau pasar potensial secara lebih luas.

8. *Revenue Streams*

Aliran pendapatan yang diperoleh PT.XYZ berasal dari penjualan layanan utama yaitu *consulting fee*, *training fee* dan *coaching fee*. Serta terdapat sumber pendapatan lain yaitu dengan adanya layanan member, kolaborasi dengan bisnis serta penjualan *substitute* produk.

9. *Cost Structure*

Terdapat dua jenis biaya yang dikeluarkan PT.XYZ selama menjalankan bisnisnya, yaitu *fixed cost* dan *variable cost*.

- *Fixed Cost*

- Gaji karyawan
- Biaya listrik dan air
- Sewa kantor
- Biaya operasional

- *Variable cost*

- Biaya promosi atau iklan
- Biaya transportasi
- Biaya kebutuhan pelanggan
- Biaya pengembangan website
- Biaya riset dan pengembangan
- Biaya penambahan dan pengembangan karyawan

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil dari penelitian ini adalah sebuah model bisnis PT.XYZ melalui pendekatan *business model canvas*. Penelitian ini diharapkan dapat membantu PT.XYZ dalam mencapai target pendapatan tahunan serta menjadi pasar utama dalam bisnis konsultan melalui identifikasi serta perbaikan kesembilan blok elemen sehingga dapat menghasilkan model bisnis baru yang sesuai dengan kondisi perusahaan saat ini. Pada proses perancangan, penelitian ini memiliki keterbatasan dalam melakukan perhitungan aspek finansial serta keterbatasan dalam validasi *feasibility*. Maka disarankan untuk peneliti selanjutnya, agar lebih memperdalam perancangan aspek finansial sehingga dapat mengetahui apakah model bisnis yang telah dirancang mampu mengatasi masalah yang dihadapi PT.XYZ.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, P., Keller, K.L., & Chernev, A. 2022. *Marketing Management, 16th Edition*, ISBN 978-0-13-5887/15-18. Pearson Education
- Michael Morris, M.S. (2005). The entrepreneur's business model : toward a unified perspective. *Journal of Business Research*, 727
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation : A Handbook for Visioners, Game Changers, and Challengers*. Canada: John Willey & Sons
- Osterwalder, A., Pigneur, Y.V., Bernarda, G., & Smith, A. (2015). *Value Proposition Design : How To Create Products and Services Customers Want*. John Wiley & Sons
- Surjaaymadja, S. 2010. Marketing Performance Analysis Of Building Planner Consultant. 415-433
- Wirtz, J., & Lovelock, C. 2016. *Services Marketing : People, Technology, Strategy*. USA : World Scientific Publishing Co.Inc