

## Penerapan Business Model Canvas pada Bisnis Kreatif Digital Stripsy.Space

Kayla Attya Ramadhani<sup>1\*</sup>, Cynthia Octavania Putri Salma<sup>2</sup>, Ayutyas Sayekti<sup>3</sup>  
<sup>1,2,3</sup>IPB University, Indonesia

Alamat: Jl. Kumbang No.14, RT.02/RW.06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128

Korespondensi penulis: [kayla04atty@apps.ipb.ac.id](mailto:kayla04atty@apps.ipb.ac.id)

**Abstract.** This research focuses on designing the business framework for Stripsy.Space, a digital creative business that offers personalized photostrip products, by utilizing the Business Model Canvas (BMC) approach. This approach maps nine main elements to create an integrated and dynamic business strategy for market changes. This research uses qualitative descriptive methods to evaluate existing business models and identify opportunities to improve operational efficiency, encourage product innovation, and strengthen value propositions. The research results show that the application of BMC to Stripsy.Space has succeeded in increasing competitiveness through optimizing distribution channels, managing customer relationships and product diversification. The conclusion of this research is that implementing BMC can be an effective strategic guide in making business decisions, while strengthening Stripsy.Space's competitive position in the digital creative business market. Recommendations are given to strengthen digital marketing strategies and increase product variations to expand market reach.

**Keywords:** Business Model Canvas, Business Strategy, Digital Creative Business

**Abstrak.** Penelitian ini berfokus dalam merancang kerangka bisnis Stripsy.Space, sebuah bisnis kreatif digital yang menawarkan produk fotostrip personalisasi, dengan memanfaatkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Pendekatan ini memetakan sembilan elemen utama untuk menciptakan strategi bisnis yang terpadu dan dinamis terhadap perubahan pasar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mengevaluasi model bisnis yang ada serta mengidentifikasi peluang dalam meningkatkan efisiensi operasional, mendorong inovasi produk, dan memperkuat proposisi nilai. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan BMC pada Stripsy.Space berhasil meningkatkan daya saing melalui optimalisasi saluran distribusi, pengelolaan hubungan pelanggan, dan diversifikasi produk. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu dengan mengimplementasi BMC dapat menjadi panduan strategis yang efektif dalam pengambilan keputusan bisnis, sekaligus memperkuat posisi kompetitif Stripsy.Space di pasar bisnis kreatif digital. Rekomendasi diberikan untuk memperkuat strategi pemasaran digital dan menambah variasi produk untuk memperluas jangkauan pasar.

**Kata kunci:** Bisnis Kreatif Digital, Business Model Canvas, Strategi Bisnis

### 1. LATAR BELAKANG

Di era digital, model bisnis merupakan elemen kunci dalam menentukan keberhasilan dan keberlanjutan suatu usaha (Hidayah et al., 2023). *Business Model Canvas* (BMC) berupa pendekatan strategis dengan sembilan komponen inti yang terdiri dari kerangka pemikiran, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, dan sumber daya utama (Fatricia & Sultan, 2019; Reza & Noviansyah, 2024;

Sukarno & Ahsan, 2021; Wardana & Sitania, 2023). Dengan kemampuannya untuk merancang strategi yang terintegrasi dan adaptif terhadap dinamika pasar, BMC menjadi alat yang sangat relevan bagi bisnis kreatif digital seperti Stripsy.Space (Kuswandi & Sultan, 2020; Poerwanto et al., 2021; Sepriyadi et al., 2023).

Sebagai UMKM kreatif digital yang menawarkan produk *photostrip* personalisasi, Stripsy.Space menghadapi tantangan untuk mengidentifikasi elemen-elemen kunci yang dapat memperkuat proposisi nilai, memperluas pasar, dan meningkatkan efisiensi operasional. Pemanfaatan *Business Model Canvas* (BMC) memungkinkan evaluasi terhadap kelemahan konsep bisnis sekaligus perbaikan operasional secara berkelanjutan (Faradilah et al., 2024; Hutamy et al., 2021). Dengan pendekatan ini, Stripsy.Space dapat menjadi lebih responsif terhadap dinamika dan kebutuhan pasar.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penerapan BMC pada bisnis kreatif dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan. Misalnya, studi pada Galeri Batik Agnesa menyoroti pentingnya optimalisasi *customer relationship* dan *value proposition* dalam meningkatkan keterlibatan pelanggan (Nurjaman et al., 2021). Sementara itu, penelitian pada UMKM Sweet Banana menggarisbawahi peran diversifikasi saluran distribusi dan inovasi produk untuk memperluas segmen pelanggan (Hidayah et al., 2023).

