

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Bisnis Model Canvas

1. Pengertian Bisnis Model Canvas

Bisnis model canvas adalah strategi pengembangan bisnis yang menggunakan sembilan blok bangunan yang mengilustrasikan model canvas memperlihatkan kepada semua anggota proyek secara visual atau gambaran besar dari peranan bagian yang penting maupun bagian di dalamnya yang saling ketergantungan diantara mereka. Strategi pengembangan bisnis diperlukan dengan pemilihan model bisnis, model bisnis merupakan sebuah model yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai.¹

Bisnis Model Canvas (BMC) ialah gambaran visual dari sebuah model bisnis, model bisnis ini dituangkan dalam satu lembar kertas dengan penjelasan yang lengkap dari strategi yang dibutuhkan bisnis, pebisnis dipaksa untuk menciptakan ide bisnis agar mendapatkan kesuksesan di pasar begitupun menggambarkan bisnis untuk menemukan kelemahan bisnis dan menguji strategi. Penerapan bisnis model canvas yang baik juga harus menggambarkan sumber daya dan kemampuan yang dimiliki oleh perusahaan. BMC membantu

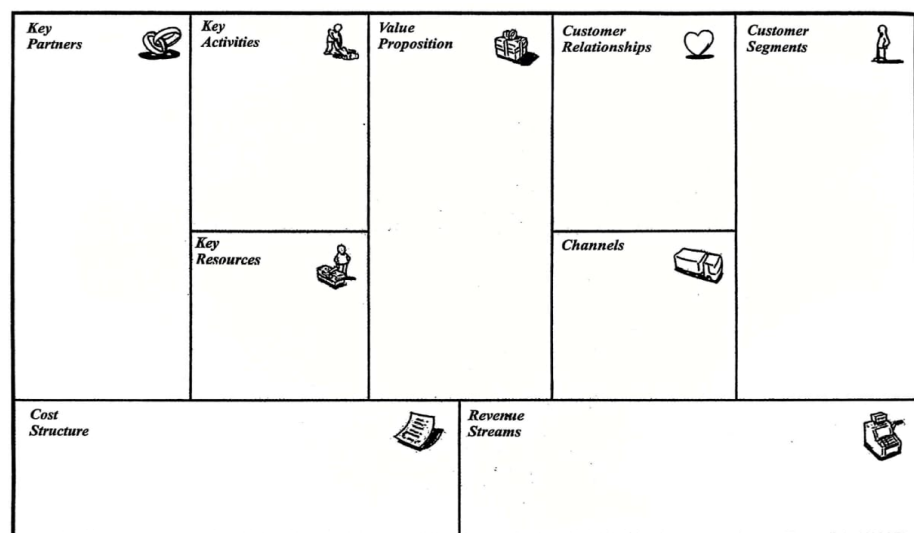
¹ Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, *Business Model Generation* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2013), 50.

perusahaan untuk merancang, menganalisis dan mengembangkan model bisnis.²

2. Elemen - elemen Bisnis Model Canvas

Ada sembilan blok yang mengilustrasikan secara visual dalam BMC yaitu sebagai berikut:³

Gambar 2. 1 Bisnis Model Canvas



Sumber : *Business Model Generation*, 2013.

a. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)

Segmen pelanggan adalah pihak yang merupakan inti dari semua model bisnis, pelanggan memberikan keuntungan jika tidak ada pelanggan maka tidak ada perusahaan yang mampu bertahan dalam waktu yang lama. Blok bangunan ini yang menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan.

² Frans Royan, *Bisnis Model Kanvas Distributor* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), 13.

³ Osterwalder dan Pigneur, *Business Model Generation*, 20–43.

b. Proporsi nilai (*Value Proportions*)

Proporsi nilai merupakan sebuah blok bangunan proporsi yang menggambarkan produk atau jasa yang telah ditawarkan oleh suatu lembaga pantas untuk pelanggan pilih. Proporsi nilai dapat membantu memecahkan masalah pelanggan yang ingin memenuhi kebutuhannya dengan memberikan penawaran semaksimal mungkin kepada pelanggan.

c. Saluran Pemasaran (*Channels*)

Saluran pemasaran ini merupakan blok yang menunjukkan bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggan atau sebagai penghubung sehingga dapat menjangkau mereka untuk memberikan penjelasan proporsi nilai yang telah ditawarkan.

d. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Hubungan pelanggan ini ialah blok yang menggambarkan hubungan pelanggan yang telah dibangun oleh perusahaan, bentuk hubungan ini yaitu dengan mendapatkan konsumen baru, menjaga konsumen lama dan baru dengan menawarkan jasa atau hasil produksi perusahaan.

e. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Arus pendapatan merupakan blok yang menggambarkan faktor terbesar atau inti dari sebuah organisasi agar tetap hidup. Arus pendapatan menggambarkan pendapatan atau uang dari segmen pelanggan yang berarti sumber daya ini membuat

perusahaan mampu untuk memberikan proporsi nilai kepada pelanggan ataupun memperoleh pelanggan.

f. Sumber Daya Utama (*Key Resources*)

Sumber daya utama yaitu blok yang menampilkan aset-aset terpenting yang memungkinkan perusahaan atau organisasi memastikan apakah dapat mengoperasikan model bisnis. Aset penting ini berhubungan dengan semua segmen dengan menawarkan dan menciptakan proporsi nilai kepada segmen pelanggan. Sumber daya utama yang menjadi fokus adalah sumber daya manusia yang secara langsung terlibat dalam proses produksi dan tenaga penjualan.

g. Aktivitas Kunci (*Key Activities*)

Aktivitas kunci adalah blok yang memvisualisasikan segala aktivitas-aktivitas penting yang harus dilakukan oleh organisasi atau perusahaan yang mendukung model bisnis dapat bekerja dalam menggiring proporsi nilai kepada segmen pelanggan.

h. Kemitraan Utama (*Key Partnerships*)

Kemitraan utama biasanya dilakukan oleh perusahaan yang bekerja sama untuk mengoptimalkan bisnis, meminimalisir ketidakpastian dari prospek, dan perusahaan mampu memiliki daya saing yang tinggi dengan kompetitor.

i. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Struktur biaya ialah blok yang menampilkan keseluruhan biaya yang digunakan untuk seluruh proses mengoperasikan model bisnis yang dijalankan. Pemilihan model bisnis dapat mengetahui apakah biaya yang digunakan akan tinggi atau rendah.

3. Tujuan Penerapan Bisnis Model Canvas

Tujuan utama penerapan Bisnis Model Canvas (BMC) adalah untuk membantu perusahaan memvisualisasikan, merancang, dan mengembangkan model bisnis secara sederhana namun komprehensif. Tujuan dari penerapan BMC sebagai berikut:⁴

a. Memahami Struktur Bisnis

BMC memberikan gambaran yang jelas tentang bagaimana berbagai elemen bisnis saling berhubungan, sehingga memudahkan analisis dan identifikasi area yang memerlukan perbaikan.

b. Mengidentifikasi Peluang Inovasi

Dengan melihat model bisnis secara keseluruhan, perusahaan dapat menemukan peluang inovasi dalam penawaran produk, saluran distribusi, atau hubungan pelanggan.

⁴ Ibid., 14–15.

c. Memfasilitasi Diskusi Strategis

BMC menjadi alat komunikasi yang efektif antar tim, memungkinkan diskusi yang lebih terarah dan kolaboratif mengenai strategi bisnis.

d. Mengurangi Risiko Kegagalan

Dengan merancang model bisnis yang matang dan terstruktur, perusahaan dapat mengidentifikasi potensi risiko dan mengantisipasi tantangan sebelum menerapkan strategi.

e. Fleksibilitas dan Adaptasi

BMC dapat dengan mudah dimodifikasi, memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan pasar dan kebutuhan pelanggan.

B. Pendapat

1. Pengertian Pendapatan

Menurut Tito pendapatan adalah *income* yaitu imbalan yang diterima oleh seluruh rumah tangga pada lapisan masyarakat dalam suatu negara atau daerah dari penyerahan faktor-faktor produksi setelah melakukan kegiatan perekonomian dan digunakan oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan konsumsi dan sisanya merupakan tabungan untuk memenuhi hari depan.⁵ Pendapatan adalah penghasilan yang diperoleh seseorang dari semua sumber ekonomi

⁵ Sadan Madji, Daisy S.M. Engka, dan Jacline I. Sumual, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Petani Rumput Laut Di Desa Nain Kecamatan Wori Kabupaten Minahasa Utara," *Jurnal EMBA* 7, no. 3 (2019): 3999.

seperti gaji, investasi dan bisnis. Pendapatan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan hidup suatu usaha.

