

Pengembangan Strategi Perusahaan Percetakan Dengan Pendekatan Bisnis Model Canvas Dalam Menghadapi Era Digital

Arif Rahman^{1*}, Surya Perdana², Tulus Widjajanto³

¹Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Program Studi Teknik Industri, Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia

Email: ^{1*}arif.rahman0876@gmail.com, ²suryaperdana.st.mm@gmail.com, ³tuluswidjajanto@gmail.com

(* : coresponding author)

Abstrak – PT. XYZ merupakan Perusahaan percetakan yang ada di Jakarta. Produk yang dihasilkan oleh Perusahaan ini adalah koran, buku, majalah, tabloid, brosur, dan juga al quran. Perusahaan dalam menjalankan usahanya memerlukan strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan para competitor. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan strategi perusahaan percetakan supaya bisa bertahan di era digital. Metode yang digunakan di penelitian ini adalah menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Dalam penelitian ini data diperoleh wawancara dengan karyawan yang bekerja di perusahaan PT. XYZ. Data yang diperoleh kemudian dibuat model bisnis pada satu lembar kanvas yang memiliki sembilan elemen kunci untuk menganalisis posisi usaha perusahaan. Dari analisis *Business Model Canvas*, bahwa persaingan bisnis percetakan dapat dikategorikan sebagai persaingan yang ketat. Perusahaan percetakan harus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka untuk bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan juga harus meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan kemampuan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka. Perusahaan juga harus meningkatkan kemampuan pemasaran mereka untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Strategi, Era Digital, Percetakan.

Abstract – PT. XYZ is a printing company in Jakarta. The products produced by this company are newspapers, books, magazines, tabloids, brochures and also the Koran. In running its business, companies need the right strategy to be able to compete with competitors. The aim of this research is to develop a strategy for printing companies so they can survive in the digital era. The method used in this research is the *Business Model Canvas* approach. In this research, data was obtained from interviews with employees who work at the company PT. XYZ. The data obtained is then made into a business model on one canvas sheet which has nine key elements to analyze the company's business position. From the *Business Model Canvas* analysis, the printing business competition can be categorized as tight competition. Printing companies must improve the quality of their products and services to compete with other companies. Companies must also improve cost efficiency and enhance technological capabilities to increase their competitiveness. Companies must also improve their marketing capabilities to attract new customers and retain existing customers.

Keywords: *Business Model Canvas*, Strategy, Digital Era, Printing.

1. PENDAHULUAN

PT. XYZ merupakan Perusahaan percetakan yang ada di Jakarta. Produk yang dihasilkan oleh Perusahaan ini adalah koran, buku, majalah, tabloid, brosur, dan juga al quran. Percetakan merupakan salah satu industri bidang jasa yang usahanya memproduksi tulisan dan gambar pada sebuah media cetak secara massal. Percetakan dalam memproduksi salinan dari sebuah gambar dengan sangat cepat seperti kata-kata diatas kertas, kain, dan permukaan-permukaan lainnya menggunakan teknologi dan seni (Nanga et al., 2023).

Dengan ketatnya persaingan usaha percetakan secara tidak langsung dapat memberikan dampak terhadap laba perusahaan dan perkembangan perusahaan, sehingga perusahaan dituntut untuk meningkatkan kuantitas serta kualitas dari pemasaran dan juga pelayanan. Industri 4.0 menjadi titik revolusi digital yang dicirikan dengan perpaduan atau penggabungan antara teknologi siber dan teknologi otomatisasi. Selain proses produksi, hampir di seluruh rantai nilai kegiatan melahirkan model bisnis yang baru, dimana basis digital digunakan agar mencapai efisiensi yang tinggi dan kualitas produk yang lebih baik. Penerbitan juga menghadapi perkembangan dan tuntutan perubahan dari industri 4.0, mulai dari model bisnis, inovasi produk dan layanan, hingga aspek pemasaran dan target pengguna (Suhendra et al., 2020). Dari kendala tersebut, masih ada peluang perusahaan percetakan untuk bisa bertahan karena perkembangan industri percetakan di Indonesia masih stabil

dari tahun ke tahun. Perusahaan dalam menjalankan usahanya memerlukan strategi yang tepat agar dapat bersaing dengan para competitor. Tujuan dari penelitian ini adalah mengembangkan strategi perusahaan percetakan supaya bisa bertahan di era digital.

