

Penerapan Bussines Model Canvas (BMC) pada Bisnis Custombag Dalam Usaha Pengurangan Dampak Pemanasan Global

¹Hairu Permadi, ²Indah Safitri, ³Viddy Julianto, ⁴Euis Puspita Dewi, ⁵Siti Sujatini
¹⁻⁵Arsitektur, Universitas Persada Indonesia YAI, Jakarta

E-mail: ¹pemadihairu@gmail.com, ²indahsafiitri86@gmail.com,
³hangingdiorama@gmail.com, ⁴euis.puspita@upi-yai.ac.id, ⁵siti.sujatini@upi-yai.ac.id

ABSTRAK

Custombag adalah bisnis yang fokus pada pemesanan dan penjualan tas secara custom. Ide usaha ini muncul dari masalah sosial terkait penggunaan plastik. Salah satu tujuan utama Custombag adalah meningkatkan kesadaran masyarakat Indonesia untuk mengurangi penggunaan plastik guna mengurangi dampak pemanasan global. Custombag sebuah produk tas ramah lingkungan dari kain kanvas yang bisa didesain sesuai permintaan pelanggan. Bisnis ini menerapkan metode Business Model Canvas (BMC) dengan fokus utama pada segmen pelanggan yang terdiri dari pelajar/mahasiswa dan ibu rumah tangga.

Kata kunci : custombag, pemanasan global, BMC, custom, online

ABSTRACT

Custombag is a business that focuses on ordering and selling custom bags. The idea for this business arose from social issues related to the use of plastic. One of Custombag's main goals is to raise awareness among Indonesians to reduce the use of plastic in order to reduce the impact of global warming. Custombag is an eco-friendly bag product made of canvas fabric that can be designed according to customer requests. This business applies the Business Model Canvas (BMC) method with the main focus on the customer segment consisting of students and housewives.

Keyword : custombag, global warming, BMC, custom, online

1. PENDAHULUAN

Dalam era bisnis yang semakin ketat, kemampuan perusahaan untuk merancang model bisnis yang unik dan inovatif menjadi kunci sukses. Salah satu bidang yang menarik untuk dieksplorasi adalah industri tas kostum, yang menawarkan peluang bagi pengusaha kreatif untuk menciptakan produk yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan.

Melalui metode Business Model Canvas (BMC), artikel ini akan menguraikan bagaimana sebuah usaha tas kostum dapat membangun model bisnis yang kuat dan berkelanjutan. BMC menawarkan kerangka lengkap untuk menganalisis sembilan elemen penting dari model bisnis, seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan (Kuswardhani et al., 2021).

Produk tas kostum sebagai produk inovasi adalah karena pentingnya posisi tas dalam mendukung kegiatan sehari-hari, terutama dalam bidang ritel (perdagangan), dimana tas kostum banyak dipakai sebagai wadah dari belanjaan yang dibeli oleh konsumen. Banyak produk tas yang digunakan sehari-hari dibuat dari bahan yang tidak ramah lingkungan, terutama plastik, diperlukan solusi nyata untuk menggantikannya dengan opsi yang bermanfaat dan ramah lingkungan tanpa menghilangkan fungsi utamanya. Tas kustom yang kami tawarkan terbuat dari bahan canvas.

Dengan memahami dan menerapkan konsep Business Model Canvas (BMC), pemilik usaha tas kustom bisa mengidentifikasi peluang pasar, meningkatkan efisiensi operasional, serta menciptakan strategi yang efektif. Artikel ini bertujuan memberikan panduan praktis bagi pengusaha yang ingin memulai atau mengembangkan bisnis tas kustom yang unggul dan kompetitif. Di kota-kota besar,

penggunaan sampah plastik sangat tinggi, sementara kesadaran akan bahaya pemanasan global masih rendah. Hal ini mengakibatkan tumpukan sampah di tempat pembuangan akhir semakin meningkat, menciptakan masalah kesehatan dan ekonomi. Salah satu langkah yang mudah dilakukan masyarakat adalah dengan mengurangi penggunaan plastik.

2. LANDASAN TEORI

Kewirausahaan

Kewirausahaan memerlukan pemahaman mendalam mengenai teori dan konsep terkait. Beberapa konsep penting dalam bidang ini meliputi kewirausahaan, keterampilan kewirausahaan, pengembangan usaha mikro, dan pemasaran. Kewirausahaan merujuk pada kemampuan individu atau kelompok untuk mengenali, menciptakan, dan mengelola peluang bisnis secara inovatif. Sementara itu, keterampilan kewirausahaan meliputi kemampuan berpikir kreatif, mengambil risiko, berinovasi, dan mengelola bisnis (Budilaksono et al., 2024)

Perencanaan Bisnis

Perencanaan bisnis adalah proses untuk membuat ide bisnis, yang mencakup tujuan, strategi, sumber daya yang dibutuhkan, dan rencana implementasinya. Perencanaan bisnis yang efektif membantu pengusaha dalam mengenali peluang, mengevaluasi kelayakan, dan merancang rencana untuk mewujudkan ide bisnisnya (Lomineishvili, 2021).

