

**PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA BISNIS TOKO BAJU BAYI
ONLINE STUDI KASUS “GOBABY”**

LAPORAN TUGAS BESAR

Dibuat Untuk Memenuhi Kelulusan Matakuliah Tugas Besar
Tahun Akademik 2023/2024

Disusun Oleh:

Audy Fitria Gunawan 7204008

Nauval Bagus Wijaya 7204016



**PROGRAM DIPLOMA IV LOGISTIK NIAGA-EL
UNIVERSITAS LOGISTIK DAN BISNIS INTERNASIONAL
BANDUNG
2023**

PERSETUJUAN DAN PERMOHONAN SIDANG TUGAS BESAR

Saya sebagai Pembimbing mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama Mahasiswa 1/ Mahasiswa 2: Audy Fitria Gunawan/Nauval Bagus Wijaya

NPM 1/ NPM 2 : 7204008/7204016

Judul Tugas Besar : PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
UNTUK MENINGKATKAN KINERJA
BISNIS TOKO BAJU BAYI *ONLINE* STUDI
KASUS “*GOBABY*”

Nama Pembimbing : Dr. Santoso, S.Si, M.Kom.

Menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah menyelesaikan Alat/Materi Tugas
Besar dengan kemajuan:% Bagian yang belum diselesaikan:

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

Adapun penulisan Laporan Tugas Besar telah diselesaikan seluruhnya (100%).

Dengan demikian saya mengajukan mahasiswa tersebut untuk mengikuti sidang
Tugas Besar. Apabila ternyata pernyataan saya tersebut tidak benar, maka saya
menyetujui penundaan sidang termasuk pembatalan sidang Tugas Besar untuk
mahasiswa bimbingan saya tersebut sesuai aturan yang berlaku.

Bandung,

Mahasiswa 1

Mahasiswa 2

Pembimbing

Audy Fitria Gunawan
NPM: 724008

Nauval Bagus Wijaya
NPM: 7204016

Dr. Santoso, S.Si, M.Kom.
NIK: 102.64.040

LEMBAR PENGESAHAN
PENERAPAN *BUSINESS MODEL CANVAS* UNTUK
MENINGKATKAN KINERJA BISNIS TOKO BAJU BAYI *ONLINE*
STUDI KASUS “*GOBABY*”

TUGAS BESAR

AUDY FITRIA GUNAWAN 7204008
NAUVAL BAGUS WIJAYA 7204016

Laporan Tugas Besar ini telah diperiksa, disetujui dan disidangkan

Di Bandung,

Oleh:

Penguji 1 (Pendamping)

Penguji 2 (Utama)

Dr. Santoso, S.Si., M.Kom
NIK: 102.64.040

Dr. Ir. Hariadi Ismail, M.Sc.
NIK: 120.64.279

Koordinator Tugas Besar

Pembimbing Tugas Besar

Dr. Santoso, S.Si, M.Kom.
NIK: 102.64.040

Dr. Santoso, S.Si, M.Kom.
NIK: 102.64.040

Menyetujui,
Ketua Program Studi D4 Logistik Niaga-EL,

Dr. Santoso, S.Si, M.Kom.
NIK: 102.64.040

STATEMENT OF ORIGINALITY

Tugas Besar ini adalah hasil karya kami sendiri dibawah arahan dari Pembimbing. Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk berdasarkan referensi dari daftar pustaka yang dicantumkan dengan baik dan benar. Pernyataan ini kami buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan-penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka kami bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi lain.

Tanggal.....

Di tanda tangani oleh:

Audy Fitria Gunawan
NPM: 7204008

Nauval Bagus Wijaya
NPM: 7204016

KATA PENGANTAR

Pertama-tama kami panjatkan puji dan syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Buku Pedoman Kegiatan Tugas Besar ini dapat diselesaikan. Buku pedoman ini dibuat dengan tujuan memberikan acuan, baik bagi mahasiswa yang akan mengambil matakuliah Tugas Besar maupun dosen pembimbing. Buku ini menjelaskan secara lengkap tentang karakteristik Tugas Besar di Program Studi D4 Logistik Niaga-EL, dan juga mengatur mekanisme, teknik penulisan, serta penilaiannya. Dengan demikian diharapkan semua pihak yang terlibat dalam aktivitas Tugas Besar mempunyai kesamaan dalam pelaksanaannya.

Buku ini dibuat berdasarkan referensi dari buku pedoman sebelumnya yang disusun oleh program studi dan disesuaikan dengan kebutuhan pada tahun ajaran yang sedang berlangsung. Penulis juga sadar terdapat kekurangan dalam penyusunan buku ini, sehingga koreksi serta masukan untuk berbagai kekurangan dalam Buku Pedoman Kegiatan Tugas Besar ini tetap diharapkan. Terimakasih atas Kerjasama banyak pihak, dan semoga buku ini memberikan banyak manfaat khususnya bagi pihak-pihak yang terkait.

Bandung, November 2023

Dr. Santoso, S.Si, M.Kom.
Ketua Prodi D4 Logistik Niaga-EL

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| PERSETUJUAN DAN PERMOHONAN SIDANG TUGAS BESAR..... | i |
| LEMBAR PENGESAHAN..... | ii |
| STATEMENT OF ORIGINALITY | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR GAMBAR..... | vi |
| DAFTAR TABEL..... | vii |
| DAFTAR LAMPIRAN..... | viii |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Tujuan | 5 |
| 1.3 Manfaat | 5 |
| 1.4 Metode Pelaksanaan | 6 |
| BAB II PELAKSANAAN TUGAS BESAR..... | 7 |
| 2.1 Profil/data umum <i>GoBaby</i> | 7 |
| 2.1.1 Sejarah <i>GoBaby</i> | 7 |
| 2.1.2 Logo <i>GoBaby</i> | 10 |
| 2.2 Struktur Organisasi..... | 10 |
| 2.2.1 <i>Job Description</i> | 11 |
| 2.3 Pelaksanaan Tugas Besar | 12 |
| BAB III STUDI KASUS | 14 |
| 3.1 Alur Pengumpulan Data <i>GoBaby</i> | 14 |
| 3.1.1 Alur Penerapan <i>Business Model Canvas (BMC)</i> pada <i>GoBaby</i> | 15 |
| 3.2 Hambatan dan Solusi | 16 |
| 3.3 Penerapan <i>Business Model Canvas (BMC)</i> pada <i>GoBaby</i> | 17 |
| 3.3.1 Hasil dan Pembahasan Penerapan <i>BMC</i> pada <i>GoBaby</i> | 18 |
| BAB IV PENUTUP | 22 |
| 4.1 Kesimpulan..... | 22 |
| 4.2 Saran untuk <i>GoBaby</i> | 23 |
| DAFTAR PUSTAKA | 24 |
| LAMPIRAN..... | 25 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Grafik Pendapatan <i>GoBaby</i> 2023 | 3 |
| Gambar 2.1 Alur proses pembuatan produk <i>GoBaby</i> | 7 |
| Gambar 2.2 Logo <i>GoBaby</i> | 10 |
| Gambar 3.1 Alur Pengumpulan Data <i>GoBaby</i> | 14 |
| Gambar 3.2 Alur Penerapan <i>BMC</i> pada <i>GoBaby</i> | 15 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|----|
| Tabel 1.1 Pendapatan <i>GoBaby</i> Tahun 2023 | 2 |
| Tabel 2.1 Jenis Produk yang tersedia di <i>GoBaby</i> | 9 |
| Tabel 2.2 Tabel Pelaksanaan Tugas Besar | 12 |
| Tabel 3.1 Hambatan dan Solusi Pekerjaan | 16 |
| Tabel 3.2 <i>BMC GoBaby</i> | 19 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|----|
| Lampiran 1 Form Bimbingan Kegiatan Tugas Besar..... | 25 |
|---|----|

