

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KURSI KARET DENGAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
(Studi Kasus: Usaha Kursi Karet, Ampel, Boyolali)**



**Disusun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata I pada
Jurusan Teknik Industri Fakultas Teknik**

**Oleh:
DHANI IKHSAN RIZKYANTO
D 600 140 120**

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KURSI KARET DENGAN PENDEKATAN
*BUSINESS MODEL CANVAS***

(Studi Kasus: Usaha Kursi Karet, Ampel, Boyolali)

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh:

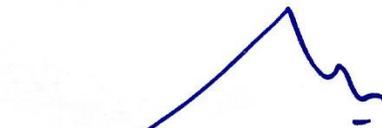


Dhani Ikhsan Rizkyanto

D 600.140.120

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Ir. Suranto, ST, MM, M.Si
NIK.797

HALAMAN PENGESAHAN
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KURSI KARET DENGAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS
(Studi Kasus: Usaha Kursi Karet, Ampel, Boyolali)

OLEH:
DHANI IKHSAN RIZKYANTO

D 600.140.120

Telah dipertahankan didepan Dewan Penguji Fakultas Teknik
Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Kamis, 9 Mei 2019
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Ir. Suranto, ST, MM, M.Si**
(Ketua Dewan Penguji)
2. **Ir. Ratnanto Fitriadi, ST, MT**
(Anggota I Dewan Penguji)
3. **Ir. Much. Djunaedi, ST, MT**
(Anggota II Dewan Penguji)

.....
.....
.....

Dekan,


Ir. Sri Sunarjono, MT, Ph.D.
NIK. 682

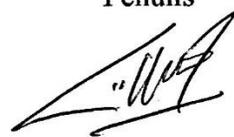
PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa naskah publikasi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang sepengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, Mei 2019

Penulis



DHANI IKHSAN RIZKYANTO

D 600.140.120

STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA KURSI KARET DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

(Studi Kasus: Usaha Kursi Karet, Ampel, Boyolali)

Abstrak

Kursi karet merupakan produk yang diproduksi menggunakan bahan baku yaitu karet ban. Karet ban merupakan bahan yang jarang digunakan dalam pembuatan sebuah kursi. Produk kursi karet dalam keberadaan masih kurang menunjukkan perkembangan yang signifikan. Tujuan dari penelitian ini yaitu mengembangkan usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dengan menciptakan strategi bisnis. Metode yang digunakan untuk menciptakan strategi bisnis yang baru yaitu menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan Analisis SWOT. Hasil dari penelitian ini menunjukkan posisi usaha berada pada diagram karesius kuadran III dengan nilai IFAS -0,67 dan nilai EFAS 0,59 yaitu artinya mendukung strategi *turnaround*. Maka untuk menyempurnakan hasil strategi bisnis usaha kursi karet menerapkan strategi WO.

Kata Kunci: BMC, Strategi, SWOT, *Turnaround*

Abstract

Kursi Karet are products that are manufactured using raw materials, namely rubber tires. Tire rubber is a material that is rarely used in making a chair. Rubber chair products in existence are still not showing significant development. The purpose of this study is to develop micro, small and medium enterprises (MSMEs) by creating a business strategy. The method used to create a new business strategy is to use Business Model Canvas (BMC) and SWOT Analysis. The results of this study indicate the business position is in the quadrant III gumesius diagram with an IFAS value of -0.67 and EFAS value of 0.59, which means it supports a turnaround strategy. So to perfect the results of the business strategy of the kursi karet implement the WO strategy.

Keywords: BMC, Strategy, SWOT, Turnaround

1. PENDAHULUAN

Industri *furniture* bisa mengalami perkembangan dikarenakan banyak yang membutuhkan produk ini untuk kebutuhan rumahan atau sekedar untuk koleksi. Maka dari itu agar menarik minat bebarapa konsumen dibutuhkan inovasi-inovasi yang bisa diunggulkan agar dapat bersaing dengan bisnis industri furniture yang lain. Industri *furniture* khususnya kursi yaitu sebagian besar menggunakan material kayu sebagai bahan utama dalam pembuatannya tetapi pada zaman sekarang bahan utamanya tidak selalu menggunakan kayu melainkan bahan yang lain.

