

**INOVASI MODEL BISNIS BATIK DAN IMPLIKASINYA  
BAGI PENGEMBANGAN START UP**

TESIS



Disusun Oleh:

INTHANNIA ELVARETHA WIJAYA (1316005)

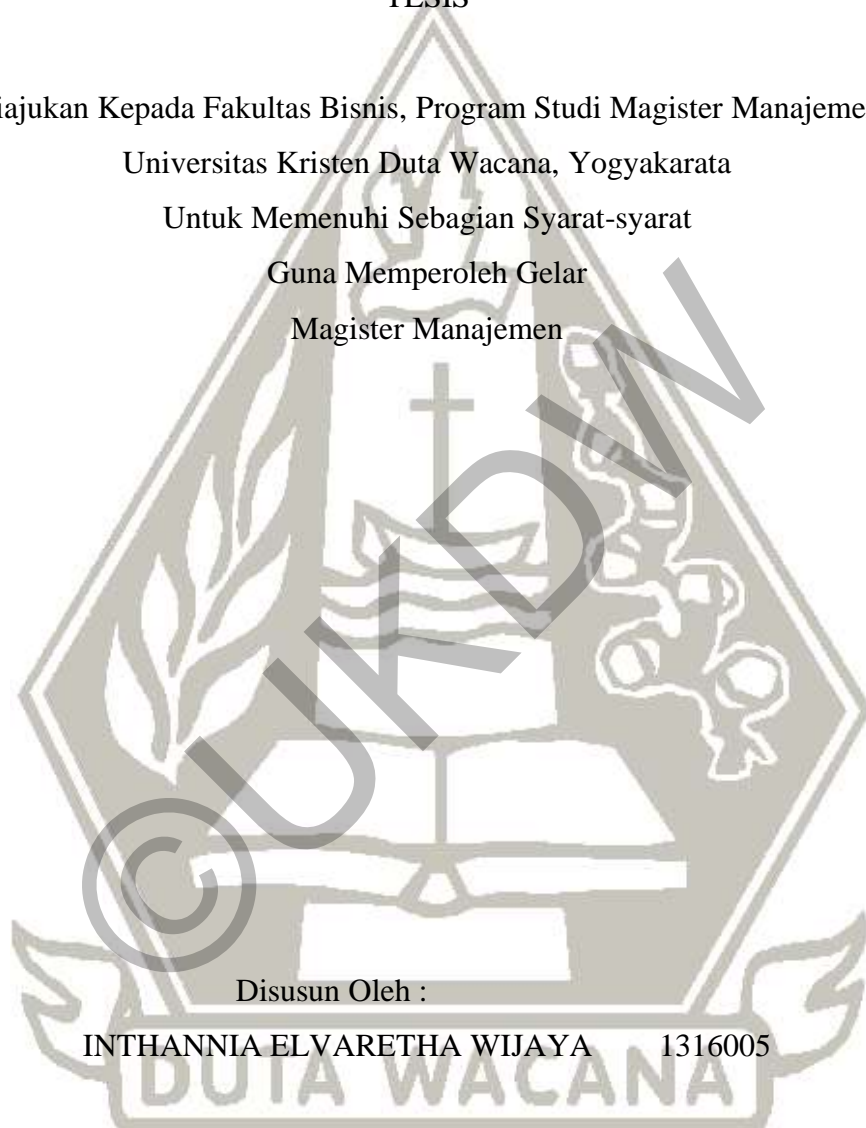
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA

2019

**INOVASI BISNIS BATIK DAN IMPLIKASINYA  
BAGI PENGEMBANGAN START UP**

TESIS

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis, Program Studi Magister Manajemen  
Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat  
Guna Memperoleh Gelar  
Magister Manajemen



Disusun Oleh :

INTHANNIA ELVARETHA WIJAYA 1316005

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA

2019

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Inthannia Elvaretha Wijaya  
NIM : 13160005  
Program studi : Magister Manajemen Sosial Entrepreneurship  
Fakultas : Magister Management  
Jenis Karya : Tesis

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

### “JUDUL SKRIPSI/TESIS/DISERTASI”

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 12 April 2020

Yang menyatakan



(Inthannia Elvaretha Wijaya)

NIM. 13160005

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul:

**INOVASI MODEL BISNIS BATIK DAN IMPLIKASINYA  
BAGI PENGEMBANGAN STAR UP**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

Inthannia Elvaretha Wijaya

1316005

dalam Ujian Tesis Program Studi S2 Magister Manajemen

Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Magister

Manajemen pada tanggal

04 NOV 2019

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

(Ketua Dosen Penguji)

2. Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si

(Dosen Pembimbing)

3. Dr. Heru Kristanto, S.E., M.T.

(Dosen Penguji)

**DUTA WAGANA**

Yogyakarta, 11 MAR 2020

Disahkan oleh

Dekan



Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.