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era saat ini, kinerja bisnis memiliki peran yang sangat krusial dalam menjaga kelangsungan dan kesuksesan perusahaan. Alasan kinerja bisnis menjadi begitu vital pada saat ini salah satunya adalah sehubungan dengan kepuasan pelanggan dan reputasi merek. Dalam konteks bisnis modern, pelanggan menjadi fokus utama yang menentukan nasib perusahaan. Bagaimana pelanggan melihat dan merasakan merek perusahaan dapat memengaruhi penentuan kesuksesan atau kegagalan perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu, memprioritaskan kepuasan pelanggan dan menjaga reputasi merek merupakan suatu tindakan yang tak terelakkan (Thomas H. Davenport dan Andrew Spanyi, 2019).

Selain itu, peran digitalisasi juga tak bisa diabaikan. Kemajuan teknologi yang sangat cepat telah merambah dan memengaruhi hampir semua aspek kehidupan, termasuk dunia bisnis. Digitalisasi telah menjadi suatu keharusan bagi perusahaan guna menjaga daya saing dan relevansi. Digitalisasi memungkinkan perusahaan untuk berinteraksi secara lebih efisien dengan pelanggan, melacak aliran kas dengan lebih teliti, mengelola pengeluaran dengan lebih efektif, mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya keuangan, dan memperluas jangkauan operasional (Paulina Permatasari, 2011). Oleh karena itu, dalam upaya menjaga dan meningkatkan kinerja bisnis, perusahaan harus memahami dan mengambil tindakan yang sesuai dengan perkembangan digitalisasi saat ini.

Pakaian bayi saat ini menjadi salah satu kebutuhan esensial, terutama bagi orangtua yang ingin memberikan pakaian yang nyaman dan modern bagi anak-anak mereka. Tidak lagi hanya sebagai penutup tubuh, pakaian bayi mencerminkan gaya hidup dan rasa estetika, yang membuat industri ini terus tumbuh (Daniel Minardi, 2022). Baju bayi bukan hanya sekedar perlindungan fisik, melainkan juga bagian penting dalam model berpakaian. Pakaian bayi telah menjadi salah satu ekspresi dari perhatian dan cinta orangtua terhadap buah hati

mereka. Oleh karena itu, bisnis toko baju bayi menjadi semakin penting dan berkembang pesat.

GoBaby merupakan sebuah toko baju bayi yang berlokasi di Perumahan Graha kencana Blok G3 No. 25, Cimahi, Jawa Barat dan memiliki toko *online* di *Platform Shopee* dengan nama toko *GoBaby*. *GoBaby* merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), sebuah toko *reseller* baju bayi yang produknya diproduksi dan diperoleh dari kota Demak, Jawa Tengah milik X dan Y. Toko baju bayi *GoBaby* berfokus pada kenyamanan bayi, dengan menggunakan bahan *organic cotton* yaitu jenis kapas yang ditanam tanpa menggunakan pestisida atau herbisida sintetis, sehingga lebih ramah bagi kulit, terutama untuk bayi yang memiliki kulit yang sensitif dan rentan terhadap iritasi. *GoBaby* harus memiliki kinerja yang baik untuk memenuhi *customer* yang membutuhkan baju bayi, Penelitian yang berjudul "Penerapan *business model canvas* untuk meningkatkan kinerja bisnis toko baju bayi *online* studi kasus "*GoBaby*"" memiliki masalah yaitu ketidakjelasan dalam model bisnis mereka yang mengakibatkan tidak stabilnya pendapatan. Dapat dilihat daftar pendapatan dan grafik pendapatan *GoBaby* dari data per Tahun 2023.

Tabel 1.1 Pendapatan *GoBaby* Tahun 2023

| Tahun 2023 | Total Penjualan |
|------------|-----------------|
| Januari | Rp4.000.000,00 |
| Februari | Rp2.700.000,00 |
| Maret | Rp2.500.000,00 |
| April | Rp1.500.000,00 |
| Juni | Rp3.000.000,00 |
| Agustus | Rp.2.000.000,00 |
| September | Rp3.000.000,00 |
| TOTAL | Rp23.200.000,00 |

Sumber: dokumen internal *GoBaby*



Gambar 1.1 Grafik Pendapatan *GoBaby* 2023

Sumber: dokumen internal *GoBaby*

Dapat dilihat dari tabel 1 dan grafik pada gambar 1 di atas bahwa pendapatan *GoBaby* per tahun 2023 tidak stabil. Sebagai upaya untuk mengatasi masalah ini, setelah melakukan observasi dan membaca referensi penelitian sebelumnya, penerapan *business model canvas (BMC)* menjadi langkah yang sangat penting. *BMC* berperan dalam menguraikan secara *visual* dan terperinci bagaimana bisnis *GoBaby* beroperasi, memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana mereka menghasilkan nilai dan pendapatan. Dengan demikian, *BMC* membantu mengatasi ketidakjelasan yang mungkin muncul dalam model bisnis *GoBaby* yang dapat mengakibatkan masalah dan kesulitan dalam mengidentifikasi cara untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka dalam lingkup *internal business process GoBaby*.

Business model canvas terdiri dari sembilan elemen bisnis yang membentuk kerangka kerja untuk merinci bagaimana sebuah organisasi menciptakan dan mengambil manfaat dari pelanggannya (A. Osterwalder, 2012). Kerangka kerja ini mencakup berbagai komponen kunci, seperti *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*. *business model canvas* memberikan manfaat yang signifikan dalam hal analisis, perencanaan, dan inovasi untuk membentuk, menghasilkan, dan mengeksploitasi pasar serta merangsang permintaan melalui peningkatan nilai. Apa yang membuat *business*

model canvas menjadi alat yang efektif adalah visualisasinya dalam bentuk kanvas atau gambaran, yang sangat memudahkan pemahaman oleh pembaca. Selain itu, kerangka kerja ini juga dapat disesuaikan oleh pemangku kepentingan perusahaan sesuai dengan kebutuhan bisnis *GoBaby*.

Penelitian sebelumnya yang berjudul "Sistem informasi penjualan sepatu *handmade* berbasis *web*" telah menghadapi tantangan yang perlu diatasi. Dalam penelitian tersebut, fokus utama adalah mempermudah akses masyarakat terhadap informasi mengenai produk sepatu *handmade* terbaru dengan desain unik. Metode penelitian melibatkan observasi, wawancara, dan studi pustaka, dengan penerapan teknologi *E-commerce* dan *system development life cycle (SDLC)*. Penelitian ini memanfaatkan teknologi sebagai salah satu sarana pemasaran, memberdayakan karyawan yang belum memiliki keterampilan dan keahlian, serta berupaya untuk mengatasi kelemahan-kelemahan yang mungkin dimanfaatkan oleh pesaing baru dan tetap bersaing di pasar bisnis.