Osterwalder dan Pigneur mencetuskan sebuah konsep model bisnis yaitu model bisnis kanvas. Model ini menawarkan strategi bisnis yang sesuai dengan era 4.0, dimana model ini dapat menghadapi percepatan globalisasi yang mampu menimbulkan permasalahan dalam bisnis (Mazza Basya et al., 2020). Business model canvas merupakan suatu metode yang digunakan dalam mendeskripsikan, merancang, dan menganalisa pemodelan bisnis sebuah perusahaan. Business model canvas dapat juga digunakan dalam menentukan transformasi model bisnis sebuah perusahaan (Nugraha & Triyono, 2020). Bisnis Model Canvas ditemukan untuk menawarkan pengusaha sebuah pemahaman penciptaan nilai dan penyampaian nilai yang ditambahkan dengan gagasan proposisi nilai model bisnis. Bisnis Model Canvas menyatakan bahwa suatu model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi dalam menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Khoiriyah & Nurohman, 2022). Keunggulan Business Model Canvas dalam analisis model bisnis yaitu dapat menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh kondisi perusahaan saat ini berdasarkan segmentasi pasar, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, asset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki (Rahayu et al., 2022). Business Model Canvas adalah suatu model bisnis yang memiliki bentuk seperti kanvas dan di dalamnya terdapat sembilan elemen utama dimana terdiri dari kerangka pemikiran perencanaan strategi untuk mendapatkan keuntungan dari sebuah bisnis yang sedang dijalankan. Sembilan elemen kunci tersebut terdiri dari Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure (Sukarno & Ahsan, 2021).

2. METODE

Penelitian ini merupakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini data diperoleh wawancara dengan karyawan yang bekerja di perusahaan PT. XYZ. Penelitian ini akan menghasilkan data deskriptif berupa bisnis model mengenai bagaimana strategi Perusahaan untuk mempertahankan bisnisnya dengan menggunakan Business Model Canvas. Business Model Canvas ialah alat pembuat model bisnis yang memiliki kemampuan dalam menggambarkan elemen inti sebuah bisnis dengan lebih mudah didalam satu lembar kanvas. Keunggulan Business Model Canvas yaitu model bisnis mudah untuk diubah-ubah dengan cepat dan dapat melihat implikasi perubahan suatu elemen pada elemen bisnis yang lain (Setiawan, 2023). Elemen-elemen yang terdapat dalam Business Model Canvas dapat dijabarkan sebagai berikut (Wardana & Sitania, 2023):

- a. *Customer Segments*, mendefinisikan berbagai kelompok orang atau organisasi yang ingin dijangkau dan dilayani oleh perusahaan.
- b. *Value Proposition*, menjelaskan produk dan layanan yang dimiliki perusahaan untuk menciptakan nilai untuk segmen pelanggan tertentu.
- c. *Channel*, menjelaskan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan dan menjangkau segmen pelanggannya untuk memberikan nilai produk yang ditawarkan.
- d. *Customer Relationship*, menjelaskan jenis hubungan yang dibangun perusahaan dengan segmen pelanggan.
- e. *Revenue Streams*, menjelaskan pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen pelanggan.
- f. *Key Resources*, menjelaskan aset perusahaan yang paling penting dan diperlukan untuk membuat model bisnis yang digunakan bekerja dengan baik.
- g. *Key Activities*, merupakan hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan untuk membuat model bisnisnya bekerja dengan baik.
- h. *Key Partnership*, menjelaskan mitra-mitra yang bekerja sama dengan perusahaan sehingga bisnis dapat berjalan sesuai model bisnis yang ada.