Ketua Program Studi

Dr. Singgih Santoso, M.M

## PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya tesis dengan judul:

### “INOVASI BISNIS BATIK DAN IMPLIKASINYA BAGI PENGEMBANGAN START UP”

yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa tesis ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yaitu pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 09 September 2019



Intannia Elvaretha Wijaya

(1316005)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Seluruh kerja kerja keras, usaha, doa dan perjuangan dalam menyelesaikan tesis ini, saya persembahkan kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan kekuatan dan hikmat bagi Penulis dalam menyelesaikan studi.
2. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama masa studi.
3. Fakultas Bisnis Program Studi Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan dukungan beasiswa dan mendampingi Penulis hingga menyelesaikan tesis.
4. Teman-teman sejawat dan adik kelas Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana.

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan YME atas kasih dan karunianya yang dilimpahkan serta kelancaran dalam proses penulisan tesis ini dari awal sehingga penulisan tesis ini dapat diselesaikan tepat waktu dengan judul “INOVASI BISNIS BATIK DAN IMPLIKASINYA BAGI PENGEMBANGAN START UP”. Penulisan tesis ini disusun sebagai salah satu syarat guna mencapai gelar kesarjanaan pada jenjang pendidikan Strata-II Magister Management Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan tesis ini, bukan hanya hasil kerja keras penulis saja tetapi juga banyak pihak yang berperan serta di dalam penyusunan tesis ini, yang turut membantu, membimbing, dan memberikan dorongan baik secara langsung dan tidak langsung. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan ketulusan hati, penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Singgih Santoso, M.M. selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
2. Dr. Perminas Pangeran selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen.
3. Dr. Perminas Pangeran selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan sejak penentuan judul hingga selesainya penulisan tesis.
4. Segenap dosen dan *civitas* akademik Fakultas Bisnis Program Studi Magister Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana yang telah banyak membantu dan membimbing Penulis dalam menuntut ilmu di UKDW.
5. Kedua Orang Tua yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang, dan semangat kepada penulis selama masa studi.
6. Bapak F.X Hendro Utomo, S.E selaku pihak yang memberi arahan dalam pemberdayaan pengrajin batik
7. Ibu Sukarni Lien selaku ketua dari komunitas pengrajin batik tulis desa Kricak Kidul Yogyakarta
8. Para pengrajin batik tulis desa Kricak Kidul Yogyakarta
9. Orang tua, kakak serta saudara-saudari yang sangat baik memberikan dukungan baik materiil maupun moril dan doanya.

10. Rekan mahasiswa dan teman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan penulisan tesis ini.

Penulis mengharapkan agar tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait dan dapat digunakan semestinya. Penulis meminta maaf apabila ada kekurangan dalam penelitian ini.

Yogyakarta, 09 September 2019

Penulis

©UKDW



## DAFTAR ISI

Halaman Judul	ii
Halaman Pengesahan	iii
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
Abstrak	xiii
Abstract	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Rumusan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Pembatasan Masalah	4
1.6 Manfaat Penelitian	5
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
2.1 Sosial Entrepreneurship dan Innovation	6
2.2 Konsep Sosial Entrepreneurship	7
2.3 Tripologi Kewirausahaan Sosial	8
2.4 Inovasi Model Bisnis Sosial Entrepreneurship	10
2.5 Bisnis Model Canvas Start Up Batik	13
2.6 Komponen dan Indikator BMC	16
2.7 Model CIPP	18
2.7.1 Tahapan Proses CIPP	19
2.7.1.1 Input Evaluation	19
2.7.1.2 Proses Evaluation	19
2.7.1.3 Product Evaluation	20
2.8 Model Penelitian	21

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1 Metode Penelitian	22
3.2 Jenis dan Desain Penelitian	22
3.3 Subjek dan Tempat Penelitian	24
3.4 Definisi Operasional dan Kriteria Evaluasi	24
3.5 Tehnik Pengumpulan Data	25
3.6 Metode Analisis Data	26
3.7 Desain Penelitian	27

