

ANALISIS BISNIS PADA TOKO BANDUNG CLOTH MARKET MENGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS*

Ditulis Oleh:
Satria Wahyu Maulana

Pembimbing:
M. Hadi Prasetyo, SE., MM

ABSTRAK

Latar belakang analisis bisnis ini karena terdapat pasar potensial dan pasar *fashion* yang cukup besar. Tujuan analisis bisnis untuk menganalisis kelayakan dari bisnis Bandung Cloth Market, dalam menganalisis bisnis ini, yang dilihat dari strategi SWOT yaitu *internal* dan *eksternal*, 4 aspek manajemen yaitu aspek pemasaran, aspek sumber daya manusia, aspek operasional, aspek dan keuangan, juga di tambahkan metode *business model canvas*.

Metode analisis yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Dengan metode yang digunakan adalah *business model canvas* yang terdiri dari *customer segment*, *value propositions*, *channel*, *customer relationships*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure* dan 4 aspek manajemen yaitu pemasaran (STP, bauran pemasaran), sumber daya manusia (*Job analysis*), operasional (Proses produksi, manajemen rantai pasok, dan tata letak) dan keuangan (PP, NPV, dan PI).

Berdasarkan analisis bisnis yang telah di lakukan, di ketahui bahwa usaha Bandung Cloth Market layak untuk dijalankan. Hal ini dilihat dari segi strategi SWOT yaitu menawarkan belanja melalui *online* dan *offline store*, pembayaran melalui aplikasi ovo, dan memberikan bonus stiker setiap pembelian produk. Dalam segi manajemen, di dapatkan aspek pemasaran mempunyai market yang tinggi, aspek sumber daya manusia akan terjalin hubungan profesional, aspek operasional mempunyai sistem dalam pengaturan produk yang baik, dan aspek keuangan (PP, NPV, dan PI) menghasilkan laba yang menguntungkan. Dalam menggunakan metode *business model canvas* yang lebih fokus terhadap 3 pilihan yaitu *value propositions*, *customer relationships*, dan *key activities*.

Kata Kunci: *Analisis Bisnis, SWOT, Aspek Pemasaran, Aspek Sumber Daya Manusia, Aspek Operasional, Aspek Keuangan, Business Model Canvas & Bandung Cloth Market.*

BUSINESS ANALYSIS OF BANDUNG CLOTH MARKET USING BUSINESS MODEL CANVAS

Written of:
Satria Wahyu Maulana

Preceptor:
M. Hadi Prasetyo, SE., MM

ABSTRACT

The availability of great potential markets becomes the basis of the implementation of this business analysis. This study aims to analyze the feasibility of Bandung Cloth Market based on SWOT strategies both internal and external, covering four management aspects, namely marketing, human resource, operational, and finance, as well as business model canvas.

It applied qualitative descriptive study using business canvas model. It consisted of customer segment, value propositions, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activities, key partnership, cost structure, and four aspects of management including marketing (STP, marketing diffusion), human resource (job analysis), operational (production process, supply chain management, and lay out), and finance (PP, NPV, and PI).

Based on the result of data analysis, Bandung cloth market business is feasible. It was seen based on SWOT strategy which offers online and offline stores, OVO payment method, and providing an interesting sticker as a bonus for each purchase. Concerning the management, it was found that the marketing aspect had a great potential; human resource aspect would be able to build a professional relation; the operational aspect applied a good product management; and finance aspect (PP, NPV, and PI) produced beneficial profits. The business model canvas focused more on three alternatives namely propositions, customer relationship, and key activities.

Keywords: *Business Analysis, SWOT, Marketing, Human Resources, Operational, Finance, Business Model Canvas & Bandung Cloth Market.*