Penelitian ini berfokus dalam mengembangkan model bisnis Stripsy.Space dengan pendekatan komprehensif BMC, dengan menekankan integrasi sembilan elemen utama untuk menciptakan strategi bisnis yang menyeluruh. Pendekatan ini juga akan menganalisis dampak penerapan BMC terhadap keberlanjutan usaha, khususnya dalam meningkatkan proposisi nilai dan jangkauan pasar. Dengan kontribusi ini, diharapkan Stripsy.Space dapat mengatasi tantangan operasional sekaligus memperkuat posisinya di pasar bisnis kreatif digital yang semakin kompetitif.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **2.1 Model Bisnis**

Model bisnis merupakan kerangka yang dirancang untuk membantu perusahaan atau pelaku usaha dalam menentukan tujuan, mengevaluasi kekuatan dan kelemahan, serta menciptakan nilai tambah bagi pelanggan (Almi et al., 2021). Tujuan utama dari model bisnis ini adalah untuk menarik pelanggan, meningkatkan

kualitas layanan, dan menghasilkan pendapatan yang stabil serta berkelanjutan. Selain itu, menurut (Sunendar et al., 2021), kemampuan kewirausahaan yang semakin berkembang menuntut adanya model bisnis yang terstruktur guna memastikan bisnis berjalan secara terarah dan berkelanjutan.

## **2.2 Business Model Canvas**

*Business Model Canvas* merupakan alat yang digunakan untuk menggambarkan, menjelaskan, menganalisis, serta mengembangkan model bisnis (Mursyidah & Alifa, 2022; Rahmatang et al., 2019). Metode ini bertujuan untuk membantu merancang strategi yang kokoh dengan memetakan sembilan elemen penting dalam sebuah bisnis (Kusriyanti, 2020; Makkarennu et al., 2023). Elemen tersebut meliputi Segmen Pelanggan, Proposisi Nilai, Saluran, Hubungan Pelanggan, Arus Penerimaan, Sumber Daya Utama, Aktivitas Kunci, Kerjasama, Struktur Biaya.

## **2.3 Model Bisnis**

Menurut (Trisna & Zulkifli, 2021) bisnis kreatif era digital adalah jenis usaha yang mengutamakan inovasi dengan memanfaatkan teknologi sebagai komponen utama dalam proses operasionalnya. Jenis bisnis ini memiliki peluang yang menjanjikan, terutama karena perkembangan media daring yang pesat. Di Indonesia, misalnya, penggunaan media sosial seperti Facebook telah mencapai angka 42,5 juta pengguna, menjadikannya yang tertinggi keempat di dunia, sebagaimana yang dijelaskan oleh (Febriana et al., 2023).

## **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif. Pendekatan yang digunakan untuk menguraikan dan memaparkan hasil penelitian melalui kata-kata, teks, dan tindakan dari individu yang menjadi objek penelitian disebut penelitian kualitatif (Sukarno & Ahsan, 2021; Warnaningtyas, 2020). Metode kualitatif sering digunakan dalam merancang rencana awal bisnis serta mendukung pengambilan keputusan dan membantu menjelaskan sasaran pelanggan, membuat inovasi produk, mengkaji usulan, dan mengetahui cara konsumen mengambil keputusan (Poerwanto et al., 2021). Metode deskriptif kualitatif juga digunakan untuk evaluasi model bisnis menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) (Hidayah et al., 2023). Dengan ini, dapat

mengidentifikasi peluang untuk inovasi produk, meningkatkan efisiensi operasional, dan paham membangun komunikasi dengan pelanggan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini mengungkapkan berbagai aspek penting dalam model bisnis *custom photostrip* Stripsy.Space, yang dianalisis menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC). Analisis bertujuan untuk memahami kebutuhan pelanggan. Berikut adalah pembahasan dari setiap elemen BMC yang telah diterapkan bisnis ini dijelaskan pada Gambar 1.



Gambar 1. *Business Model Canvas*

#### Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)

Fokus utama dari segmen pelanggan bisnis Stripsy.Space yaitu remaja dan individu yang menyukai memori istimewa seperti acara perjalanan, perayaan, atau kegiatan sehari-hari. Selain itu, pelanggan yang sedang mencari kado dan ingin mengirim hadiah kepada sahabat, kekasih atau keluarga menjadi target penting dalam memperluas pasar bisnis.

#### Saluran (*Channels*)

Stripsy.Space memiliki saluran komunikasi yang menghubungkan pelanggan dengan produk yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp untuk menawarkan produk langsung ke teman dan orang terdekat dan Instagram untuk promosi dan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, marketplace seperti Shopee digunakan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian dan pengiriman produk.