### **BAB IV ANALISIS DAN BAHASAN**

4.1 Deskripsi Subjek Penelitian	27
4.2 Orientasi Model Bisnis	29
4.2.1 Orientasi Model Bisnis Pembatik Tulis Kricak Kidul	29
4.2.2 Orientasi Model Bisnis Pembatik Tulis Giriloyo	29
4.3 Hasil Analisis Evaluasi Model Bisnis	35
4.4 Pembahasan	39
4.5 Hasil Identifikasi Faktor-Faktor SWOT	46
4.6 Pengembangan Bisnis Start Up melalui Inovasi Model Bisnis Kewirausahaan Sosial	48
4.6.1 Hasil Analisis Evaluasi Konteks Model Bisnis Komunitas Batik dan Implikasinya pada pengembangan start up Kricak Kidul	49
4.6.2 Hasil Evaluasi Input pada Model Bisnis Komunitas dan Implikasinya pada Pengembangan Model Bisnis Start Up Kricak Kidul	52
4.6.3 Hasil Evaluasi Proses Model Bisnis Komunitas Pembatik dan Implikasinya pada Pengembangan Model Bisnis Strat Up KricakKidul	52
4.6.4 Hasil Evaluasi Produk Model Bisnis Komunitas Pembatik dan Pengembangan Implikasinya pada Model Bisnis Start Up Kricak Kidul	52
4.7 Inovasi Bisnis Model Canvas Batik	53
4.8 Hasil dan Proses dari Pemberdayaan Start Up Batik	54

### **BAB V REKOMENDASI DAN KESIMPULAN**

5.1 Simpulan	65
5.2 Rekomendasi	69

### **REFERENSI**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbandingan Kewirausahaan Sosial Komersial	9
Tabel 2.2 Komponen dan Indikator BMC	17
Tabel 3.1 Dimensi dan Indikator BMC	23
Tabel 3.2 Kriteria Evaluasi Komponen Model Bisnis	26
Tabel 3.3 Komunitas Batik Subjek Penelitian`	26
Tabel 4.1 Data Demografis	27
Tabel 4.2 Data Deskriptif	28
Tabel 4.3 Segmen Pasar yang Dilayani	30
Tabel 4.4 Tabel Hasil Analisis Evaluasi BM	35
4.4.1Tabel Segmen Pelanggan	40
4.4.2Tabel Tawaran Nilai	41
4.4.3 Tabel Saluran Distribusi	41
4.4.4 Tabel Relationship Pelanggan	42
4.4.5 Kegiatan Utama	43
4.4.6 Tabel Mitra Utama	44
4.4.7 Tabel Sumber Daya	44
4.4.8 Tabel Revenue Stream	45
4.4.9 Tabel Struktur Biaya	46
Tabel 4.5 Inovasi Bisnis Model Canvas	54

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Typology of Social Entrepreneurship	8
Gambar 2.2 Model Kewirausahaan	12
Gambar 2.3 Model Bisnis Canvas	16
Gambar 2.4 Gambar CIPP	18
Gambar 2.5 Desain Model Penelitian	21

©UKDW

## LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Kuesioner

Lampiran 2 Kuesioner

©UKDW

## ABSTRAK

Inovasi Model Bisnis menjadi kunci dalam mengembangkan dan memperbaiki strategi perusahaan untuk mampu bersaing. Dalam melakukan penelitian langsung di lapangan model bisnis start up mengalami kesulitan untuk melakukan inovasi model bisnis yang ada. Tujuan dari penelitian ini, pertama, untuk mengevaluasi sembilan komponen pada model bisnis canvas pada komunitas pembatik Kicak Kidul, Yogyakarta. Kedua, mengembangkan inovasi pada suatu model bisnis start up. Model penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif, studi kasus.

Data dikumpulkan melalui kuesioner dan wawancara mendalam. Model analisis menggunakan kerangka CIPP (*Context, Input, Process, Product*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sembilan komponen model bisnis canvas pembatik desa Kricak Kidul, Yogyakarta masih kurang dan perlu perbaikan inovasi. Inovasi atas komponen model bisnis canvas menjadi dasar pengembangan bisnis start up. Model bisnis start up menciptakan nilai yang berbeda, dengan melakukan inovasi pada aktivitas utama, proposisi nilai, dan relasi pelanggan dan pentingnya penciptaan nilai social.

**Kata Kunci:** Social Entrepreneur, Inovasi Model Bisnis, Model CIPP

## ABSTRACT

*Business Model Innovation is key in developing and improving the company's strategy to be competitive. Nevertheless, the start-up business model has difficulty to innovate the existing business model. The purpose of this study was to evaluate the nine components of the canvas business model. The research method used is descriptive qualitative approach, case study.*

*Data were collected through questionnaires and in-depth interviews. The analytical model used the CIPP (Context, Input, Process, Product). The results showed that nine components of canvas business model, of the batik community of Kricak Kidul village, Yogyakarta was still less and need improvement or innovation. Innovation of the canvas business model component became the basis of start-up business development. The start-up business model creates different values, by innovating on key activities, value propositions, and customer relationship and the importance of creating social value.*