Penelitian sebelumnya yang berjudul "Evaluasi model bisnis usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di bidang sepatu menggunakan pendekatan *business model canvas*" telah menghadapi tantangan yang perlu diatasi. Dalam penelitian tersebut, permasalahan terutama berhubungan dengan kurangnya perkembangan dalam hal jumlah unit usaha dan keterlibatan tenaga kerja yang tidak mengalami pertumbuhan yang signifikan. Tidak sedikit faktor yang berkontribusi terhadap masalah ini, seperti masalah operasional, pemasaran, dan keuangan. Metode penelitian yang diterapkan adalah penelitian deskriptif, wawancara, dan *purposive sampling*, dengan menggunakan pendekatan *business model canvas (BMC)*. Dalam penelitian tersebut, pengembangan sistem berbasis *web* menjadi sebuah solusi yang dapat mempermudah dalam penyebaran informasi tentang produk-produk terbaru dari toko sepatu *handmade*. Ini terutama karena aksesibilitas informasi tersebut melalui jaringan internet yang lebih mudah.

Penelitian sebelumnya yang berjudul "Analisis *business model canvas* pada umkm toko *Junicomp* Tanjungpinang" membahas pertumbuhan yang signifikan dari usaha mikro kecil menengah (UMKM) di Indonesia, yang saat ini mencapai sekitar 60 juta pelaku UMKM. Pertumbuhan ini diperkirakan terus meningkat

seiring kemajuan teknologi dan perkembangan sumber daya manusia. Tujuan penelitian ini adalah untuk merancang model strategi bagi UMKM di bidang jasa, khususnya *JUNICOMP* yang menyediakan layanan perbaikan komputer di Tanjungpinang. Model strategi yang diterapkan adalah *business model canvas* (*BMC*), dengan penelitian menggunakan metode kualitatif dan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan UMKM di Tanjungpinang serta referensi dari artikel dan jurnal. Hasil analisis data digunakan untuk membuat *business model canvas*, membantu *Junicomp* memahami kelebihan dan kekurangan dalam strategi usahanya. Penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan *business model canvas* dapat memberikan arah yang lebih terarah untuk UMKM, meningkatkan kesadaran terhadap strategi usaha yang efektif.

1.2 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih jelas tentang bagaimana *GoBaby* beroperasi, bagaimana mereka menghasilkan nilai, dan bagaimana mereka dapat meningkatkan pendapatan *GoBaby* dengan menerapkan *business model canvas* (*BMC*).

1.3 Manfaat

Penelitian ini memiliki manfaat dalam mengatasi ketidakjelasan dalam model bisnis *GoBaby*, yang dapat menyebabkan masalah dan kesulitan dalam mengidentifikasi cara untuk meningkatkan kinerja bisnis mereka. Dengan merinci elemen-elemen kunci dari model bisnis mereka menggunakan *BMC*, penelitian ini bertujuan untuk membantu *GoBaby* merancang strategi bisnis yang lebih efisien, memahami peluang pasar, dan memastikan bahwa mereka dapat memenuhi dengan baik kebutuhan pelanggan mereka dalam bisnis pakaian bayi.

1.4 Metode Pelaksanaan

1. Analisis Dokumen Internal

Menelusuri dan analisis dokumen internal bisnis *GoBaby*, seperti laporan keuangan, data penjualan, catatan transaksi, dan strategi bisnis yang telah ada untuk memahami elemen *BMC* yang ada dan kinerja bisnis secara keseluruhan.

2. Observasi

Mengamati operasi bisnis *GoBaby*, dalam operasi sehari-hari dan interaksi pelanggan.

3. Penelitian Deskriptif

Melakukan analisis deskriptif berdasarkan data yang ada, yaitu menganalisis tren penjualan, pola permintaan pelanggan, atau biaya operasional.

4. Studi Kasus

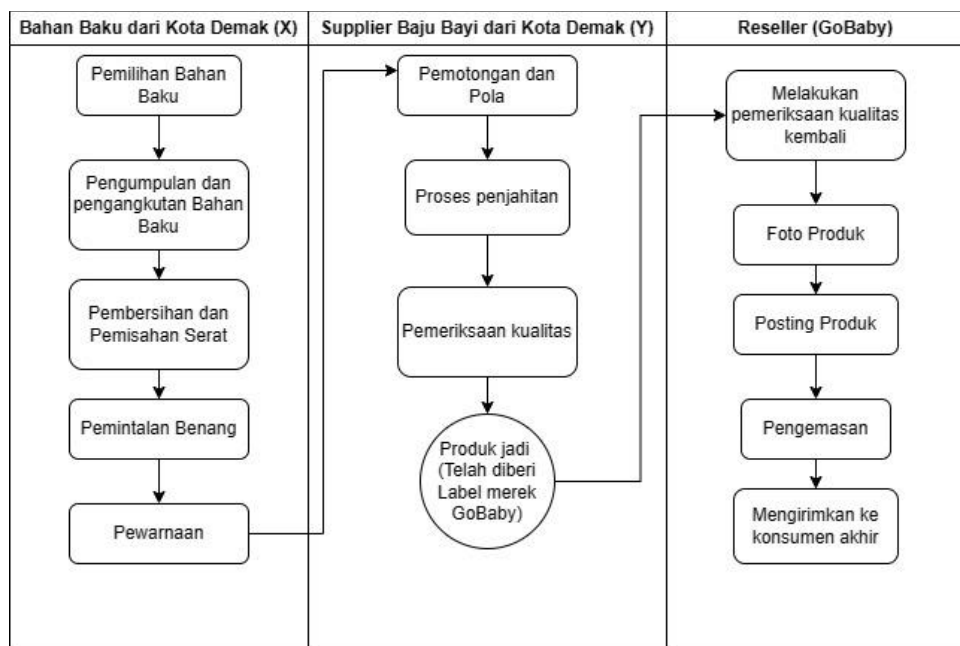
Memeriksa studi kasus *GoBaby* lain yang berhasil menerapkan *BMC* untuk meningkatkan kinerja mereka dalam lingkup *internal business process GoBaby*.

BAB II PELAKSANAAN TUGAS BESAR

2.1 Profil/data umum *GoBaby*

2.1.1 Sejarah *GoBaby*

GoBaby didirikan pada bulan februari Tahun 2021 oleh Trecia Silviana atau yang biasa dikenal Ibu Anna, dan mulai berjualan pada bulan maret Tahun 2021 hingga saat ini. *GoBaby* merupakan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berada di naungan dinas koperasi Jawa Barat. Dinas Koperasi dan UKM (usaha mikro, kecil, dan menengah) Provinsi Jawa Barat bertanggung jawab untuk mengembangkan sektor koperasi dan UMKM di wilayah tersebut. *GoBaby* adalah sebuah toko *reseller* baju bayi yang produknya diperoleh dari kota Demak, Jawa Tengah. Berikut adalah alur proses pembuatan produk *GoBaby*:



Gambar 2.1 Alur proses pembuatan produk *GoBaby*
Sumber: Internal *GoBaby*

Seperti yang dapat dilihat di gambar 2.1 yang bersumber dari dokumen internal *GoBaby*, alur proses pembuatan produknya dapat dijabarkan sebagai berikut.

1. Pemilihan bahan baku dari kota Demak, Jawa Tengah milik (X):

- *organic cotton* dipanen dari ladang-ladang organik di Demak, Jawa Tengah.
- Penanaman dan pengolahan tanaman *cotton* dilakukan tanpa menggunakan pestisida atau bahan kimia berbahaya.