- i. *Cost Structure*, menjelaskan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan suatu model bisnis.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Untuk dapat merencanakan dan melakukan strategi bisnis yang akan dilakukan PT. XYZ, maka terlebih dahulu kita akan memvisualkan model bisnis yang terjadi saat ini melalui bisnis model canvas yang terdiri dari 9 Elemen yang saling terkait, adapun hasil dari pengamatan berdasarkan pendekatan bisnis model canvas adalah:

Tabel 1. Bisnis model canvas saat ini

<i>Customer Segments</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Channels</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Revenue Streams</i>
1. Usia 25-60 tahun	1. Pengerjaan Soft cover 7 hari	1. Website	1. Gratis pengiriman	1. Penjualan produk percetakan
2. Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan	2. Pengerjaan hard cover 1 bulan	2. <i>Customer Service</i>	2. Penggantian untuk produk rusak	
3. Swasta dan pemerintah	3. Harga terjangkau	Key Activities	Key Partnerships	Cost Structure
	4. Kualitas cetak bagus			
	5. Tim solid			
	6. Gratis adjust file			
Key Resources		1. Operasional percetakan	1. Supplier	1. Gaji karyawan
1. SDM		2. Proses <i>layout file</i>	2. Tim ekspedisi	2. Bahan baku
2. Mesin		3. Kunjungan ke <i>customer</i>	3. Instansi bank	3. Service mesin
				4. Biaya listrik

Analisis model bisnis di PT. XYZ ini menggunakan pendekatan 9 elemen bisnis model canvas. Hasil penelitian Elemen bisnis didapatkan sebagai berikut:

1. *Customer Segments*

PT. XYZ memiliki sasaran pasar tidak hanya di Indonesia, tetapi juga luar negeri. Sasarannya adalah penerbit buku, penerbit koran, penerbit Al quran, instansi swasta yang membutuhkan media promosi dalam bentuk media cetak. Selain itu juga sasarnya adalah instansi pemerintah seperti: proyek pengadaan buku, proyek pengadaan kertas suara untuk Pemilu.

2. *Value Proposition*

Agar dapat terus bertahan ditengah teknologi digital dan juga persaingan antar perusahaan sejenis, maka Value proposition menjadi penentu suatu keberhasilan dalam bisnis percetakan. Adapun Value proposition dari PT. XYZ adalah penentuan waktu pengerjaan untuk produk *soft cover* dan *hard cover*, menawarkan harga yang kompetitif, kualitas cetak yang bagus, tim yang solid, dan jika ada materi atau file yang perlu di adjust maka memberikan pelayanan gratis untuk *adjust file*.

3. *Channel*

Channel merupakan media suatu perusahaan membangun dan menjalin hubungan untuk mencapai segmentasi pelanggan dalam memberikan *value proposition*. Saat ini cara yang dilakukan oleh PT. XYZ adalah menggunakan *website* dan ada petugas *customer service* sebagai penghubung antara PT. XYZ dengan *customer*.

4. *Customer Relationships*

Untuk menjamin kelangsungan dan keberhasilan suatu bisnis, perlu diidentifikasi hubungan yang ingin dibuat sesuai dengan segmentasinya. *Customer Relationships* merupakan pembinaan hubungan dan bertujuan mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, menawarkan produk baru kepada pelanggan lama. PT. XYZ melakukan ini dengan

memberikan layanan gratis pengiriman untuk wilayah Jakarta, dan memberikan layanan penggantian terhadap produk yang ditemukan ada ketidaksesuaian.

5. *Revenue Streams*

PT. XYZ mendapatkan pendapatan saat ini dari laba penjualan produknya yang berupa produk Percetakan.