Salah satunya yaitu menggunakan bahan utama yaitu berupa karet ban. Karet ban merupakan bahan yang jarang digunakan dalam hal pembuatan kursi. Dalam hal ini yaitu karet ban adalah sebuah bahan yang jarang digunakan dalam pembuatan kursi pada umumnya yaitu agar produk tersebut menjadi produk yang unik dan bisa bersaing pada produk *furniture* yang

lain. Usaha mikro, kecil dan menengah merupakan agen perubahan yang mampu memajukan masyarakat dengan perubahan secara *continue*, sehingga berdampak pada meningkatnya kreativitas para pelaku usaha. Usaha kursi karet perlu merancang suatu model strategi bisnis untuk mengembangkan usaha tersebut. *Business Model Canvas* menawarkan strategi bisnis modern untuk mengembangkan usaha bisnis. Untuk mengetahui strategi bisnis yang baru *Business Model Canvas* dibantu dengan penggunaan analisis SWOT agar menciptakan suatu model bisnis yang lebih matang.

1.1 Landasan Teori

1.1.1 *Business Model Canvas*

Sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan merangkap nilai. *Business Model Canvas* yang menjelaskan secara sederhana melalui visualisasi yang ditampilkan tentang bagaimana perusahaan menghasilkan uang melalui 9 blok yang disusun menjadi kesatuan. (Osterwalder,2012)



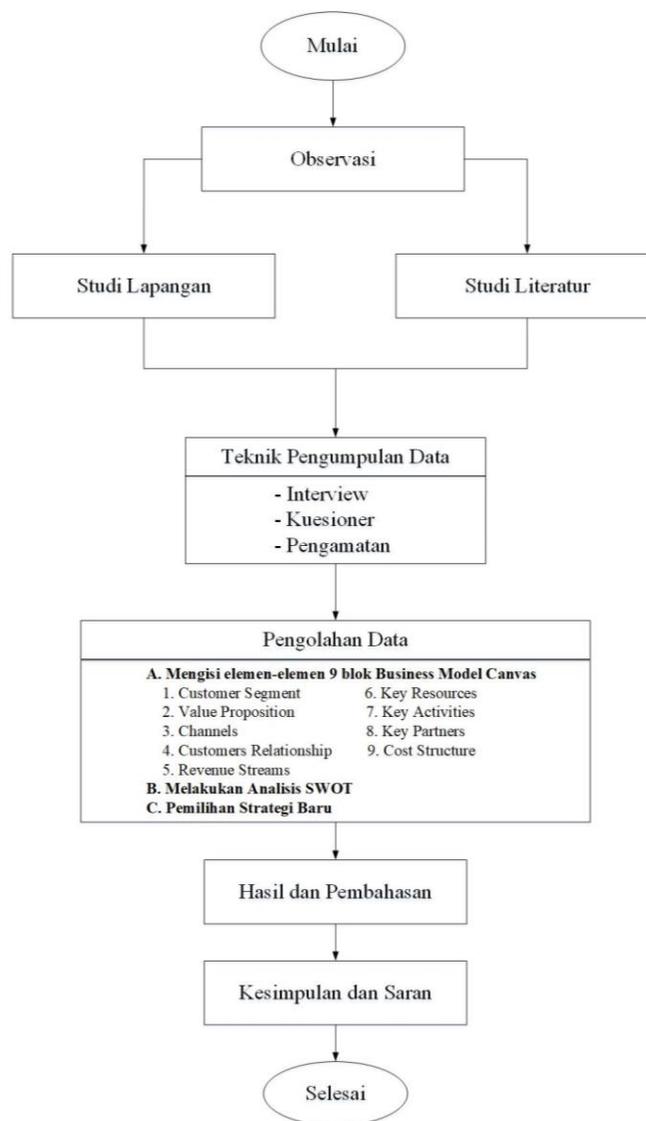
Gambar 1. *Business Model Canvas*

Adapun 9 blok dalam *business model canvas* yaitu *customer segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *revenue streams*, *key partners*, *key resources*, *key activities* dan *cost structure*.

1.1.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini berdasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*Strengths*) dan peluang (*Opportunities*) namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*). (Rangkuti,2006)

2. METODE



Gambar 2. Kerangka Penelitian

2.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini yaitu untuk memfokuskan penerapan *business model canvas* dalam membantu menciptakan strategi bisnis untuk perkembangan pada Usaha Kursi Karet Ampel, Boyolali. Lokasi penelitian dilakukan di usaha kursi karet yang beralamat di Dukuh Kalitengah RT.04/RW.01, Kecamatan Ampel, Kabupaten Boyolali, Jawa Tengah.