2. Pengumpulan dan Pengangkutan Bahan Baku:

- *Cotton* yang telah dipanen dikumpulkan dan diangkut ke pabrik atau fasilitas pengolahan di Demak.
- Transportasi harus memastikan kelestarian dan kebersihan bahan baku *organic cotton*.

3. Pembersihan dan Pemisahan Serat:

- Bahan baku diolah untuk membersihkan kotoran dan biji kapas.
- Serat kapas dipisahkan dan dibersihkan secara hati-hati.

4. Pemintalan Benang:

- Serat kapas yang bersih dipintal menjadi benang.
- Proses pemintalan ini dapat dilakukan dengan mesin atau tangan, tergantung pada skala produksi dan spesifikasi bahan.

5. Pewarnaan:

Benang atau kain dapat diwarnai menggunakan pewarna organik yang ramah lingkungan.

6. Pemotongan dan Pola:

- Benang yang telah dipintal kemudian digunakan untuk membuat pola baju bayi.
- Kain dipotong sesuai pola dengan menggunakan cetakan atau mesin pemotong otomatis.

7. Proses penjahitan:

- Bagian-bagian yang telah dipotong dirangkai dan dijahit bersama untuk membentuk baju bayi.
- Pada tahap ini, detail seperti kancing, kancing tekan, dan label bisa ditambahkan.

8. Pemeriksaan Kualitas:

Baju bayi yang telah dijahit dan diberi merek *GoBaby* melewati pemeriksaan kualitas untuk memastikan bahwa produk memenuhi standar keamanan dan kualitas.

9. Foto Produk dan *Posting*:

Melakukan foto produk untuk dipajang di toko *online Shopee*.

10. Pengemasan:

- Baju bayi yang telah lolos pemeriksaan dikemas untuk persiapan pengiriman.
- Pengemasan menggunakan kardus.

11. Pengiriman: Menggunakan jasa kirim JNE.

GoBaby berfokus pada kenyamanan bayi, dengan menggunakan bahan *organic cotton* yaitu jenis kapas yang ditanam tanpa menggunakan pestisida atau herbisida sintetis, sehingga lebih ramah bagi kulit, terutama untuk bayi yang memiliki kulit yang sensitif dan rentan terhadap iritasi. Bahan ini *hypoallergenic*, yang berarti kurang mungkin menyebabkan reaksi alergi. Selain itu, seratnya memungkinkan udara untuk mengalir melalui kain, menjaga suhu tubuh bayi dan memberikan kenyamanan. Untuk di wilayah Bandung, toko khusus baju bayi berbahan *organic cotton* masih terbatas, maka dari itu, adanya *GoBaby* bisa menjadi pilihan untuk para orang tua yang ingin membeli pakaian baju bayi berbahan *organic cotton*. Berikut jenis produk yang tersedia di *GoBaby*.

Tabel 2.1 Jenis Produk yang tersedia di *GoBaby*

| Jenis Produk yang tersedia di <i>GoBaby</i> | | |
|---|---------------------------|-----------------------------|
| No | Pakaian | Perlengkapan Tidur |
| 1 | <i>Jumper</i> | Selimut Bayi |
| 2 | <i>Body Suit</i> | Sprei dan sarung kasur bayi |
| 3 | <i>Romper</i> | Bantal dan Guling Bayi |
| 4 | Celana Panjang dan Pendek | <i>Sleeping bag</i> |
| 5 | Kaos Kaki dan Kaos Tangan | - |

Sumber: Internal *GoBaby*

2.1.2 Logo *GoBaby*



Gambar 2.2 Logo *GoBaby*

Makna dan Penjelasan Logo *GoBaby*

1. Logo

Maksud pada logo tersebut mencerminkan sebagai toko yang menyediakan pakaian bayi, dengan diperjelas gambar bayi pada logo dan *tagline* tersebut.

2. Warna

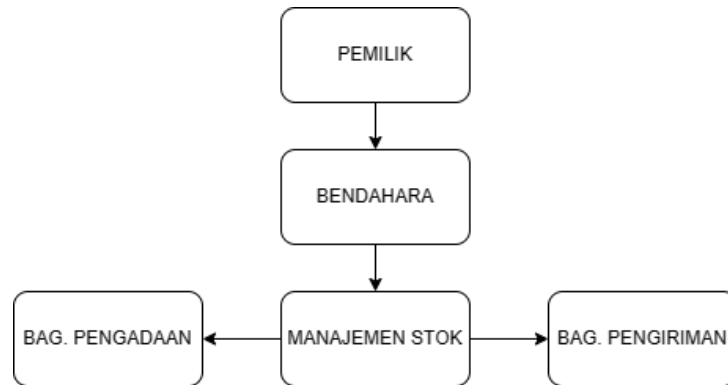
- Coklat tua: memiliki arti elegan dan eksklusif, sesuai untuk menampilkan kesan premium pada produk baju bayi.
- Biru toska: memiliki arti modern dan kesegaran, untuk memberi tahu kepada calon pembeli bahwa toko ini *up-to-date* terhadap tren pada baju bayi dan produk yang dijual dijamin kebersihannya.
- Krem kemerahan pada pipi dalam wajah bayi di logo: memiliki arti kesan kehangatan, kenyamanan dan kelembutan, yang sangat cocok untuk produk baju bayi.

3. Pesan merek

GoBaby mengutamakan kualitas dan memberikan produk atau layanan yang unggul, dan hanya menyediakan pilihan eksklusif bagi mereka yang menghargai kualitas tinggi. Dapat terlihat dalam pemilihan warna dan model logo *GoBaby* yang mengedepankan elegan, cerah dan minimalis.

2.2 Struktur Organisasi

Struktur organisasi *GoBaby* merupakan isi dari struktur organisasi divisional. Menggambarkan pengelompokan orang-orang kedalam divisi – divisi sesuai dengan kesamaan produk yang diproduksi. Berikut adalah gambar struktur organisasi yang ada di *GoBaby*.



Gambar 2.2 Struktur organisasi
sumber: Internal *GoBaby*

2.2.1 Job Description

1. Pemilik

- Mengembangkan strategi bisnis dan pertumbuhan toko *online*.
- Mengambil keputusan strategis untuk meningkatkan efisiensi dan profitabilitas.

2. Bendahara

Pembukuan:

- Mencatat semua transaksi keuangan toko *online*.
- Menyusun dan menyajikan laporan keuangan secara berkala.

Pengelolaan Kas:

- Mengelola transaksi keuangan harian dan memantau saldo kas.
- Melakukan rekonsiliasi bank secara rutin.

Pembayaran Tagihan:

- Memastikan pembayaran tagihan kepada pemasok dan mitra usaha.
- Menjalin hubungan dengan bank dan lembaga keuangan terkait.

3. Bagian Pengadaan

Negosiasi dan Pembelian:

- Menegosiasikan kontrak dengan pemasok untuk mendapatkan harga dan persyaratan terbaik.
- Melakukan pembelian stok dan barang-barang lain sesuai kebutuhan.

Evaluasi Pemasok:

- Mengevaluasi kinerja pemasok secara berkala.
- Mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan efisiensi pengadaan.

4. Manajemen Stok

Pantauan Persediaan:

- Memantau tingkat persediaan produk secara terus-menerus.
- Mengidentifikasi tren stok dan merencanakan pemesanan ulang.

Optimasi Stok:

- Merancang dan melaksanakan strategi pengelolaan stok yang efisien.
- Menentukan tingkat pemesanan optimal dan mengurangi risiko *overstock* atau *understock*.

