

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS ROYY SPLY DENGAN METODE SWOT DAN BUSSINES PLAN MODEL CANVAS

Riyadi Guntur Prasetyo ¹, Royyan Henry Permana²

¹ Fakultas Ekonomi dan Sosial, Univertitas Amikom Yogyakarta

E-mail: riyadigunturp@students.amikom.ac.id¹, royyanhenry@students.amikom.ac.id²

Article Info

Abstract

ARTICLE HISTORY

Received:
01/08/2025
Reviewed:
03/11/2025
Revised:
6/11/2025
Accepted:
8/11/2025

DOI: 10.54840/wijob.v4i2.402

This study aims to design a business development strategy for royy.sply, a retail venture focused on buying and selling branded jackets. The business targets a young market segment that follows casual and streetwear fashion trends. A qualitative approach was used, employing SWOT analysis and the Business Model Canvas (BMC) to assess both internal and external business conditions. Data were collected through observations and interviews with consumers and similar market players. The analysis revealed that royy.sply holds competitive advantages but also faces challenges that require adaptive strategies. This research provides an applicable development plan to support the business's future effectiveness and efficiency.

Keywords: SWOT, BMC, Business Strategy, royy.sply, Fashion

PENDAHULUAN

Menggunakan strategi bisnis untuk pengembangan bisnis agar mampu bertahan dan maju membutuhkan konsep model bisnis, model bisnis sering digunakan untuk strategi dan perencanaan pemilik perusahaan adalah bussines model canvas. Business model canvas adalah model bisnis sederhana yang digambarkan untuk perencanaan dan strategi untuk bisnis perusahaan. Bussines model canvas dibuat dan dikembangkan oleh osterwalder dan yves pigneur untuk memudahkan perencanaan dan strategi maupun rancangan untuk bisnis perusahaan (Sukarno and Ahsan 2021). Bussines model canvas merupakan model bisnis canvas memiliki sembilan elemen. Sembilan elemen model canvas terdiri dari Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure (Jaeger 2025), Merencanakan dan merancang model bisnis membutuhkan perencanaan strategi untuk mengetahui kondisi dalam dan luar perusahaan menggunakan analisis swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). Analisis SWOT mendefinisikan terdiri dari Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunity (Kesempatan), dan Threat (Ancaman). Analisis SWOT analisis lingkungan perusahaan teknik yang cepat sesuai keadaan lingkungan internal dan eksternal perusahaan untuk merumuskan strategi yang dijalankan perusahaan untuk berkembangnya bisnis (Sma 2018) Produk jaket brand mempunyai berbagai variasi yang sudah beredar di platform facebook dan menggunakan messenger untuk komunikasi kepada pelanggan dan pemesanan barang. Toko roy sply masih menggunakan platform online dengan media sosial facebook dengan menjual di group facebook untuk menjangkau target pasar lebih luas dan meningkatkan kesadaran dan kepedulian konsumen untuk

mengenal produk jaket brand, yang memiliki berbagai jenis produk jaket brand untuk menambah pilihan kepada konsumen untuk membeli produk jaket brand melalui platform media sosial facebook komunitas group group.

Penulis 1, Penulis 2/WIJoB Vol xx No xx Tahun xx

Produk jaket brand yang dijual roy y sply belum dikenal masyarakat luas maupun konsumen menjadi permasalahan sendiri yang dihadapi roy y sply, konsumen tidak mengetahui produk jaket brand karena roy y sply belum mengiklankan secara luas menjadi tantangan tersendiri untuk meningkatkan konten iklan diperluas dan diperbanyak untuk memperkenalkan lebih luas produk brand jaket roy y sply biar dikenal lebih luas konsumen dan dapat meningkatkan penjualan dan menaikkan perkembangan bisnis roy y sply

Usaha roy y sply menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* untuk menentukan rencana usaha. Business Model Canvas mempunyai kemanfaatan dalam bisnis roy y sply untuk merumuskan dan melihat model bisnis dan mengidentifikasi kesesuaian pasar untuk memastikan produk dan layanan sesuai dengan kebutuhan konsumen (Wulandani, Desi Satya Budiwinarto 2023). Strategi pemasaran produk jaket brand roy y sply produk yang ditawarkan merupakan berbagai jaket brand yang memiliki bahan cotton combed dan beby terry berkualitas, bisnis roy y sply menetapkan dan menjalankan strategi pemasaran menggunakan strategi STP (Segmentasi, Target, dan Posisi Produk), segmentasi dengan memanfaatkan keadaan geografis kota dan daerah lain yang dingin sehingga kebutuhan dan permintaan jaket sangatlah besar, target konsumen menyasar pada kelompok remaja, dan dewasa, dan orang tua, kemasan, packaging yang menarik, produk fisik yang berkualitas, dan marketing yang dilakukan yakni secara online menggunakan platform shopee dan platform lain seperti tiktok, instagram, tokopedia, dan linktree. Membuat perencanaan keuangan dengan tepat, dengan melakukan input dan pencatatan agar setiap transaksi dapat terpantau sehingga mudah untuk dikontrol. Produk roy y sply jaket brand di beli dengan harga yang berbeda beda sesuai merek dan kondisi, target pasar umur 17 tahun - 25 tahun semua kalangan, dan di semua daerah yogyakarta, strategi penjualan menggunakan facebook (mesenger). dan whatsapp untuk mempermudah konsumen membeli produk jaket brand. Business Model Canvas ini membantu perusahaan roy y sply untuk merancang model bisnis untuk berkembangnya bisnis dan penelitian ini untuk mendekati bisnis model canvas pada bisnis roy y sply.