2.2 Identifikasi Masalah

- a. Studi Lapangan, penelitian dilakukan di Usaha Kursi Karet Ampel, Boyolali untuk mengetahui lebih dalam informasi dan beberapa hal yang berkaitan pada kondisi data di lapangan.
- b. Studi Literatur yaitu digunakan mencari solusi untuk memperjelas masalah dan mencari referensi teori yang relevan yang berkaitan tentang permasalahan yang ditemukan.

2.3 Pengumpulan Data

- a. Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data didapatkan dari observasi peneliti, kemudian melakukan pengembangan dengan menggunakan kuesioner, wawancara dan pengamatan secara langsung.

- b. Jenis Data

Ada dua sumber data yang digunakan yaitu data primer yang data diperoleh dari lapangan baik dari hasil kuesioner, wawancara dan pengamatan langsung. Data sekunder yaitu data yang diperoleh berupa referensi-referensi buku, skripsi, jurnal dan juga beberapa informasi yang diperoleh dari internet.

2.4 Pengolahan Data

Pengolahan data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu:

- a. Menggunakan pendekatan *business model canvas* untuk menyaring data-data yang diperoleh dari hasil observasi kemudian akan dipetakan pada 9 blok *business model canvas*.
- b. Selanjutnya menggunakan metode analisis data yang digunakan untuk mendapatkan alternatif bisnis yang akan digunakan dengan sumber data dari 9 blok 9 blok *business model canvas* yang disebut analisis SWOT.

- c. Analisis pemilihan strategi merupakan simpulan dari hasil beberapa strategi yang didapatkan dari analisis SWOT sehingga didapatkan hasil yang diusulkan pada usaha kursi karet

2.5 Kesimpulan dan Saran

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 *Business Model Canvas*

- a. *Customer Segment*

Customer segment merupakan blok untuk menggambarkan target usaha atau target pasar yang ingin dijangkau dari suatu bisnis. Usaha kursi karet memiliki 3 *customer segment* yaitu masyarakat umum

- b. *Value Proposition*

Proporsi nilai menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk segmen pelanggan spesifik. Nilai proporsi yang dimiliki usaha kursi karet adalah produk awet, nyaman, aman dan produk tahan lama.

- c. *Channels*

Channels merupakan gambaran perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggannya dan menjangkau mereka untuk memberikan nilai proporsi. *Channels* yang dibangun usaha kursi karet yaitu membuka outlet sendiri, memberikan pelayanan *delivery order* dan menitipkan produk dengan mitra.

- d. *Customer Relationship*

Customer relationship merupakan blok yang menggambarkan hubungan perusahaan dengan segmen pelanggan secara spesifik. Hubungan yang dijalani usaha kursi karet dengan segmen pelanggan yaitu menjadi mitra usaha.

- e. *Revenue Streams*

Revenue streams yaitu arus pendapatan yang didapatkan oleh suatu perusahaan. Pendapatan yang dihasilkan usaha kursi karet yaitu melalui penjualan langsung dan penjualan dengan melalui pesanan.

- f. *Key Resources*

Key resources merupakan aset-aset penting yang dimiliki perusahaan. *Key resources* yang dimiliki usaha kursi karet yaitu aset fisik, finansial dan manusia.

g. *Key Activities*

Aktivitas kunci yaitu merupakan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk menjalani usaha. Usaha kursi karet memiliki tiga aktivitas utama yaitu proses produksi, proses pemasaran dan proses pengembangan.

h. *Key Partnership*

Key partnership merupakan kemitraan yang dibangun perusahaan dalam menjalankan model bisnis agar dapat bekerja. Kemitraan usaha kursi karet yaitu pemasok bahan baku dan took mebel.

i. *Cost Structure*

Struktur biaya merupakan rincian biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan model bisnis. Struktur biaya usaha kursi karet meliputi biaya bahan baku, biaya bahan pembantu dan biaya listrik.