**Keywords:** Social Entrepreneur, Business Model Canvas Innovation, CIPP Model

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Indonesia adalah negara yang kaya akan kebudayaan. Batik merupakan karya warisan budaya bangsa Indonesia yang dapat memperkuat identitas bangsa dan telah mengalami perkembangan seiring dengan perjalanan waktu. Keindahan motif batik menjadi salah satu daya tarik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Banyak wisatawan yang membeli batik sebagai cinderamata ketika berkunjung ke suatu daerah. Pesatnya wisatawan yang datang ke Indonesia dapat menjadi peluang untuk mengenalkan batik tidak hanya sebatas cinderamata, tetapi dapat sekaligus mengedukasi wisatawan tentang makna motif batik tersebut. Batik sendiri mempunyai keunggulan komparatif di bidang ekonomi, sehingga diharapkan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pengrajin kain batik tradisional asli Indonesia ini didorong untuk terus meningkatkan produktivitas dan inovasi untuk bisa bersaing di pasar domestik dan internasional. Beberapa alasan yang mendasari dan mendukung latar belakang ini pertama, industri ini mampu menyerap ratusan ribu pekerja dari hulu hingga hilir. Kedua, industri batik telah berperan besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Sektor ini didominasi oleh industri kecil dan menengah (IKM) dan berpengaruh besar terhadap sumbangan devisa negara melalui ekspor. Nilai ekspor batik dan produk batik sampai oktober 2017 mencapai USD 51,51 juta atau naik dari capaian semester I tahun 2017 sebesar USD 39,4 juta (Kemenperindag, 2017). Sasaran pasar utama produk batik Indonesia adalah Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa. Ketiga, industri batik telah berkembang menjadi sektor usaha yang ramah lingkungan seiring semakin meningkatnya penggunaan zat warna alam pada kain tersebut. Keempat, preferensi konsumen terhadap batik sebagai produk ramah lingkungan terus meningkat.

Sementara itu data menunjukkan bahwa perkembangan IKM batik tersebar di sentra seperti Jawa Tengah, Jawa Timur, dan Jawa Barat dan DIY Yogyakarta (Kemenperindag, 2017). Sementara itu data Perindustrian Perdagangan Koperasi dan UMKM DIY menunjukkan bahwa jumlah pelaku usaha di bidang batik di DIY terus terjadi regenerasi dari tahun ke tahun. Data

DIY tahun 2013 IKM berjumlah 3.000 dan tahun 2015 terus mengalami pertumbuhan dengan IKM mencapai 8.000 IKM, yang tersebar di lima kabupaten/kota (Kharisma, 2017).

Sentra industri batik DIY di antaranya berlokasi di Pandak, Imoiri (Kabupaten Bantul), dusun Trembowo, Tancep (Kabupaten Gunung Kidul), Turi atau lereng merapi (Kabupaten Sleman), Sapor, Lendah dan Taman Sari (Kota Yogyakarta). Total corak batik tahun 2015 sebanyak 400 macam (Kharisma, 2017). Industri batik di Yogyakarta terus meningkat. Pada akhir 2016, ekspor batik asal provinsi DIY mencapai USD 101,11 juta. Peningkatan ekspor ini menjadikan Yogyakarta ditetapkan sebagai kota batik dunia oleh World Craft Council (WCC). Total nilai ekspor senilai 252,78 juta USD, dari situ sebesar 40% berasal dari komoditas tekstil termasuk batik, (Kharisma 2017). Selain faktor penjualan yang terus meningkat, juga karena kehadiran pembatik muda yang terus tumbuh. Mereka berkarya melalui berbagai inovasi tanpa meninggalkan motif pakem.

Studi kasus dalam tulisan ini membahas, tepatnya di desa Kricak Kidul Yogyakarta terdapat komunitas pengrajin batik yang merupakan pekerjaan mereka untuk mendapatkan penghasilan. Mulai akhir 2014 mereka tidak lagi aktif dalam proses produksi dan membatik dan mulai ditinggalkan karena terus berkurangnya permintaan batik dan kesulitan para pengrajin batik ini dalam memasuki pasar modern yang terus berkembang. Dari hasil kuesioner dan wawancara, mereka mengaku kalah saing dengan produk modern yang mengikis pasar mereka, beberapa faktor yang menyebabkan komunitas batik ini tidak mampu bersaing karena tidak adanya pelatihan sdm, strategi komunitas yang tidak ada, pemanfaatan teknologi, dan inovasi yang tidak dikembangkan. Secara tidak langsung penghasilan para pengrajin batik ini menurun.

Di sini peran social entrepreneurship sangat dibutuhkan untuk menciptakan lapangan pekerjaan, pembinaan komunitas dan melakukan inovasi social dalam mengembangkan kemampuan sumber daya manusia yaitu pengrajin batik tulis serta kemampuan ukm sendiri yang belum bisa merumuskan dan menerapkan pola bisnis yang bisa dijalankan dalam jangka waktu panjang untuk keberlangsungan usahannya. Belum cakupannya kemampuan ukm dalam mengakses informasi terkait langsung dengan kondisi faktor internal ukm keterbatasan untuk mampu memberikan informasi kepada konsumen.