5. Bagian Pengiriman

Koordinasi Logistik:

- Mengelola hubungan dengan penyedia layanan pengiriman.
- Merencanakan dan mengoptimalkan rute pengiriman.

Pelacakan Pengiriman:

- Memantau pengiriman untuk memastikan ketercapaian target waktu pengiriman.
- Menangani masalah logistik dan merancang solusi perbaikan.

Kepuasan Pelanggan:

- Memastikan pengalaman pengiriman yang positif bagi pelanggan.
- Menanggapi keluhan atau masalah pengiriman dengan cepat.

2.3 Pelaksanaan Tugas Besar

Tabel 2.2 Tabel Pelaksanaan Tugas Besar

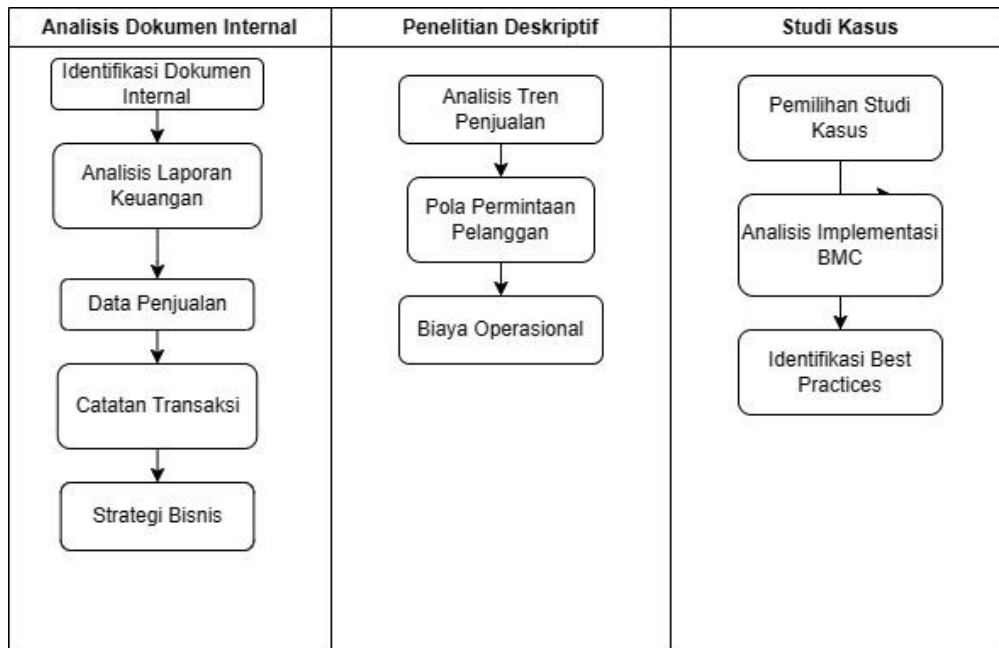
| No | Hari/Tanggal | Kegiatan | Keterangan |
|----|-------------------------------|--|---|
| 1 | 16 Oktober 2023 | Sosialisasi Kegiatan Tugas Besar | Kegiatan sosialisasi untuk mahasiswa yang mengikuti Tugas Besar |
| 2 | 23 Oktober 2023 | Pengumuman Pembimbing Tugas Besar | Dibimbing oleh Bapak Dr. Santoso, S.Si, M.Kom. |
| 3 | 16 Oktober - 23 Desember 2023 | Proses Bimbingan Pra Sidang | Bimbingan dilaksanakan setiap hari Rabu, jam 10 pagi sampai selesai. |
| 4 | 4 November -2023 | Kegiatan proses pengerjaan tugas besar | Kegiatan pengerjaan meliputi tahapan – tahapan berikut: 1. Analisis Dokumen Internal Menelusuri dan analisis dokumen internal bisnis <i>GoBaby</i> , seperti laporan keuangan, data penjualan, catatan transaksi, dan strategi bisnis yang telah ada untuk memahami elemen <i>BMC</i> yang ada dan kinerja bisnis secara keseluruhan. 2. Penelitian Deskriptif Melakukan analisis deskriptif berdasarkan data yang ada, yaitu menganalisis tren penjualan, pola permintaan pelanggan, atau biaya operasional. 3. Studi Kasus |

| No | Hari/Tanggal | Kegiatan | Keterangan |
|----|-----------------------|---|--|
| | | | Memeriksa studi kasus toko <i>online</i> lain yang berhasil menerapkan <i>BMC</i> untuk meningkatkan kinerja mereka. |
| 5 | 26 – 30 Desember 2023 | Pengumpulan Draft Laporan Tugas Besar | |
| 6 | 03 – 12 Januari 2024 | Pekan Sidang Tugas Besar | Pelaksanaan Sidang dilaksanakan sesuai jadwal yang dikeluarkan oleh koordinator, dapat diubah jadwal tersebut oleh penguji dan pembimbing sesuai kesepakatan. |
| 7 | 15 – 20 Januari 2024 | Pekan revisi & proses bimbingan pasca sidang dan fiksasi laporan & jurnal | Proses bimbingan dilakukan minimal 2 kali pasca sidang (revisi draft laporan sidang dan jurnal) |
| 8 | 23 – 25 Januari 2024 | Pengumpulan Laporan Tugas Besar, Distribusi CD dan jurnal Tugas Besar | Pengumpulan Laporan Tugas Besar Yang telah disetujui oleh penguji dan pembimbing dikumpulkan sebanyak 2 copy laporan , pengumpulan melalui staff prodi. |

BAB III STUDIKASUS

3.1 Alur Pengumpulan Data *GoBaby*

Berikut adalah alur pengumpulan data yang diperlukan dalam proses penyusunan laporan Tugas Besar dengan judul "Penerapan *Business Model Canvas* Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Toko Baju Bayi *Online* Studi Kasus *GoBaby*".



Gambar 3.1 Alur Pengumpulan Data *GoBaby*
Sumber: Internal *GoBaby*

1. Analisis Dokumen Internal

- Identifikasi dokumen internal: laporan keuangan, catatan transaksi, strategi bisnis, rencana pemasaran, dan dokumen internal lainnya dari *GoBaby*.
- Analisis laporan keuangan: meneliti laporan keuangan untuk memahami pendapatan, biaya, dan profitabilitas.
- Data penjualan: menganalisis data penjualan untuk mengidentifikasi produk terlaris, tren penjualan, dan segmentasi pelanggan.
- Catatan transaksi: memahami strategi bisnis yang telah diimplementasikan oleh *GoBaby*, termasuk model harga, diferensiasi produk, dan strategi pemasaran.