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) adalah alat visual yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010) untuk menggambarkan model bisnis suatu organisasi.

BMC terdiri dari sembilan blok bangunan, yaitu:

- 1) *Customer Segment*: Kelompok orang atau organisasi yang ditargetkan dan dilayani perusahaan.
- 2) *Value Propositions*: Kumpulan produk dan layanan yang menawarkan nilai bagi segmen pelanggan tertentu.
- 3) *Channels*: Cara perusahaan berkomunikasi dengan pelanggannya untuk menyampaikan proposisi nilai.
- 4) *Customer Relationship*: Jenis hubungan yang dibangun dan dijaga dengan segmen pelanggan tertentu.
- 5) *Revenue Streams*: Pendapatan yang diterima dari setiap segmen pelanggan.
- 6) *Key Resources*: Aset-aset utama yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis.
- 7) *Key Activities*: Tindakan penting yang dilakukan untuk menjalankan model bisnis.
- 8) *Key Partner*: Pemasok dan mitra yang penting untuk menjalankan model bisnis.
- 9) *Cost Structure*: Semua biaya yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis.

Business Model Canvas BMC dapat membantu wirausaha memahami, merancang, dan meningkatkan proses bisnis (Hartatik & Baroto, 2017).

Custom Bag

Custom bag adalah tas yang dirancang dan diproduksi sesuai dengan preferensi dan kebutuhan spesifik individu atau kelompok pelanggan tertentu. Produk ini memungkinkan pelanggan untuk memilih bahan, warna, ukuran, dan fitur lainnya sesuai keinginan mereka. Bisnis custom bag menawarkan keunikan, personalisasi, dan nilai tambah bagi pelanggan.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan

pengumpulan data Business Model Canvas (BMC), menganalisis pasaran, wawancara, dan studi literatur dari berbagai sumber informasi, seperti jurnal ilmiah, artikel, buku sesuai dengan pembahasan artikel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Customer Segment

Produk kami ditargetkan untuk pelajar, mahasiswa, baik wanita maupun pria, serta ibu rumah tangga. Tas custom ini dirancang untuk semua kalangan individu. Tas custom ini ditujukan kepada pelanggan yang memiliki kegiatan seperti sekolah, berbelanja, bepergian, dan aktivitas lainnya untuk membawa barang-barang keperluan mereka.

Value Propositions

Produk tas custom menawarkan banyak elemen nilai tambah, termasuk harga yang terjangkau, bahan kanvas yang kuat dan tahan lama, desain menarik, multifungsi, serta kemampuan untuk disesuaikan sesuai keinginan konsumen baik dari segi warna maupun desain. Penciptaan nilai tambah ini meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk tas custom kami. Harga tas custom adalah Rp80.000 per tas, yang sudah disesuaikan berdasarkan kualitas terbaik produk. Custom bag ini desainnya dicetak menggunakan polyflex, yang membuat produk ini menarik bagi pembeli.

Channels

Channels Custom bag menggunakan beberapa saluran untuk menjangkau konsumen, termasuk pemasaran melalui media sosial, pemasaran melalui rekomendasi dari teman dekat, mendengarkan umpan balik dari konsumen, dan mengembangkan kerjasama dengan mitra. Pemasaran melalui media sosial, e-commerce, iklan. Pemasaran melalui juga dilakukan dengan orang terdekat dilakukan dengan

memperlihatkan produk Custombag secara langsung kepada teman atau keluarga agar mereka dapat melihat produk secara nyata.

Costumer Relationship

Hubungan antara Custombag dan pelanggan didasarkan pada komunikasi langsung antara produsen dan konsumen melalui berbagai saluran seperti event booth, brosur, dan diskon. Hubungan ini akan terus berlanjut jika didukung oleh pelayanan yang baik dari produsen, menciptakan kenyamanan bagi konsumen dan menarik minat mereka pada produk tersebut.

Revenue Streams

Pendapatan (*revenue streams*) yang diperoleh melalui penjualan langsung kepada konsumen, penjualan online, partisipasi dalam event booth, dan kerja sama. Custombag menetapkan harga tetap untuk konsumen yang ingin membeli secara individu. Namun, reseller yang membeli produk Custombag akan mendapatkan potongan harga sebesar 5% dari harga tetap.

Key Resources

Sumber daya yang dibutuhkan untuk memproduksi Custombag meliputi modal dan keuntungan sebagai sumber pembiayaan untuk semua tahap produksi dan distribusi. Usaha Custombag akan menerapkan sistem pre-order, di mana permintaan pelanggan direkam terlebih dahulu sebelum diubah menjadi produksi berdasarkan estimasi permintaan.