6. *Key Resources*

Keahlian SDM adalah satu aset berharga pada PT. XYZ yang mana menjadi tombak produktivitas usaha. Selain itu sumber daya seperti kantor, peralatan, mesin cetak offset.

7. *Key Activities*

PT. XYZ memiliki aktivitas utama promosi menggunakan website dan juga tim marketing yang menghubungi dan mendatangi calon *customer*. Setelah ada pesanan, PT. XYZ melakukan pengerjaan dari mulai pra cetak dengan melakukan pengecekan file kemudian melakukan proses layout, setelah itu dilanjutkan proses cetak dan terakhir proses finishing. Kemudian PT. XYZ melakukan pengemasan guna pengiriman ke *customer* melalui ekspedisi dan karyawan sendiri untuk yang wilayah Jakarta.

8. *Key Partnerships*

PT. XYZ memiliki beberapa mitra (*vendor*) untuk bahan baku utama dan bahan baku penolong, selain itu juga ada vendor mesin dan juga *spare part* mesin. Pihak ekspedisi juga merupakan mitra dari PT. XYZ untuk mengirimkan produk sampai ke *customer*. Selain itu juga untuk penambahan modal perusahaan, PT. XYZ bekerja sama dengan beberapa bank, salah satunya adalah bank danamon.

9. *Cost Structure*

Menggambarkan pengeluaran atau biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu bisnis. Pengeluaran tersebut dapat dengan mudah dianalisa dan dihitung setelah menentukan *key resources*, *key activities* dan *key partners*. *Cost Structure* merupakan gambaran semua biaya yang akan muncul ketika mengoperasikan bisnis model yang di jalankan, diantaranya: gaji karyawan, biaya pembelian bahan baku, biaya service mesin dan juga biaya Listrik.

Penjelasan diatas merupakan hasil dari wawancara dengan karyawan PT. XYZ, kemudian setelah proses diskusi antara penulis dengan pihak karyawan maka dihasilkan perubahan strategi.

Tabel 2. Bisnis Model Canvas Perbaikan

<i>Customer Segments</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Chanel</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Revenue Streams</i>
1. Usia 25-60 tahun	1. Pengerjaan cover 7 hari	Soft	1. Gratis pengiriman	1. Penjualan produk percetak
2. Jenis kelamin: laki-laki dan perempuan	2. Pengerjaan cover 1 bulan	hard	2. Penggantian untuk produk rusak	2. Membuat penerbitan Al quran
3. Swasta dan pemerintah	3. Harga terjangkau		3. Kunjungan rutin ke customer	
4. Pesantren untuk Al quran	4. Kualitas cetak bagus			
5. Advertising	5. Tim solid			
6. Penerbit buku luar negeri	6. Gratis adjust file			
	7. Customer langsung acc di produksi			
	8. Color management			
		Key Activities	Key Partnerships	Cost Structure
		1. Operasional percetakan	1. Supplier	1. Gaji karyawan
		2. Proses <i>layout file</i>	2. Tim ekspedisi	2. Bahan baku
		3. Kunjungan ke <i>customer</i>	3. Instansi bank	3. Service mesin
		4. Menghadiri pameran buku	4. Anggota konsorsium	4. Biaya Listrik
		5. Mengikuti tender	5. Komunitas percetakan Indonesia	5. Biaya Internet
	Key Resources			
	1. SDM			
	2. Mesin			
	3. Sistem ERP			