2. Penelitian Deskriptif

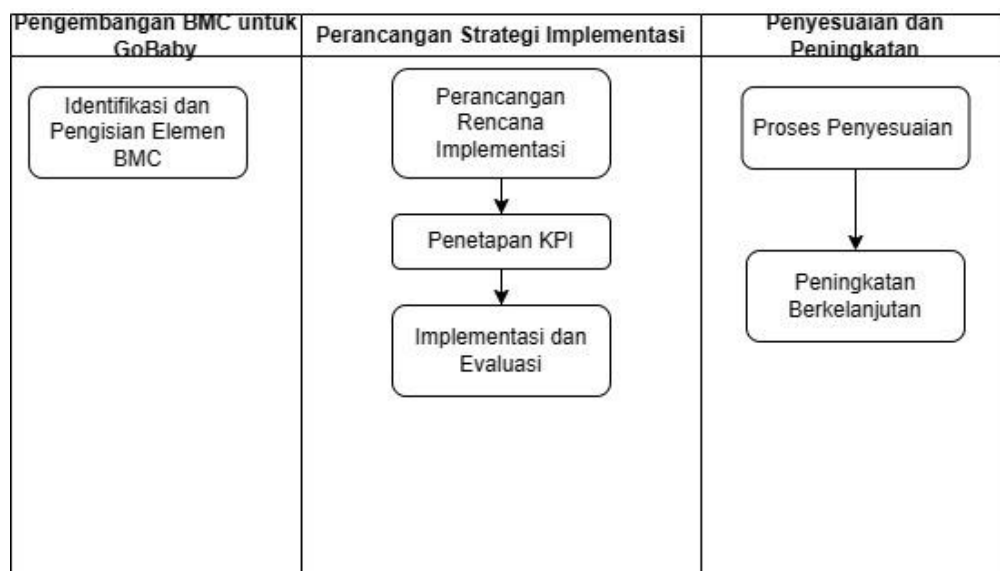
- Analisis tren penjualan: menganalisis tren penjualan selama periode waktu tertentu.
- Pola permintaan pelanggan: menilai pola permintaan pelanggan dan preferensi produk.
- Biaya operasional: mengidentifikasi dan menganalisis biaya operasional, termasuk pengeluaran pemasaran dan biaya operasional lainnya.

3. Studi Kasus

- Pemilihan studi kasus: memilih toko *online* lain yang berhasil menerapkan *BMC* dengan sukses.
- Analisis implementasi *BMC*: meneliti bagaimana toko *online* tersebut menerapkan *BMC* untuk meningkatkan kinerja bisnis.
- Identifikasi *best practices*: mengidentifikasi praktik terbaik yang dapat diterapkan atau disesuaikan dengan situasi *GoBaby*.

3.1.1 Alur Penerapan *Business Model Canvas (BMC)* pada *GoBaby*

Berikut adalah alur penerapan *BMC* dalam proses penyusunan laporan Tugas Besar dengan judul "Penerapan *Business Model Canvas* Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Toko Baju Bayi *Online* Studi Kasus *GoBaby*".



Gambar 3.2 Alur Penerapan *BMC* pada *GoBaby*
Sumber: Internal *GoBaby*

1. Pengembangan *BMC* untuk *GoBaby*

Identifikasi dan pengisian elemen *BMC*: berdasarkan analisis dokumen internal, penelitian deskriptif, dan studi kasus, mengidentifikasi dan mengisi elemen *BMC* yang relevan untuk *GoBaby*.

2. Perancangan Strategi Implementasi

- Perancangan rencana implementasi: membuat rencana implementasi *BMC* yang mencakup langkah-langkah yang harus diambil untuk meningkatkan kinerja bisnis *GoBaby*.
- Penetapan *KPI*: menetapkan *key performance indicator (KPI)* untuk mengukur keberhasilan implementasi *BMC*.
- Implementasi dan evaluasi: menerapkan *BMC* yang telah dirancang dan Evaluasi.

3. Penyesuaian dan Peningkatan

- Proses Penyesuaian
- Peningkatan berkelanjutan: meningkatkan dan mengembangkan *BMC* agar tetap relevan dan efektif.

3.2 Hambatan dan Solusi

Hambatan dan Solusi pekerjaan yang terdapat dalam proses pelaksanaan Tugas Besar dengan judul "Penerapan *Business Model Canvas* Untuk Meningkatkan Kinerja Bisnis Toko Baju Bayi *Online* Studi Kasus *GoBaby*", pada tabel berikut.

Tabel 3.1 Hambatan dan Solusi Pekerjaan

| No | Hambatan Pekerjaan | Solusi Pekerjaan |
|----|---|---|
| 1 | Keterbatasan Akses Data <i>GoBaby</i> | Memanfaatkan sumber data publik atau data yang dikasih oleh pihak <i>GoBaby</i> . |
| 2 | Masalah kepatuhan hukum yang berlaku | Menerapkan kebijakan privasi data yang sesuai dan memastikan terhadap regulasi yang berlaku. |
| 3 | Kurangnya keterlibatan <i>Stakeholder</i> | Sosialisasikan manfaat penelitian kepada pihak-pihak terkait, dan libatkan untuk perencanaan analisis data. |

3.3 Penerapan *Business Model Canvas (BMC)* pada *GoBaby*

1. *Branding Jasa*

GoBaby berfokus pada kenyamanan bayi, dengan menggunakan bahan *organic cotton* yaitu jenis kapas yang ditanam tanpa menggunakan pestisida atau herbisida sintetis, sehingga lebih ramah bagi kulit, terutama untuk bayi yang memiliki kulit yang sensitif dan rentan terhadap iritasi. Bahan ini *hypoallergenic*, yang berarti kurang mungkin menyebabkan reaksi alergi. Selain itu, seratnya memungkinkan udara untuk mengalir melalui kain, menjaga suhu tubuh bayi dan memberikan kenyamanan. Untuk di wilayah Bandung, toko khusus baju bayi berbahan *organic cotton* masih terbatas, maka dari itu, adanya *GoBaby* bisa menjadi pilihan untuk para orang tua yang ingin membeli pakaian baju bayi berbahan *organic cotton*.

Untuk pemilihan logo, warna, dan desain *visual* yang *GoBaby* pilih sepenuhnya menggambarkan nilai-nilai inti *GoBaby*, seperti kelembutan dan keceriaan. Dalam perbandingan langsung dengan pesaing, *GoBaby* yakin bahwa elemen *branding GoBaby*, terutama [contoh: warna khas atau desain logo yang unik], memberikan identifikasi yang kuat dan membedakan *GoBaby* di pasar. Konsistensi elemen *branding GoBaby* di seluruh *platform* komunikasi, termasuk situs *web*, media sosial, dan materi pemasaran, membantu membangun citra merek yang kuat dan dikenali. Penggunaan warna dan elemen *visual GoBaby* dipilih dengan mempertimbangkan preferensi demografis dan psikografis dari target pasar utama *GoBaby*. Elemen *branding GoBaby* tidak hanya mencerminkan nilai-nilai yang *GoBaby* terapkan, seperti kualitas dan kepedulian, tetapi juga memberikan kesan *visual* yang sesuai dengan misi *GoBaby* untuk menyediakan produk bayi terbaik di pasar. Dalam mengevaluasi kinerja aktual, *GoBaby* melihat bahwa elemen *branding GoBaby* secara positif menggambarkan citra dan nilai yang diinginkan dalam strategi merek *GoBaby*.

2. *Teknik Digital Marketing*

GoBaby menggunakan *digital marketing* dengan melalui *Facebook* seperti bergabung ke dalam sebuah *group online* khusus untuk para orang tua yang mempunyai bayi. Selain di *Facebook*, *GoBaby* juga selalu menggunakan fitur *Shopee* yaitu “naik-kan produk ke atas” yaitu fitur yang membantu produk

GoBaby berada di atas bila ada orang tua yang mencari kata kunci yang sama dengan produk *GoBaby*, contohnya bila orang tua mengetik “*Jumper*” maka fitur ini akan memunculkan produk yang memiliki kata kunci yang telah disebutkan.