Akibatnya produk yang sebenarnya memiliki pangsa pasar yang cukup besar di dunia internasional, belum banyak diketahui konsumen. Solusi penting yang perlu dilakukan oleh para pengrajin untuk mengatasi masalah adalah mengenalkan produk batik termasuk produk hasil



pembatik Kricak Kidul melalui kegiatan promosi, yang dapat dilakukan dalam berbagai bentuk antara lain pameran, temu bisnis, misi dagang, business centre, iklan layanan masyarakat, trading house dan lain - lain.

Meskipun perkembangan industri Batik DIY terus mengalami peningkatan, namun model bisnis batik yang ada masih banyak berorientasi misi komersial dan mengabaikan misi social. Akibat persaingan yang tajam antar usaha pengrajin batik, banyak pengrajin batik berhenti berproduksi. (Amit dan Zott, 2012) menyatakan bahwa kini perusahaan semakin beralih ke model inovasi bisnis sebagai alternative atau melengkapi inovasi produk dan proses.

Pemasaran dan teknologi yang komunitas pengrajin batik kurang tanggap dalam memanfaatkan sebagai alat untuk mempromosikan dan memasarkan produk batiknya. Serta terbatasnya ilmu sumber daya manusia yaitu pengrajin batik sendiri kembangkan seperti berubahnya selera fashion konsumen dan produknya. Melihat dari latar belakang yang telah di paparkan di atas di sini perlu kontribusi pihak Sosial Entrepreneur yang bisa memberikan strategi-strategi dan program yang bisa diterapkan untuk memberikan bimbingan dan menghadapi persaingan saat ini dan persaingan jangka panjang. Membuat model bisnis dan inovasi model bisnis dimana meningkatkan pengetahuan SDM pengrajin batik dan membuka pasar untuk hasil produksi kain batik bisa bersaing di pasar domestic dan internasional.

Menurut Bill Drayton (pendiri Ashoka Foundation) selaku penggagas social entrepreneurship terdapat dua hal kunci dalam social entrepreneurship. Pertama, adanya inovasi sosial yang mampu mengubah sistem yang ada di masyarakat. Kedua, hadirnya individu bervisi, kreatif, berjiwa wirausaha (entrepreneurial), dan beretika di belakang gagasan inovatif tersebut.

Social entrepreneurship merupakan sebuah istilah turunan dari entrepreneurship. Gabungan dari dua kata, social yang artinya kemasyarakatan, dan entrepreneurship yang artinya kewirausahaan. Pengertian sederhana dari social entrepreneur adalah seseorang yang mengerti permasalahan sosial dan menggunakan kemampuan entrepreneurship untuk melakukan perubahan sosial (social change), terutama meliputi bidang kesejahteraan (welfare), pendidikan dan kesehatan (healthcare) (Cukier, 2011).

Dalam konteks kerajinan batik desa Kricak Kidul Yogyakarta, peran sosial entrepreneurship diharapkan mampu memberi solusi untuk mengubah komunitas pengrajin batik menjadi berkembang dan memiliki staregi bisnis yang benar. Berdasarkan latar belakang yang diungkap penulis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan, dan mengembangkan suatu

model bisnis kewirausahaan social pada start up batik. Kontribusi model bisnis kewirausahaan sosial dan melakukan inovasi pada strategi bisnis, melakukan pemberdayaan masyarakat (pengrajin batik) secara berkesinambungan dengan ketrlibatan langsung dari masyarakat agar kelak mampu mencibtakan kesejahteraan secara mandiri.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

**Berdasarkan hasil obervasi dan wawancara, persoalan yang teridentifikasi adalah:**

1. Para pembatik desa Kricak Kidul dan Giriloyo mengalami penurunan penjualan produk batiknya
2. Belum adanya pengembangan kemampuan, pengetahuan sumber daya manusia guna meningkatkan daya saing
3. Belum adanya perbaikan dan inovasi terhadap model bisnis pembatik desa Kricak Kidul Yogyakarta

### **1.1 Rumusan Masalah**

Dari uraian di atas maka penulis merumuskan permasalahan yang ada sebagai berikut:

1. Bagaimana hasil evaluasi orientasi model bisnis pada komunitas batik tulis desa Kricak Kidul
2. Bagaimana mengembangkan suatu model bisnis star up melalui inovasi model bisnis kewirausahaan sosial

### **1.2 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka tujuan penelitian ini:

1. Untuk melakukan evaluasi orientasi model bisnis pada komunitas batik Kricak Kidul Yogyakarta
2. Untuk mengembangkan bisnis start up melalui inovasi model bisnis kewirausahaan sosial

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Masalah dalam penelitian ini dibatasi pada sembilan blok model bisnis canvas, yaitu:

Key Partner, Key Activity, Value Proposition, Customer Relationship, Key Resources, Channels, Cost Structure dan Revenue Stream. Membuat model bisnis baru untuk pengembangan Startup.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

**Hasil penelitian ini diharapkan memberi beberapa manfaat sebagai berikut:**

- **Manfaat Teoritis:**

Penelitian ini melakukan evaluasi terhadap model bisnis canvas. Model evaluasi menggunakan model CIPP. Melalui model evaluasi ini akan memberi pemahaman yang lebih dalam, bagaimana melakukan inovasi model bisnis yang berbasis pada kewirausahaan social.