Custombag dapat disesuaikan sesuai keinginan konsumen dan terbuat dari bahan canvas yang kuat dan tahan lama untuk menjaga kualitas produk. Sumber daya fisik yang diperlukan termasuk tempat produksi sebagai lokasi untuk proses produksi, alat produksi seperti mesin jahit dan alat sablon, serta bahan baku berupa kain canvas dalam berbagai warna.

Key Activites

Aktivitas yang dilakukan dalam usaha Custombag meliputi proses produksi seperti menjahit dan mencetak produk, serta promosi dan penjualan produk. Selain itu, mereka juga melakukan upaya pengembangan pemasaran untuk mencapai pasar yang lebih luas.

Key Partner

Proses pembuatan Custombag, dilakukan dengan kerja sama beberapa distributor dan perusahaan jasa. Custombag membutuhkan kerjasama dengan distributor kain kanvas, distributor sablon, distributor tinta, dan marketplace online.

Cost Structure

Biaya yang terkait dengan produksi Custombag meliputi biaya sewa tempat usaha, biaya listrik, gaji karyawan (jika sudah ada), pembelian bahan baku, biaya produksi, biaya promosi, dan biaya distribusi. Struktur biaya produk Custombag akan menekankan *kwantitas* produk dengan tetap memperhatikan jumlah produksi yang optimal.

Key Partnerships <ul style="list-style-type: none"> • Supplier kain kanvas • Supplier tinta dan sablon • Marketplace Online 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Menjahit bahan produk • Pemasablonan • Promosi/penjualan • Packing • Memberikan layanan yang berkualitas 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan bahan kanvas • Tersedia custom ukuran, warna, dan desain • Desain di cetak dengan polyflex • Harga Rp. 85.000 disesuaikan dengan kualitas produk yang terbaik. • Pemasaran produk melalui e-commerce dan media sosial • Sistem pre-order 	Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Memberikan pelayanan yang baik • Mengadakan event booth • Promosi • Memberikan diskon • Membagikan brosur 	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Usia 15-40 tahun • Pria dan wanita • Pelajar/mahasiswa • Ibu rumah tangga
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • SDM : desainer, penjahit, produksi • Modal, tempat • Peralatan produksi: mesin jahit, peralatan sablon, pemotong kain, komputer • Sarana pemasaran produk. 		Channels <ul style="list-style-type: none"> • E-commerce • Media sosial (WhatsApp, Instagram, Tiktok) • Brosur • Iklan 		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Gaji staff • Sewa tempat • Biaya listrik • Biaya variabel (bahan baku, produksi dan pengiriman) • Biaya pemasaran/promosi 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan pre-order • Kustomasi • Penjualan Online • Event Booth 		

Gambar 1 *Business Model Canva* Custombag (Sumber:pribadi)



Gambar 2 Prototype Produk Costumbag
(Sumber:pribadi)

5. KESIMPULAN

Bisnis Custombag dapat membangun model bisnis yang kuat dan berkelanjutan dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC) sebagai alat analisis. BMC membantu dalam memahami sembilan elemen penting dalam model bisnis, seperti proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, struktur biaya, dan sumber pendapatan.

Dengan menawarkan produk Custombag yang terbuat dari bahan ramah lingkungan seperti kanvas, usaha ini bertujuan untuk memberikan solusi nyata terhadap masalah lingkungan dan memenuhi kebutuhan pasar yang meningkat. Artikel ini juga berdasarkan pemahaman konsep kewirausahaan dan perencanaan bisnis dalam mengembangkan ide bisnis yang inovatif dan penggunaan BMC membantu pemilik usaha mengidentifikasi peluang pasar dan menciptakan strategi kompetitif dalam bisnis Custombag yang berkelanjutan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Kami mengucapkan terima kasih dan berharap artikel mengenai Business Model Canvas (BMC) memberikan wawasan yang berharga bagi para pembaca yang tertarik untuk memulai atau mengembangkan usaha

DAFTAR PUSTAKA

- Budilaksono, S., Sovitriana, R., Puspita Dewi, E., Trikariastoto, S., & Harkandi Kencana, W. (2024). Pengembangan Kewirausahaan Ibu-Ibu PKK Kelurahan Cisarua Sukabumi dengan Olahan Makanan dan Minuman Jahe dengan Pemasaran Digital. *Jurnal Inovasi Kewirausahaan*, 1(1), 27–32. <https://doi.org/10.37817/jurnalinovasikewirausahaan.v1i1>
- Hartatik, H., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18(2), 113–120. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Kuswardhani, N., Agustian, R., & Plus, M. L. (2021). STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS “COFRESH”(Coffee Fresh) DENGAN METODE BUSSINES MODEL CANVAS (BMC) dan QSPM (QUANTITATIVE STRATEGIC PLANNING MATRIX). *Agroindustrial Technology Journal*, 4(2), 167. <https://doi.org/10.21111/atj.v4i2.5077>
- Lomineishvili, K. (2021). How entrepreneurial management and continuous learning affect the innovation and competitiveness of companies? *Economic Alternatives*, 2021(3), 459–468. <https://doi.org/10.37075/EA.2021.3.08>