3.2 Analisis SWOT

Analisis SWOT merupakan metode untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis SWOT disusun berdasarkan faktor internal (*strengths* dan *weakness*) dan faktor eksternal (*opportunities* dan *threats*).

a. Identifikasi Faktor IFAS dan EFAS

Tabel 1. Identifikasi Faktor IFAS

No	Faktor Internal	Strength (kekuatan)	Weakness (kelemahan)
1	Produk	Kualitas bahan baku pilihan	Inovasi produk masih kurang
2	Proses Produksi	Proses produksi manual - mesin	Proses lama dan butuh ketelitian
3	Pemasaran	Lokasi outlet strategis	Kurangnya Promosi
4	SDM	Pekerja / pemilik sudah terampil	Pekerja masih terbatas Pekerja butuh pengalaman
5	Bahan Baku	Dekat dengan sumber bahan baku	-
6	Modal	-	Modal usaha masih sedikit

Tabel 2. Identifikasi Faktor EFAS

No	Faktor Eksternal	Opportunities (peluang)	Threats (ancaman)
1	Produk	Menjadi produk yang unik	Produk pesaing lebih inovatif
		Menjadi Bisnis Jangka panjang	Produk pesaing lebih nyaman
2	Pemasaran	Menjangkau seluruh customer segment	Produk pesaing lebih murah
		Menjalin hubungan mitra	
3	SDM	Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat	Pekerja yang terampil membuka outlet sendiri
4	Bahan Baku		Biaya bahan baku meningkat

b. Perhitungan Faktor IFAS dan EFAS

Tabel 3. Perhitungan Faktor IFAS

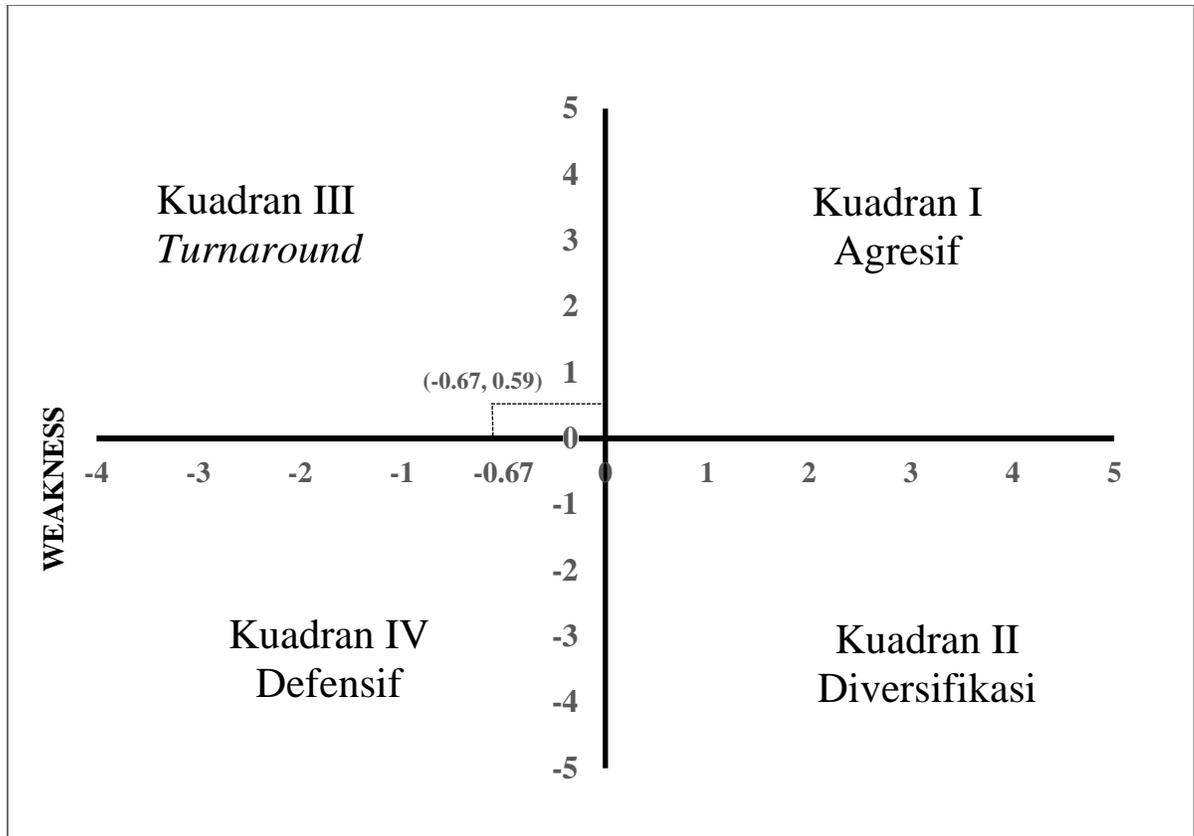
No	Faktor Internal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
KEKUATAN					
1	Kualitas bahan baku pilihan	0.02	3	0.05	Menjadikan Produk yang terbaik
2	Proses produksi manual - mesin	0.13	3	0.38	Waktu untuk produksi lebih cepat
3	Lokasi outlet strategis	0.10	3	0.30	Memudahkan akses untuk proses pemasaran
4	Pekerja / pemilik sudah terampil	0.08	3	0.23	Memudahkan dalam berinovasi pada produk dan perbaikan usaha
5	Dekat dengan sumber bahan baku	0.08	2	0.16	Memudahkan untuk membuat produk
Subtotal		0.4		1.12	
KELEMAHAN					
1	Inovasi produk masih kurang	0.02	3	0.05	Masih butuh inovasi produk agar berkembang
2	Proses lama dan butuh ketelitian	0.10	2	0.19	Produk yang dibuat butuh ketelitian lebih
3	Kurangnya Promosi	0.17	3	0.51	Keterbatasan fasilitas teknologi
4	Pekerja masih terbatas	0.12	3	0.36	Penambahan pekerja hanya dibutuhkan ketika ada pesanan partai besar
5	Pekerja butuh pengalaman	0.09	4	0.34	Pekerja harus mempunyai pengalaman dalam bidang kerajinan
6	Modal usaha masih sedikit	0.11	3	0.33	Keuntungan usaha sebagian digunakan untuk kebutuhan luar usaha
Subtotal		0.6		1.79	
Total		1.0			