- **Bagi komunitas pengrajin batik tulis Yogyakarta:**

Pengrajin batik tulis desa Kricak Kidul dan Batik Giriloyo dapat meningkatkan kemampuan sdm, pengetahuan dan skill mereka dalam memproduksi batik secara modern. Pengrajin batik tulis desa Kricak Kidul dapat menghasilkan produksi batik secara moderen sesuai perkembangan waktu. Evaluasi program dapat mengetahui dan memperbaiki komponen program yang perlu dikembangkan terus dari komunitas untuk jangka panjang.

Komunitas memahami lebih dalam komponen mana yang perlu dilakukan perbaikan agar usahanya berkelanjutan

- **Bagi Pembaca:**

Memberikan gambaran informasi untuk bahan belajar dan ilmu tambahan. Pembaca bisa lebih memahami tentang penerapan model bisnis canvas dan proses evaluasi dengan metode CIPP

## **BAB V**

### **REKOMENDASI DAN KESIMPULAN**

#### **5.1 Simpulan**

Sosial entrepreneurship adalah salah satu bentuk kewirausahaan yang memiliki tujuan untuk membantu masyarakat. Bisnis sosial menjadi salah satu bentuk sosial entrepreneurship tetapi tidak semua social entrepreneurship berbentuk bisnis sosial. Sosial entrepreneurship adalah bertujuan non profit yang inovatif.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dapat diambil kesimpulan beberapa hal sebagai berikut:

##### ➤ **Inovasi Bisnis Model Canvas Start up**

Bisnis model kanvas adalah salah satu alat untuk membantu melihat lebih akurat bagaimana rupa suatu bisnis yang sedang atau yang akan jalani. Dengan tool ini melihat bisnis dari gambaran besar namun tetap lengkap dan mendetail tentang apa saja elemen-elemen kunci yang terkait dengan bisnis. Berikut adalah penjelasan mengenai 9 *building block* yang diterapkan bisnis model baru atau star up:

#### **1. Customer Segment**

Sebuah bisnis model akan menetapkan satu atau banyak *customer segment*. Perusahaan harus mampu dalam mengambil keutusan pelanggan yang akan dituju. *Customer segment* yang akan dituju Start Up adalah sebagai berikut:

- d. Secara keseluruhan produk Start Up dapat digunakan oleh pria dan wanita, anak-anak, remaja dengan segala usia.
- e. Target konsumen menengah ke atas dengan special produk yang akan start up keluarkan persesion atau by request/permintaan customer.
- f. Wisatawan domestic dan mancanegara yang akan bisa melihat langsung produk start up dalam pameran kebudayaan dan event-event yang di adakan perusahaan swasta, pemerintah dan nasional.

## 2. Value Propositions

Seberapa jauh produk atau layanan yang ditawarkan mempunyai nilai yang tertinggi menurut target pelanggannya. Dengan kata lain seberapa jauh perusahaan dapat menawarkan produk yang berbeda dari pesaing. Tidak hanya berbeda tetapi juga memiliki nilai tinggi dan disukai oleh customer. *Value propositions* Rubi Batik sendiri adalah:

d. Keunikan dalam desain batik tulis

Akan berbeda dengan desain batik tulis yang lain karena Rubi Batik dapat menerima pesanan motif sesuai permintaan customer (limited edition).

e. Dikemas secara menarik dan klasik

Packaging dalam membungkus produk start up akan memiliki keunikan tersendiri dari produk lainnya karena packaging start up mengambil tema kebudayaan Yogyakarta sendiri untuk mengangkat nilai budaya secara tidak langsung.

f. Harga yang sesuai dengan kualitas

Harga yang ditawarkan produk start up bermacam-macam tergantung sesuai request customer atau sesuai dengan tema produk kita.