3. Pembahasan Sembilan Elemen

Dalam *business model canvas (BMC)*, terdapat sembilan elemen kunci yang menjelaskan berbagai aspek strategis suatu bisnis. Pertama, elemen “*key partners*” membahas tentang hubungan dengan distributor dan rekan bisnis yang berkontribusi pada kelancaran strategi bisnis (Puspa & Janiar, 2018). Kedua, *key activities*” mengacu pada rangkaian aktivitas yang dilakukan oleh bisnis untuk menciptakan produk atau layanan yang diinginkan pelanggan dan mengirimkannya kepada mereka (Hutamy et al., 2021). Elemen ketiga, “*value proposition*” menyoroti nilai tambah yang ditawarkan kepada pelanggan, membedakan bisnis dari yang lain (Yurike & Sahetapy, 2018). Keempat, “*customer relationship*” adalah strategi untuk memahami dan melayani pelanggan secara optimal, serta membangun hubungan jangka panjang (Valerian Tamika & Ghina, n.d.). Kelima, “*customer segment*” adalah faktor utama dalam menentukan target pelanggan (Hendarsih, 2021).

Enam, “*key resources*” mengacu pada sumber daya kunci yang dimiliki oleh bisnis untuk mencapai nilai usaha yang diinginkan (Puspa & Janiar, 2018). Ketujuh, “*channels*” adalah wadah di mana bisnis dapat mempromosikan produk atau jasa secara efektif kepada pelanggan (Hutamy et al., 2021). Kedelapan, “*cost structure*” merinci biaya operasional yang terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap (Yurike & Sahetapy, 2018). Terakhir, elemen kesembilan, “*revenue sources*” membahas aliran pendapatan yang diperoleh dari hasil usaha (Hutamy et al., 2021). Dengan kesembilan elemen ini, *BMC* menyediakan kerangka kerja komprehensif untuk merancang dan mengoptimalkan model bisnis suatu entitas usaha.

3.3.1 Hasil dan Pembahasan Penerapan *BMC* pada *GoBaby*

Diharapkan hasil dari penelitian *Business Model Canvas (BMC)* kami dapat menjadi kemajuan yang diinginkan untuk perencanaan strategi usaha *GoBaby* di masa mendatang. Dalam penelitian ini, kami telah mengidentifikasi dan menerapkan sembilan elemen sebelumnya. Oleh karena itu, dengan adanya

business model canvas (BMC) yang kami susun, *GoBaby* dapat dengan lebih mudah mengevaluasi kelebihan dan kekurangan dalam strategi usahanya. Sembilan elemen yang terdapat pada *GoBaby* sebagai berikut:

Tabel 3.2 BMC GoBaby

| Business Model Canvas GoBaby | | | | |
|---|--|--|---|--|
| Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Produsen Organic Cotton (X). • Supplier baju bayi bahan Organic Cotton (Y). • Platform e-commerce Shopee. | Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Pengadaan baju bayi dari Kota Demak yaitu (X) dan (Y). • Branding dan desain visual untuk membedakan GoBaby. • Digital marketing melalui Facebook dan Shopee. | Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Baju bayi berbahan Organic Cotton untuk kenyamanan dan keamanan bayi. • Hypoallergenic dan ramah kulit. • Pilihan terbatas di wilayah Bandung. | Customer Relationships <ul style="list-style-type: none"> • Konsistensi elemen branding untuk membangun citra merek yang kuat. • Interaksi aktif melalui media sosial dan grup online. • Responsif terhadap pertanyaan dan umpan balik pelanggan. | Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Orang tua yang memiliki bayi di wilayah Bandung. • Orang tua yang peduli dengan kenyamanan bayi dan mencari produk berbahan Organic Cotton. • Orang tua yang menginginkan pilihan baju bayi yang ramah bagi kulit sensitif. |
| | Key Resources <ul style="list-style-type: none"> • Persediaan baju bayi dari Kota Demak yaitu (X) dan (Y). • Tim manajemen yang memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan. • Koneksi dengan produsen Organic Cotton. | | Channels <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan melalui toko fisik GoBaby. • Penjualan online melalui platform seperti Shopee. • Pemasaran digital melalui Facebook dan grup online khusus untuk orang tua. | |
| Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Biaya pengadaan baju bayi dari Kota Demak. • Biaya branding dan desain visual. • Biaya digital marketing dan promosi. | | Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> • Penjualan langsung melalui toko fisik dan online. • Potensi untuk menjual produk melalui fitur "naik-kan produk ke atas" di Shopee dan grup orang tua yang memiliki bayi di Facebook | | |

Sumber: Internal *GoBaby*

1. *Key Partners* (Mitra Kunci)

Key partners yang digunakan *GoBaby* adalah bermitra dengan produsen *organic Cotton* (X) dan *supplier* baju bayi bahan *organic cotton* (Y) untuk mendapatkan persediaan produk berkualitas. *GoBaby* menggandeng *platform e-commerce* yaitu *Shopee* untuk meningkatkan distribusi dan penjualan.

2. *Key Activities* (Kegiatan Kunci)

Key activities yang dilakukan *GoBaby* adalah mengelola pengadaan baju bayi dari Kota Demak, melakukan *branding* dan desain *visual* untuk membedakan *GoBaby*, dan melaksanakan kegiatan *digital marketing* melalui *Facebook* dan *Shopee*.

3. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Value proposition yang dimiliki *GoBaby* adalah menawarkan baju bayi berbahan *organic cotton* untuk kenyamanan dan keamanan bayi, fokus pada keunggulan *hypoallergenic* dan ramah kulit, dan menyediakan pilihan produk terbatas di wilayah Bandung.

4. **Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)**

Customer relationship yang berlangsung di *GoBaby* adalah

Membangun konsistensi dalam elemen *branding* untuk menciptakan citra merek yang kuat, terlibat dalam interaksi aktif melalui media sosial dan grup *online*, dan responsif terhadap pertanyaan dan umpan balik pelanggan.

5. **Customer Segments (Segmentasi Pelanggan)**

Customer segment GoBaby menargetkan orang tua yang memiliki bayi di wilayah Bandung, menyasar orang tua yang memprioritaskan kenyamanan bayi dan mencari produk berbahan *organic cotton*, dan memperhatikan orang tua yang mencari pilihan baju bayi ramah kulit sensitif.

6. **Key Resources (Sumber Daya Kunci)**

Key resources yang dimiliki *GoBaby* adalah memiliki persediaan baju bayi dari Kota Demak, Jawa Tengah, tim manajemen yang memahami kebutuhan dan preferensi pelanggan, dan membangun koneksi dengan produsen *organic cotton*.

7. **Channels (Saluran)**

Channels yang digunakan *GoBaby* adalah menjual melalui toko fisik *GoBaby*, menjual secara *online* melalui *platform* seperti *Shopee*, dan melakukan pemasaran digital aktif melalui *Facebook* dan grup *online* khusus untuk orang tua.

8. **Cost Structure (Struktur Biaya)**

Cost structure yang harus dikeluarkan oleh *GoBaby* adalah:

- Menanggung biaya pengadaan baju bayi dari Kota Demak, yaitu produsen *organic cotton* (X) dan *supplier* baju bayi bahan *organic cotton* (Y).
- Mengelola biaya *branding* dan desain *visual*.
- Menanggung biaya *digital marketing* dan promosi untuk meningkatkan visibilitas dan penjualan.