Karyawan merupakan seorang yang menjual jasa baik tenaga maupun pikirannya untuk mengerjakan pekerjaan yang diberikan dan berhak untuk mendapatkan kompensasi sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati oleh perusahaan dan karyawan. Kekayaan utama dalam perusahaan atau organisasi adalah karyawan tanpa keikutsertaan mereka aktifitas didalam perusahaan tidak akan terjadi.⁶

Pendapatan karyawan merupakan berbagai bentuk imbalan atau kompensasi yang diterima oleh karyawan sebagai hasil dari kontribusi berupa pekerjaan dan jasa yang telah mereka berikan kepada perusahaan dalam jangka waktu tertentu. Pendapatan ini dapat meningkatkan kesejahteraan karyawan dan memberikan motivasi sehingga mereka secara optimal mampu memberikan kinerja yang terbaik. Pendapatan karyawan tidak hanya meliputi gaji pokok namun juga mencakup berbagai elemen yang lain, elemen tersebut sebagai berikut:⁷

a. Gaji pokok

Gaji pokok merupakan kompensasi yang diberikan oleh perusahaan berdasarkan jabatan, tanggung jawab dan perjanjian yang telah disepakati oleh karyawan dan perusahaan.

⁶ Fitri Rezeki et al., *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi* (Bandung: CV Media Sains Indonesia, 2021), 7.

⁷ Ibid., 153–154.

b. Tunjangan

Tunjangan adalah tambahan dari penghasilan yang mendukung kebutuhan karyawan dalam bekerja seperti tunjangan untuk makan, transportasi ataupun kesehatan.

c. Bonus

Bonus diberikan oleh perusahaan atas pencapaian karyawan dalam mencapai target tertentu, bonus sebagai bentuk penghargaan kinerja dan memotivasi karyawan untuk mencapai hasil kerja yang optimal.

d. Lembur

Lembur diberikan oleh perusahaan kepada karyawan yang telah bekerja diluar jam kerja normal.

2. Sumber-Sumber Pendapatan

Pendapatan keluarga berasal dari berbagai sumber, setiap anggota keluarga memiliki jenis pekerjaan yang berbeda ada yang bekerja sebagai pegawai tetap maupun pekerjaan pengganti. Berikut adalah sumber pendapatan keluarga :

- a. Berdagang dan wiraswasta atau usaha sendiri.
- b. Sebagai karyawan atau pegawai dengan bekerja pada orang lain.
- c. Hasil dari milik seperti penyewaan dari sawah atau rumah yang dimiliki.⁸

⁸ Kasmir, *Analisis Laporan Keuangan* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), 46.

Pendapatan karyawan berupa upah secara langsung dibayarkan berdasarkan jam kerja, jam kerja yang dimaksud adalah waktu yang digunakan oleh pengusaha untuk menyelesaikan pekerjaan setiap harinya. Upah disini didefinisikan sebagai balas jasa yang adil dan layak diberikan kepada pekerja atas jasanya dalam mencapai tujuan organisasi atau perusahaan.⁹ Sehingga upah ini merupakan hak karyawan setelah selesai melakukan pekerjaannya.

3. Faktor Pendapatan

Menurut Malayu S.P Hasibuan pendapatan atau kompensasi yang diterima karyawan dipengaruhi oleh beberapa faktor berikut:¹⁰

a. Pendidikan dan Keterampilan

Tingkat pendidikan dan keterampilan memiliki kontribusi terhadap besaran pendapatan karyawan. Karyawan dengan pendidikan tinggi umumnya memiliki keahlian yang lebih spesifik dan mampu meningkatkan produktivitas kerja.

b. Pengalaman Kerja

Semakin lama seseorang bekerja semakin besar peluang untuk mendapatkan kenaikan gaji. Pengalaman ini memperlihatkan penguasaan tugas yang diberikan dan kemampuan dalam menyelesaikan tanggung jawab.

⁹ Zunaidah, Didik Susetyo, dan Muhammad Ichsan Hadjri, *Kompensasi* (Palembang: Unsri Press, 2020), 62.

¹⁰ Malayu S.P Hasibuan, *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Jakarta: Bumi Aksara, 2016), 118.

c. Jabatan atau Tanggung Jawab

Tanggung jawab yang lebih besar yang diberikan kepada karyawan akan memberikan kompensasi yang lebih tinggi pula.

d. Kinerja (Prestasi Kerja)

Karyawan dengan prestasi kerja tinggi akan mendapatkan kompensasi lebih sebagai bentuk penghargaan.

e. Posisi Pasar Tenaga Kerja

Gaji atau pendapatan karyawan juga ditentukan oleh kondisi pasar, seperti permintaan dan penawaran tenaga kerja dalam bidang tertentu.