3.1 Analisis Data

Dari analisis data diatas diketahui bahwa business model canvas dari PT. XYZ memperbaiki masalah yang disebabkan oleh teknologi digital, serta untuk memenangkan persaingan dengan kompetitor adalah dengan meningkatkan kualitas produk, meningkatkan layanan pelanggan, memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan kemampuan teknologi. Hal ini akan membantu PT. XYZ untuk bersaing dengan perusahaan lain di industri percetakan, dan penjelasannya adalah sebagai berikut:

a. *Customer Segments*

PT. XYZ memiliki sasaran pasar tidak hanya di Indonesia, tetapi juga luar negeri. Sasarannya adalah penerbit buku, penerbit koran, penerbit Al quran, instansi swasta yang membutuhkan media promosi dalam bentuk media cetak. Selain itu juga sasarannya adalah instansi pemerintah seperti: proyek pengadaan buku, proyek pengadaan kertas suara untuk Pemilu. Untuk meningkatkan omzet perusahaan perlu dijajaki oleh tim marketing mendatangi pesantren untuk menawarkan produk al uran yang diterbitkan oleh perusahaan sendiri. Selain itu juga tim marketing perlu mendatangi advertising yang biasanya mendapatkan order pembuatan buku tahunan perusahaan atau instansi lainnya sehingga bisa menangkap peluang lain. Dengan pengalaman mencetak buku, maka perlu dijajaki juga untuk mendapatkan order dari penerbit buku yang berada di luar negeri, ada beberapa negara yang masih memerlukan buku pelajaran, tetapi percetakan di negara tersebut kesulitan untuk mendapatkan bahan baku kertas sehingga ongkos cetaknya menjadi mahal, negara tersebut diantaranya adalah negara India dan Philipina.

b. *Value Proposition*

Agar dapat terus bertahan ditengah teknologi digital dan juga persaingan antar perusahaan sejenis, maka Value proposition menjadi penentu suatu keberhasilan dalam bisnis percetakan. Adapaun Value proposition dari PT. XYZ adalah penentuan waktu pengerjaan untuk produk *soft cover* dan *hard cover*, menawarkan harga yang kompetitif, kualitas cetak yang bagus, tim yang solid, dan jika ada materi atau file yang perlu di adjust maka memberikan pelayanan gratis untuk *adjust file*. PT. XYZ juga menyediakan tempat untuk proses acc hasil cetak yang dilakukan oleh pihak *customer* langsung di tempat, khususnya untuk produk Al quran. Perusahaan juga menyediakan tempat untuk istirahat (tidur) bagi QC yang bertugas untuk proses acc cetak Al quran, hal ini bertujuan memberikan pelayanan lebih kepada *customer*. Selain itu juga untuk meningkatkan kualitas cetak serta mempercepat proses cetak maka menggunakan *system colour management*.

c. *Channel*

Channel merupakan media suatu perusahaan membangun dan menjalin hubungan untuk mencapai segmentasi pelanggan dalam memberikan *value proposition*. Saat ini cara yang dilakukan oleh PT. XYZ adalah menggunakan *website* dan ada petugas *customer service* sebagai penghubung antara PT. XYZ dengan *customer*. Selain itu juga ditambah dengan memanfaatkan media sosial seperti facebook dan Instagram sebagai sarana informasi dan promosi perusahaan. Dikarenakan sudah memiliki penerbitas Al quran, maka selain dijual dengan cara *direct* juga dijual melalui *market places* yaitu Tokopedia, dan shopee.

d. *Customer Relationships*

Untuk menjamin kelangsungan dan keberhasilan suatu bisnis, perlu diidentifikasi hubungan yang ingin dibuat sesuai dengan segmentasinya. *Customer Relationships* merupakan pembinaan hubungan dan bertujuan mendapatkan pelanggan baru, mempertahankan pelanggan lama, menawarkan pruduk baru kepada pelanggan lama. PT. XYZ melakukan ini dengan memberikan layanan gratis pengiriman untuk wilayah Jakarta, dan memberikan layanan penggantian terhadap produk yang ditemukan ada ketidaksesuaian. Kemudian untuk menjaga hubungan yang baik dengan *customer* maka dilakukan kunjungan rutin oleh tim marketing, selain

untuk meningkatkan hubungan baik juga mencari peluang order yang bisa dikerjakan oleh perusahaan.