## 3. Channel

Media dari sebuah perusahaan dalam berkomunikasi dengan pelanggannya untuk menyampaikan nilai dari proposisinya seberapa jauh produk atau layanan yang ditawarkan mempunyai nilai yang tinggi menurut target pelanggannya. *Channel* yang digunakan start up adalah sebagai berikut:

c. Untuk memudahkan komunikasi dengan pelanggan, kami menggunakan dua cara yaitu online dan offline. Cara online kami menggunakan media social yaitu instagram dan kami mempromosikan melalui forum seperti radio, brosur.

d. Sedangkan dengan offline kami bisa ditemui dalam pameran kebudayaan yang diadakan pihak swasta atau pemerintah dan event-event tertentu.

## 4. Customer Relationship

Membangun suatu hubungan yang baik dengan pelanggan dilakukan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada dan mendapatkan pelanggan baru. Dalam

mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan cara yang start up lakukan adalah sebagai berikut:

- d. Media social seperti instagram
- e. Menguplode foto-foto pelanggan dalam media social instagram
- f. Membuat kartu pelanggan serta voucher potongan harga setiap pembelian produk kita

## 5. Revenue Streams

*Revenue Stream* ini adalah salah satu yang sangat penting karena tujuan yang ingin dicapai agar usaha kita tetap hidup. Sebuah bisnis yang baik harus memiliki arus pendapatan (*revenue stream*) yang sangat jelas dan masuk akal, Osterwalder&Pigneur (2010), menjelaskan bahwa bila customer adalah jantung dari perusahaan, maka *revenue stream* adalah pembuluh darahnya. Dalam hal ini aliran pendapatan.

## 6. Key Resources

Key resources dibagi menjadi 4 yaitu *physical, intellectual, human and financial*. Key resources yang digunakan Rubi Batik adalah sebagai berikut:

- e. Physical  
Sumber daya utama fisik yang dimiliki dalam bisnis Rubi Batik antara lain berupa alat untuk membatik canting, mesin jahit, untuk produksi. Adapun, *smartphone* sebagai sumber daya utama dalam melakukan pemasaran, penjualan, dan proses pesanan
- f. Intellectual  
Sumber daya intelektual yang dimiliki adalah terkait hak paten dan merek Rubi Batik
- g. Human  
Tentunya usaha ini tidak akan berjalan dan berkembang tanpa adanya sumber daya manusia yang menggerakannya. Sehingga dalam proses produksi dibutuhkan para pembatik tulis dan karyawan
- h. Financial

Tidak kalah penting, tidak ada bisnis tanpa modal usaha *financial*. Dalam hal membangun usaha ini dan proses produksi menggunakan modal pribadi

## 7. Key Activities

*Key activities* mendeskripsikan aktivitas penting yang harus dilakukan perusahaan agar bisnis modelnya dapat berjalan dengan baik. *Key activities* yang dilakukan Rubi Batik dibagi menjadi 4 tahap yaitu:

### e. Pelatihan

Pada tahapan ini kegiatan yang dilakukan adalah memberikan pelatihan dan *education* kepada para pengrajin batik tulis sebagai asset utama dalam melakukan tahap produksi seperti: mendesain, menjahit dan mengembangkan kreatifitas serta inovasi dala mencibtakan hasil karya

### f. Production

Kegiatan yang dilakukan dalam proses produksi ini adalah: pembelian bahan baku berupa kain, pengolahan bahan baku, pengemasan produk yang sudah jadi sehingga siap untuk dipasarkan atau dijual kepada customer

### g. Selling

Kegiatan penjualan secara online dan offline

### h. Support

Kegiatan yang dilakukan untuk mencari pelanggan baru dengan cara pemasaran di media social

## 8. Key Partnership

Partnership adalah kesepakatan dan kerjasama antara kedua belah pihak untuk mencapai suatu kepentingan bersama. Partner utama dalam usaha ini adalah pengrajin batik tulis dan supplier bahan baku yang dibutuhkan dalam proses produksi. Adapun kerjasama yang dilakukan Rubi Batik adalah:

d. Para pengrajin batik tulis desa Kricak Yogyakarta sebagai sdm

e. Supplier kain

f. Supplier pernak pernik untuk payet

## **9. Cost Structure**

Dalam *cost structure* ini dijelaskan seluruh biaya yang akan muncul dalam menjelaskan sebuah bisnis model. Biaya-biaya yang timbul dalam bisnis Rubi Batik antara lain:

10. Biaya bahan baku
11. Biaya pengemasan
12. Biaya promosi

## **5.2 Rekomendasi**

1. Dari tahap melakukan inovasi model bisnis canvas pada perusahaan Rubi Batik. Perusahaan harus terus melakukan inovasi productnya, melakukan promosi dan branding kepada masyarakat melalui teknologi yang semakin berkembang dan yang paling penting menjaga relationship dengan customer seperti yang sudah dipaparkan dengan memberikan voucher dan potongan belanja.
2. Untuk program pemberdayaan komunitas pengrajin batik tulis desa Kicak Kidul managemen harus terus melakukan pelatihan secara berkala, sharing dan pendampingan supaya sdm dapat mengembangkan kreatifitas dan mendapatkan ilmu yang baru.