9. **Revenue Streams (Pendapatan)**

Revenue streams dari usaha toko baju bayi *GoBaby* diperoleh dari mendapatkan pendapatan melalui penjualan langsung di toko fisik dan *platform online* yang memanfaatkan potensi penjualan produk melalui fitur "naik-kan produk ke atas"

di *Shopee* dan promosi melalui *Facebook* seperti bergabung ke dalam sebuah *group online* khusus untuk para orang tua yang mempunyai bayi.

BAB IV PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Pakaian bayi saat ini menjadi kebutuhan pokok, terutama bagi orangtua yang ingin memberikan pakaian nyaman dan gaya untuk anak-anak mereka. Pilihan pakaian bayi tidak hanya mencerminkan perhatian dan kasih sayang orangtua, tetapi juga menjadi ekspresi dari perhatian tersebut. Oleh karena itu, bisnis toko baju bayi semakin berkembang dan memegang peran penting. Salah satu toko baju bayi yang menjadi fokus penelitian kami adalah *GoBaby*, yang mengutamakan kenyamanan bayi dengan menggunakan bahan *organic cotton*.

GoBaby memiliki beberapa strategi yang perlu diperbaiki, salah satunya melalui penerapan *business model canvas (BMC)*. *BMC* adalah kerangka kerja yang membahas strategi bisnis yang divisualisasikan dalam bentuk canvas atau karton. Penggunaan *BMC* dapat membantu *GoBaby* dalam mengembangkan strategi dengan lebih mudah. *GoBaby* memahami dengan baik segmen pelanggan mereka, yaitu orangtua di wilayah Bandung yang mencari produk berbahan *organic cotton* untuk kenyamanan, keamanan, dan kelembutan bagi bayi mereka.

GoBaby berhasil mengintegrasikan saluran penjualan fisik dan *online*, menggunakan *platform* seperti *Shopee*. Strategi pemasaran digital melalui *Facebook* dan grup *online* menunjukkan upaya yang dilakukan untuk mencapai target pasar. Konsistensi dalam elemen *branding* menciptakan citra merek yang kuat, sementara interaksi aktif melalui media sosial membantu membangun hubungan positif dengan pelanggan. Kesadaran *GoBaby* terhadap biaya yang terlibat, termasuk pengadaan, branding, dan pemasaran digital, memungkinkan mereka mengelola sumber daya keuangan dengan efisien. Manajemen sumber daya, seperti persediaan dari Kota Demak, dan pemahaman tim manajemen terhadap kebutuhan pelanggan, berperan kunci dalam kesuksesan operasional *GoBaby*.

4.2 Saran untuk GoBaby

1. Diversifikasi Produk:

Pertimbangkan untuk diversifikasi produk dengan memperluas koleksi baju bayi berbahan *organic cotton*. Ini dapat mencakup berbagai model, warna, dan desain untuk memenuhi selera beragam pelanggan.

2. Ekspansi Saluran Penjualan Online:

Kembangkan lebih lanjut strategi penjualan *online*, seperti melalui situs *web* resmi *GoBaby*, untuk meningkatkan visibilitas dan kendali atas pengalaman belanja *online* pelanggan.

3. Partnership dengan Komunitas Ibu dan Bayi:

Bentuk kemitraan dengan komunitas ibu dan bayi lokal untuk memperluas jaringan dan meningkatkan kepercayaan pelanggan. Ini dapat mencakup kehadiran dalam acara komunitas atau kolaborasi dengan *influencer* lokal.

4. Analisis Persaingan dan Riset Pasar:

Lakukan analisis kompetitif secara teratur dan terus pantau perubahan dalam perilaku konsumen. Ini membantu *GoBaby* untuk tetap berada di garis depan dalam menanggapi kebutuhan pasar.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Osterwalder, *Business Model Generation*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012
- B. Kirlyana and S. Rosyida, "Sistem Informasi Penjualan Sepatu Handmade Berbasis Web," *Inf. Manag. Educ. Prof.*, vol. 1, no. 1, pp. 22–31, 2016.
- Digital Transformation Should Start With Customers (mit.edu) (Thomas H. Davenport dan Andrew Spanyi, 2019).
- Hendarsih, Ida. (2021). ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA JASA ZIGZAG LASERWORK SEMARANG JAWA TENGAH.
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). In *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)* (Vol. 1, Issue 1).
- M. G. Rezqi and A. Ghina, "Analisis Model Bisnis Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Di Bidang Sepatu Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Studi Kasus: UMKM 'GZL' dan UMKM 'ASJ' Di Kota Bandung Pada Tahun 2014," *eProceedings Manag.*, vol. 2, no. 1, pp. 38–46, 2015.
- Microsoft Word - penelitian ALK Bapak Tulis.doc (Paulina Permatasari, 2011)
- Mimi Syahfitri, Maya Larasati, Mhd Izwan Sepriyadi, Putri Nur Atira, Tri Andini5 STIE Pembangunan Tanjungpinang, Kepulauan Riau, Analisis Business Model Canvas Upada Umkm Toko Junicomp Tanjungpinang tahun 2023
- (Daniel Minardi, 2022). (mediaindonesia.com) Penting, Memilih Pakaian Anak yang Nyaman dan Tetap Stylish
- Puspa, W., & Janiar, D. S. (2018). Strategi Customer Relationship Management (CRM) PT Angkasa Pura II (Persero). *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 10–23.
- Valerian Tamika, A., & Ghina, A. (n.d.). ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS DALAM UPAYA MENCAPAI KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus pada Green Laundry di Wilayah Sekelimus, Kota Bandung).
- Yurike, Y., & Sahetapy, W. L. (2018). ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA UD DIAMOND MOTOR (Vol. 6, Issue 2).

LAMPIRAN



UNIVERSITAS LOGISTIK & BISNIS INTERNASIONAL
PROGRAM STUDI D4 LOGISTIK NIAGA-EL
JL. SARIASIH NO. 54 BANDUNG - 40151
Telp. 022-2009562, 2009570
Fax. 022-2009568

FORM BIMBINGAN KEGIATAN TUGAS BESAR

Nama Mahasiswa : Audy Fitra Gunawan, Fauzal Bagus Wijaya NPM. 7204008, 72040416
Pembimbing : Dr. Santoso, S.Si, M.Kom
Judul : "Penerapan BMC untuk meningkatkan kinerja bisnis, Goba by"
Semester : 7 Toko baju bayi online

Pelaksanaan Bimbingan

| No | Tanggal/Jam Bimbingan | Catatan Kemajuan/Materi | Paraf Pembimbing |
|-----|-----------------------|---|------------------|
| 1. | 25/10/2023 | Pengajuan topik, diskusi topik, penentuan topik | |
| 2. | 31/10/2023 | Koreksi bab 1, diskusi judul | |
| 3. | 8/11/2023 | Koreksi bab 1. | |
| 4. | 15/11/2023 | Revisi dan masukkan bab 1 | |
| 5. | 23/11/2023 | Revisi bab II (perusahaan nya) | |
| 6. | 30/11/2023 | Revisi bab II | |
| 7. | 6/12/2023 | Revisi bab II Cusaitkan bmc? | |
| 8. | 13/12/2023 | Koreksi Laporan | |
| 9. | | | |
| 10. | | | |

Keterangan :

1. Formulir kegiatan Proyek 1 harus selalu dibawa pada saat bimbingan berlangsung.
2. Formulir kegiatan Proyek 1 dikumpulkan kembali pada saat pengajuan sidang Proyek 1.

Lampiran 1 Form Bimbingan Kegiatan Tugas Besar