e. *Revenue Streams*

PT. XYZ mendapatkan pendapatan saat ini dari laba penjualan produknya yang berupa produk Percetakan. Dengan mendirikan penerbitan Al quran maka ada penambahan pendapatan dari hasil penjualan Al quran.

f. *Key Resources*

Keahlian SDM adalah satu aset berharga pada PT. XYZ yang mana menjadi tombak produktivitas usaha. Selain itu sumber daya seperti kantor, peralatan, mesin cetak offset juga mendukung terhadap peningkatan produktivitas. Untuk lebih meningkatkan produktivitas maka perlu ditambahkan sistem ERP dan juga sistem manajemen mutu supaya proses bisnis di perusahaan bisa berjalan lebih lancar lagi dan lebih tertata dengan rapi.

g. *Key Activities*

PT. XYZ memiliki aktivitas utama promosi menggunakan website dan juga tim marketing yang menghubungi dan mendatangi calon *customer*. Setelah ada pesanan, PT. XYZ melakukan pengerjaan dari mulai pra cetak dengan melakukan pengecekan file kemudian melakukan proses layout, setelah itu dilanjutkan proses cetak dan terakhir proses finishing. Kemudian PT. XYZ melakukan pengemasan guna pengiriman ke *customer* melalui ekspedisi dan karyawan sendiri untuk wilayah Jakarta. Untuk menambah peluang mendapatkan order tim marketing juga harus rajin menghadiri pameran buku, dimana disitu terdapat banyak penerbit buku yang tidak memiliki percetakan sehingga ada peluang untuk mendapatkan order cetak. Selain itu harus sering mengikuti tender proyek pengadaan buku baik yang diadakan oleh pemerintah maupun swasta.

h. *Key Partnerships*

PT. XYZ memiliki beberapa mitra (*vendor*) untuk bahan baku utama dan bahan baku penolong, selain itu juga ada vendor mesin dan juga *spare part* mesin. Pihak ekspedisi juga merupakan mitra dari PT. XYZ untuk mengirimkan produk sampai ke *customer*. Selain itu juga untuk penambahan modal perusahaan, PT. XYZ bekerja sama dengan beberapa bank, salah satunya adalah bank danamon. Untuk meningkatkan hubungan baik dengan sesama percetakan maka perlu dibuat konsorsium yang biasanya dilakukan saat ada tender proyek pengadaan buku atau produk cetak lainnya yang nilainya besar dan dibutuhkan waktu yang cepat untuk penyelesaiannya, misalnya adalah kertas suara pemilu, dan pengadaan buku dari Kemendikbud. Aktif di komunitas perusahaan percetakan juga banyak mafaatnya, untuk menjalin kerja sama dan mendapatkan informasi seputar percetakan.

i. *Cost Structure*

Menggambarkan pengeluaran atau biaya yang dibutuhkan untuk menjalankan suatu bisnis. Pengeluaran tersebut dapat dengan mudah dianalisa dan dihitung setelah menentukan *key resources*, *key activities* dan *key partners*. *Cost Structure* merupakan gambaran semua biaya yang akan muncul ketika mengoperasikan bisnis model yang di jalankan, diantaranya: gaji karyawan, biaya pembelian bahan baku, biaya service mesin dan juga biaya Listrik. Untuk meningkatkan komunikasi dan mendapatkan informasi perlu disiapkan anggaran khusus untuk biaya internet, harus dipilih *provider* yang bagus supaya internetnya lencer dan cepat aksesnya.

4. KESIMPULAN

Dari analisis *Business Model Canvas*, dapat disimpulkan bahwa persaingan bisnis percetakan dapat dikategorikan sebagai persaingan yang ketat. Perusahaan percetakan harus meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka untuk bersaing dengan perusahaan lain. Perusahaan juga harus meningkatkan efisiensi biaya dan meningkatkan kemampuan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka. Perusahaan juga harus meningkatkan kemampuan pemasaran mereka untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang ada.