Tabel 4. Perhitungan Faktor EFAS

No	Faktor Eksternal	Bobot	Rating	Skor	Komentar
PELUANG					
1	Menjadi produk yang unik	0.12	3	0.35	Untuk menghasilkan produk unik dan beda dengan yang lain
2	Menjadi Bisnis Jangka Panjang	0.03	3	0.10	Bisa menjadi usaha yang lebih besar di masa depan
3	Menjangkau seluruh customer segment	0.20	4	0.79	Harga mampu bersaing dengan produk lain
4	Menjalin hubungan mitra	0.14	2	0.29	Menjalin hubungan mitra agar produk semakin dikenal
5	Membuka lapangan kerja baru bagi masyarakat	0.07	1	0.07	Menumbuhkan minat usaha masyarakat sekitar agar meningkatkan nilai jual produk lokal
Subtotal		0.56		1.59	
ANCAMAN					
1	Produk pesaing lebih inovatif	0.18	1	0.18	Bentuk produk lain lebih ditambah dengan bahan yang lain
2	Produk pesaing lebih nyaman	0.06	3	0.18	Produk lain mempunyai bahan yang lebih nyaman untuk dibuat
3	Produk pesaing lebih murah	0.02	3	0.07	Pesaing memasang harga yang lebih terjangkau
4	Pekerja yang terampil membuka outlet sendiri	0.09	3	0.26	Menjadi pesaing baru
5	Biaya bahan baku meningkat	0.09	3	0.28	Biaya baku meningkat bisa meningkat sewaktu-waktu
Subtotal		0.44		1.00	
Total		1			

c. Diagram Analisis SWOT

Dari hasil analisis perhitungan tabel faktor internal dan eksternal di atas, dapat disimpulkan bahwa nilai kekuatan (*strengths*) sebesar 1,12 dan kelemahan (*weakness*) sebesar 1,79 dengan nilai IFAS sebesar -0,67 sedangkan nilai peluang (*opportunities*) sebesar 1,59 sedangkan nilai ancaman (*threats*) sebesar 1,00 dengan nilai EFAS 0,59.