### **Hubungan dengan Pelanggan (*Customer Relationship*)**

Relasi dengan konsumen dibentuk dengan interaksi yang akrab, cepat, dan responsif. Layanan revisi desain membantu pelanggan merasa puas karena mereka mendapatkan produk sesuai keinginan. Pelayanan yang baik menjadi kunci untuk menjaga kepercayaan dan loyalitas pelanggan.

### **Kerjasama (*Key Partners*)**

Stripsy.Space bekerjasama dengan beberapa mitra penting untuk menjalankan bisnis, seperti vendor percetakan yang memastikan hasil cetak berkualitas tinggi. Selain itu, platform digital marketing dan marketplace seperti Shopee juga menjadi mitra yang membantu memasarkan produk secara luas dengan cara yang efisien.

### **Aktivitas Kunci (*Key Activities*)**

Kegiatan utama bisnis ini mencakup pembuatan desain photostrip yang kreatif dan menarik sesuai keinginan pelanggan. Selain itu, pemasaran digital melalui media sosial seperti Instagram digunakan untuk menarik perhatian pelanggan. Komunikasi langsung dengan pelanggan juga menjadi kegiatan penting untuk memastikan mereka puas dengan layanan dan produk yang diberikan.

### **Struktur Biaya (*Cost Structure*)**

Biaya utama bisnis ini meliputi biaya perangkat lunak desain, koneksi internet, dan biaya produksi seperti cetak *photostrip*. Untuk mengurangi biaya, Stripsy.Space memanfaatkan platform gratis untuk pemasaran dan mencari mitra percetakan dengan harga yang terjangkau.

### **Sumber Daya Utama (*Key Resources*)**

Bisnis ini didukung oleh perangkat lunak desain, tim kreatif, dan mitra percetakan yang andal. Tim kreatif berperan besar dalam menciptakan desain yang menarik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sementara mitra percetakan memastikan hasil akhir produk tetap berkualitas.

### **Proposisi Nilai (*Value Proposition*)**

Produk yang ditawarkan Stripsy.Space adalah *photostrip* yang bisa dikustomisasi sesuai kebutuhan pelanggan, sehingga menjadi produk yang personal dan unik. Selain itu, proses desain yang fleksibel, layanan revisi desain tanpa batas, dan hasil cetakan berkualitas tinggi memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

### **Arus Penerimaan (*Revenue Streams*)**

Sumber pendapatan utama diperoleh melalui hasil penjualan *photostrip*, baik dalam bentuk desain standar maupun yang dikustomisasi. Penawaran paket menarik dan promosi khusus menjadi cara untuk meningkatkan penjualan.

## **5. KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* (BMC) mempermudah proses penyusunan model awal untuk Stripsy.Space secara rinci dan mudah dipahami. Dengan menggunakan rancangan model bisnis kanvas, Stripsy.Space mampu menganalisis secara komprehensif kondisi lingkungan usaha serta sasaran bisnis yang ingin dicapai. Selain itu, desain *Business Model Canvas* berfungsi sebagai acuan dalam pengambilan keputusan pada bisnis Stripsy.Space dan sebagai solusi alternatif ketika menghadapi rintangan atau hambatan. Setiap elemen pada *Business Model Canvas* saling terhubung, yang berarti seluruh elemen harus berjalan dan saling mendukung. Elemen yang terpenting pada BMC ini yaitu *revenue stream* karena menggambarkan bagaimana pendapatan yang telah diperoleh. Dengan adanya pemetaan aliran pendapatan, Stripsy.Space dapat mempertimbangkan dan merencanakan aktivitas yang perlu dilakukan untuk menjalankan bisnis yang efektif. Stripsy.Space memiliki peluang besar untuk berkembang sebagai bisnis *custom*

*photostrip* dengan menawarkan produk yang relevan bagi pelanggan. Produk yang fleksibel dan dapat dikustomisasi sesuai keinginan pelanggan, didukung layanan revisi tanpa batas, memberikan nilai lebih yang membuat pelanggan puas.

### Saran

Saran untuk pengembangan bisnis Stripsy.Space adalah meningkatkan strategi pemasaran digital dengan memanfaatkan konten kreatif di media sosial, seperti pembuatan *reels* promosi di Instagram, serta membuat akun TikTok dan meluncurkan kampanye pemasaran produk dengan pendekatan yang kreatif untuk menarik perhatian audiens yang lebih luas. Selain itu, menambahkan variasi produk dapat menjadi metode yang efisien untuk mencapai lebih banyak konsumen dengan kebutuhan dan preferensi yang beragam. Stripsy.Space juga perlu rutin mengevaluasi testimoni pelanggan sebagai bahan masukan untuk terus meningkatkan kualitas produk dan layanan. Terakhir, fokus pada peningkatan pelayanan pelanggan, seperti mempercepat respons dan memberikan pengalaman yang lebih *personal*, dapat membantu membangun kepercayaan sekaligus memperkuat loyalitas pelanggan.