Menciptakan Nilai Tambah: PT. XYZ menawarkan harga yang kompetitif, kualitas cetak yang bagus, tim yang solid, dan jika ada materi atau file yang perlu di *adjust* maka memberikan pelayanan gratis untuk *adjust file*. PT. XYZ menyediakan ruangan untuk istirahat (tidur) bagi QC yang bertugas untuk proses acc cetak AI quran, untuk meningkatkan kualitas cetak serta mempercepat proses cetak maka menggunakan *system colour management*.

Membangun Hubungan Pelanggan: PT. XYZ memberikan layanan gratis pengiriman untuk wilayah Jakarta, dan memberikan layanan penggantian terhadap produk yang ditemukan ada ketidaksesuaian. Melakukan kunjungan rutin ke *customer*, selain untuk meningkatkan hubungan baik juga mencari peluang order yang bisa dikerjakan oleh perusahaan.

Membangun Branding: menggunakan *website* sebagai penghubung antara PT. XYZ dengan *customer*. Selain itu juga ditambah dengan memanfaatkan media soaial seperti facebook dan Instagram sebagai sarana informasi dan promosi perusahaan.

Membangun Keunggulan Kompetitif: PT. XYZ menggunakan model bisnis canvas untuk membangun keunggulan kompetitif. Mereka menawarkan harga yang kompetitif, serta menggunakan teknologi terbaru untuk menghasilkan produk yang berkualitas tinggi dengan menggunakan *system colour management*.

Membangun Ekosistem: PT. XYZ menggunakan model bisnis canvas untuk membangun ekosistem yang kuat. Mereka bekerja sama dengan *supplier/vendor* local maupun luar negeri untuk meningkatkan kualitas produk dan layanan mereka, serta menggunakan teknologi terbaru untuk meningkatkan efisiensi.

REFERENCES

- Khoiriyah, M., & Nurohman, D. (2022). Strategi Pengembangan Usaha Mikro Melalui Metode Bisnis Model Canvas pada Pengrajin Ban Bekas Di Tulungagung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 6(2), 281–298.
- Mazza Basya, M., Setya Iqbal Pratama, R., & Iqbal Surya Pratikto, M. (2020). Strategi Pengembangan Fintech Syariah Dengan Pendekatan Business Model Canvas di Indonesia. *OECOMICUS Journal of Economics*, 4(2), 180–196. <https://doi.org/10.15642/oje.2020.4.2.180-196>
- Nanga, J. B., Yusuf, I., & Rachmani, N. N. (2023). Strategi Pengembangan Usaha CV Tungayua Menggunakan Business Model Canvas. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5(1), 145–151. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i1.213>
- Nugraha, A. D., & Triyono, G. (2020). Penerapan Website E-Commerce Berbasis Content Management System (Cms) Pada Q-Ta Digital Printing. *IDEALIS : InDonEsiA Journal Information System*, 3(1), 220–226. <https://doi.org/10.36080/idealism.v3i1.2078>
- Rahayu, V. P., Astuti, R. F., Mustangin, M., & Sandy, A. T. (2022). Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) Sebagai Solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*, 6(1), 112–121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>
- Setiawan. (2023). Business Model Canvas. *Business Model Canvas*, 5(2), 199–216. file:///C:/Users/Tomoko/Downloads/BMY_section1_canvas.pdf
- Suhendra, M. F., Helmiawan, M., & Indrasari, N. P. (2020). Tantangan Pelaku Penerbitan di Era Industri 4.0 : Sebuah Tinjauan. *Mediasi*, 1(1), 1–21.
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Wardana, M. H., & Sitania, F. D. (2023). Strategi Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas pada Kedai Kabur Bontang. *Jurnal Teknik Industri (JATRI)*, 1(1), 10–17. <https://doi.org/10.30872/jatri.v1i1.492>