Gambar 3. Hasil Diagram SWOT

d. Pengisian Matriks SWOT

IFAS		STRENGTHS (S)		WEAKNESS (W)	
EFAS		1. Kualitas bahan baku pilihan (S1) 2. Proses produksi manual dan menggunakan mesin (S2) 3. Lokasi strategis (S3) 4. Pekerja dan pemilik sudah terampil (S4) 5. Dekat sumber bahan baku (S5)		1. Inovasi produk masih kurang (W1) 2. Proses lama dan butuh ketelitian (W2) 3. Kurangnya promosi (W3) 4. Pekerja terbatas (W4) 5. Pekerja butuh pengalaman (W5) 6. Modal masih kurang (W6)	
		Strategi SO 1. Membuat produk yang unik dengan menggunakan bahan baku pilihan (S1,S5) - (O1) 2. Membuat akar produksi yang cepat dan menjangkau banyak pelanggan (S2) - (O3) 3. Lokasi yang mudah dijangkau dan berpotensi menjangkau berbagai segmen (S3) - (O3, O4)		Strategi WO 1. Menambah desain model produk (W1) - (O1) 2. Menambah inovasi pada desain produk (W2) - (O1) 3. Membuat sosial media untuk keperluan bisnis (W3) - (O2,O3,O4) 4. Pelatihan masyarakat sekitar sebagai bentuk peluang lapangan kerja (W5) - (O3)	
THREATS (T) 1. Produk pesaing lebih inovatif (T1) 2. Produk pesaing lebih nyaman (T2) 3. Produk pesaing lebih murah (T3) 4. Pekerja yang terampil membuka usaha sendiri (T4) 5. Biaya bahan baku meningkat (T5)		Strategi ST 1. Membuat inovasi produk secara berkala (T1,T2) - (S1) 2. Membangun hubungan kemitraan serta melakukan pelatihan (T3, T4, T5) - (S4) 3. Melakukan bagi hasil kegiatan usaha (T5) - (S4)		Strategi WT 1. Menjaga kepercayaan customer agar tetap mempercayai produk-produk yang dipasarkan (T1, T2, T3) - (W1,W2) 2. Memberikan potongan harga dengan ketentuan yang jelas dan masih mempertahankan kualitas produk (T3) - (W3)	

e. Analisis Pemilihan Strategi

Berdasarkan hasil analisis faktor internal dan faktor eksternal menggunakan analisis SWOT maka didapatkan hasil analisis bahwa usaha kursi karet berada pada kuadran III yaitu mendukung strategi *turnaround* yaitu kondisi perusahaan menghadapi peluang yang sangat besar, tetapi masih mengalami kendala internal yang harus diminimalkan. Maka strategi yang digunakan pada usaha kursi karet pada kondisi usaha *turnaround* adalah dengan menerapkan strategi WO.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada usaha kursi karet Ampel, Boyolali dalam menentukan strategi pengembangan usaha dengan penerapan Business Model Canvas dan Analisis SWOT maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

- a. Nilai skor kekuatan (*strengths*) 1,12 dan kelemahan (*weakness*) 1,79 dengan total nilai IFAS sebesar -0,67 sedangkan nilai skor peluang (*opportunities*) 1,59 dan nilai ancaman (*threats*) 1,00 dengan total nilai EFAS +0,59.
- b. Usaha kursi karet berada pada kuadran III yaitu mendukung strategi *turnaround*. Yaitu fokus strategi perusahaan yaitu meminimalkan masalah internal sehingga dapat meraih peluang yang lebih besar.
- c. Berdasarkan gambar diagram SWOT maka strategi yang dipilih yaitu strategi WO dengan strategi yang ditawarkan yaitu:
 - 1) Menambah desain model produk
 - 2) Menambah inovasi pada produk kursi karet
 - 3) Membuat akun media sosial untuk keperluan transaksi

4.2 Saran

Saran yang diberikan penulis dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Usaha kursi karet perlu memperhatikan setiap aktivitas usahanya berdasarkan model bisnis yang sudah diterapkan agar strategi bisnis yang dijalankan sesuai yang diharapkan.
2. Strategi usaha kursi karet Ampel, Boyolali perlu diadakan evaluasi secara berkala agar usaha kursi karet mengetahui capaian strategi yang dijalankan.
3. Bagi penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian yang sama tidak hanya berfokus pada pemberian alternatif strategi, tetapi ditambahkan pembahasan analisis finansial yang dikeluarkan dalam merealisasikan strategi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Dhewanto dkk. 2015. Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro. Alfabeta. Bandung.
- Kodrat, David Sukardi. 2009. Manajemen Strategi Membangun Keunggulan Bersaing Era Global di Indonesia Berbasis Kewirausahaan. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Osterwalder, Alexander dan Pigneur, Yves. 2012. *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.

Rangkuti, Freedy. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. PT Gramedia Pustaka Utama.
Jakarta.