### DAFTAR REFERENSI

- Almi, F., Praptono, B., & Hadi, R. M. E. (2021). *PERANCANGAN MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA USAHA LIGHTMOS*. 8(5), 7684.i
- Faradilah, L. P., Endang Chumaidiyah, & Farda Hasun. (2024). Perancangan Model Bisnis Perusahaan Training dan Consulting PT.XYZ dengan Menggunakan Business Model Canvas. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 3679–3696. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.1784>
- Patricia, W., & Sultan, M. A. S. (2019). Implementasi Bisnis Model Kanvas dalam Perancangan Manajemen Bisnis Aplikasi JASKOST. *JURNAL ILMU MANAJEMEN DAN BISNIS*, 10(1), 93–100. <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i1.15338>
- Febriana, H., Andita, K. V., Rismarina, R. A., & Maulana, A. (2023). Peluang Bisnis Digital di Indonesia Pada Era Society 5.0. *Jurnalku*, 3(3), 365–374. <https://doi.org/10.54957/jurnalku.v3i3.595>

- Hidayah, R., Farid, E. S., & Adda, H. W. (2023). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Upaya Pengembangan Usaha Sweet Banana. *Jurnal EMA*, 8(1), 10. <https://doi.org/10.51213/ema.v8i1.316>
- Hutamy, E. T., Marham, A., & Hasan, M. (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)*. 1(1).
- Kusriyanti, T. (2020). PERANCANGAN STRATEGI BISNIS DENGAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS PADA LEORA DESIGN INTERIOR & FURNITURE. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 1(2), 527–536. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v1i2.294>
- Kuswandi, A., & Sultan, M. A. (2020). *Penerapan Bisnis Model Kanvas Pada Social Marketplace Santree*. 11(2). <https://doi.org/10.17509/jimb.v11i2.27085>
- Makkarennu, Salim, S. A., Irnasari, Israwati, & Rahmiawati, V. (2023). *MODEL BISNIS USAHA BERBASIS HASIL HUTAN BUKAN KAYU POTENSIAL*. 19(3).
- Mursyidah, A., & Alifa, S. (2022). *Analisis Business Model Canvas Mengenai Program Dan Strategi Pemasaran Produk Bsi Griya Pada Bank Syariah Indonesia*. 1(1).
- Nurjaman, F. R. A., Aurachman, R., & Tripiawan, W. (2021). *BUSINESS MODEL CANVAS SEBAGAI ALTERNATIF STRATEGI BISNIS DALAM PENGEMBANGAN INDUSTRI KREATIF: Studi Kasus di Galeri Batik Agnesa Kota Tasikmalaya*. 8(1), 532.
- Poerwanto, G. H., Kristia, K., & Pranatasari, F. (2021). Praktik Model Bisnis Berkelanjutan pada Komunitas UMKM di Yogyakarta. *EXERO: Journal of Research in Business and Economics*, 2(2), 183–204. <https://doi.org/10.24071/exero.v2i2.4050>
- Rahmatang, R., Evahelda, E., & Agustina, F. (2019). Strategi Pengembangan Usaha Madu Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: UMKM Toko Pelawan Desa Namang Kabupaten Bangka Tengah). *Journal of Integrated Agribusiness*, 1(2), 115–129. <https://doi.org/10.33019/jia.v1i2.1080>
- Reza, K. M. F., & Noviansyah, Ka. (2024). STRATEGI BISNIS STARTUP MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS: STUDI KASUS GOJEK DAN AIRBNB. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 3(5), 1727–1738. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v3i5.7423>



- Sepriyadi, M. I., Wardani, A., Syahfitri, M., & Resmaliana, R. (2023). *Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang*. 3(4).
- 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>
- Sunendar, S., Novia, R. A., & Zulkifli, L. (2021). ANALISIS BISNIS MODEL KANVAS PADA UMKM PENGOLAHAN MELINJO DI KECAMATAN LIMPUNG KABUPATEN BATANG. *Agricore: Jurnal Agribisnis Dan Sosial Ekonomi Pertanian Unpad*, 5(2). <https://doi.org/10.24198/agricore.v5i2.29907>
- Trisna, N. M. S. W., & Zulkifli, F. F. (2021). BISNIS KREATIF DI ERA DIGITAL DENGAN MENGGANGKAT KEARIFAN LOKAL. *Jurnal Da Moda*, 2(2), 42–47. <https://doi.org/10.35886/damoda.v2i2.198>
- 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>
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 2580–0043.