## DAFTAR PUSTAKA

- Alegree, I., Kislenko, S. and Berbegal-Mirabent, J. 2017. "Organized Chaos: Mapping the Definitions of Social Entrepreneurship"..Journal Of Social Entrepreneurship, 8(2):1-17.
- Alter, K.2017. Social Enterprise Typology, United State: Virtur Ventures LLC.
- Amit, R. and Zott, C.2012. "Creating Value Through Business Model Innovation". MIT Sloan Management Review, 53(3):41-49
- Ari Wulandari. 2011. Batik Nusantara :MaknaFilosofis Cara Pembuatan&Industri Batik. Departemen Perindustrian
- Austin, J., Stevenson, H. and Wei-Skillern, J.2006. "Sosial and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both?"Entrepreneurship Theory and Practice, 30(1): 1-22.
- Beltramello,A., Haie-fayle, L., Pilat, D.2013. Why New Business Models Matter for Green Growth, Paris: OECD Publishing.
- Boons, F., Ludeke-Freund, F.2013. "Buwiness Models For Sustainable Innovation: State of The Art And Steps Towards A Research Agenda". Journal of Cleaner Productions, 45. 9-19.
- Burkett and Knode. 2016. Usingg the Business Models Canvas For Sosial Enterprice Design. <http://cscuk.dfid.gov.uk/wp-content/uploads/2016/07/BMC-for-Social-Enterprise.pdf>.diakses 20 April 2018.
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl, 2011, "Social Entrepreneurship : A Content Analysis", Journal of Strategic Innovation and Sustainability.
- Christensen, Clayton M., Thomas Bartman., Derek van Bever, (2016). How to Thrive in the New Innovation Landscape.
- Haryati, D.M., Hijrah Hati, S., Wirastuti, A. dan Susanto, K.2015. Berani Menjadi wirausaha social: Membangun solusi atas permasalahan social secara mandiri dan berkelanjutan. Jakarta: Penerbit DBS Foundation
- Osterwalder A,P.Y. 2010. Business Model Generation. New York: John Wiley & Sons.
- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur, 2009, "Business Model Generation", Business Model Generation Published.
- Osterwalder A,P.Y. 2010. Business Model Generation. New York: John Wiley & Sons.

- Osterwalder, Alexander dan Yves Pigneur, 2009, “Business Model Generation”, Business Model Generation Published.
- Suharti, Lilelu dan Hani Sirine, 2011, “Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Niat Kewirausahaan (Entrepreneurial Intention)”, Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan.
- Grassl, Wolfgang, 2012, “Business Models of Social Enterprise : A Design Approach to Hybridity”, ACRN Journal of Entrepreneurship Perspectives.
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl, 2011, “Social Entrepreneurship : A Content Analysis”, Journal of Strategic Innovation and Sustainability.
- Christensen, Clayton M., Thomas Bartman., Derek van Bever, (2016). How to Thrive in the New Innovation Landscape.
- Tiantong, M. & P. Tougchin. 2013. A Multiple Intelligences Supported Web-based Collaborative Learning Model Using Stufflebeam’s CIPP Evaluation Model. International Journal of Humanities and Social Science. 3(7): 159 (diunduh tanggal 17 Agustus 2015).
- Creswell, J., 2014. Research design: qualitative, quantitative and mixed methode approach 4<sup>th</sup> ed., Tousand Oaks, CA: Sage.
- Kumalasari, Y.Y., A. Suryono., dan Rozikin, M. 2014. Pembinaan dan Pemberdayaan Pengrajin Batik. Jurnal Administrasi Publick, Vol.2, No.1
- Schneider,S., & Spieth, P. (2013) ‘Business model innovation: Towards as integrate future research agenda’, *Internasional Journal og Innovation Management*, 17(1).
- Cukier, Wendy, Susan Trenholm, dan Dale Carl, 2011, “Social Entrepreneurship : A Content Analysis”, Journal of Strategic Innovation and Sustainability

Ari Wulandari. 2011. Batik Nusantara :MaknaFilosofis Cara Pembuatan&Industri Batik.  
Departemen Perindustrian

Hulgard. Lars, 2010, Discourses of Social Entrepreneurship-Variation of The Same Theme?  
EMES European Research Network.

Owston, Ron (2007) Models and Methods for Evaluation. Toronto, Canada : York  
University,Bledsoe.

Alter, S. K. , 2006, Social Enterprise Models and Their Mission and Money Relationships. In A.  
Nicholls (ed.), Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change.

Oxford: Oxford University Press.

Katrina L & Graham, James A. (2005) The Use of Multiple Evaluation Approaches in  
Program Evaluation.American Journal of Evaluation.; 26; 302.