TINJAUAN PUSTAKA

Business Model Canvas

Terkenalnya konsep model bisnis dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan dan merancang bisnis untuk mendukung berkembangnya bisnis dari pengembangan rencana bisnis dan meningkatkan pemahaman pelanggan dan untuk membuat inovasi bisnis yang dituang di model bisnis dituangkan di business model canvas untuk mengembangkan ide inovasi bisnis menjadi bisnis yang berkembang. Business model canvas diperkenalkan oleh alexander osterwalder didalam bukunya yang bernama business model generation, membentuk suatu kerangka business model yang berbentuk kanvas dan memiliki sembilan elemen saling berkaitan, sembilan elemen yang berkaitan untuk merancang strategi yang efektif untuk kebutuhan pasar dan manfaat dari pelanggannya. Penjelasan sembilan elemen pada business model canvas:

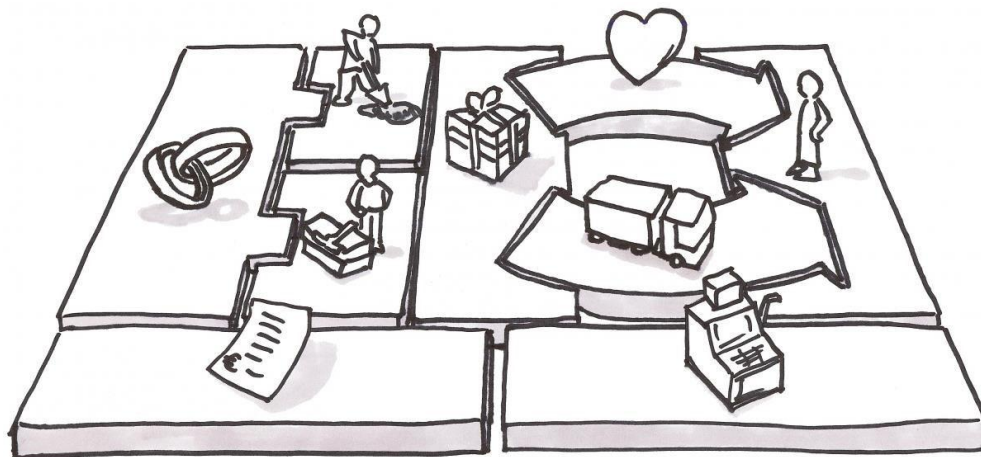
- Customer Segment adalah suatu kelompok, organisasi dan masyarakat yang menggunakan jasa/produk untuk berkontribusi dalam memberikan penghasilan perusahaan, segmentasi pelanggan ditentukan berdasarkan umur, perilaku, profesi, penghasilan, dan geografi
- Value Propositions menjelaskan nilai keunikan produk yang ditawarkan perusahaan untuk pelanggan dan memudahkan perusahaan untuk menyesuaikan kebutuhan pelanggan dan mengembangkan produk, Hal terpenting dapat memecahkan masalah pelanggan
- Channel adalah alat saluran komunikasi yang menjangkau pelanggan dan mengiklan produk di platform online maupun saluran untuk meningkatkan penjualan, serta menjalin hubungan komunikasi melalui platform online maupun saluran

- Customer Relationship merupakan hubungan antar pelanggan untuk menjalin hubungan antara perusahaan dengan pelanggan untuk meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan pelanggan yang sudah lama
- Revenue Streams adalah aliran pendapatan yang diperoleh perusahaan dari penjualan produk untuk menghasilkan memperoleh uang, aliran dana ini membuat perusahaan tetap berjalan dan berkembang maju
- Key Resources adalah aset terpenting dalam perusahaan untuk menentukan dan berjalannya bisnis dalam perusahaan seperti bangunan, peralatan, maupun bahan untuk menunjang keberhasilan dalam berbisnis

Penulis 1, Penulis 2/WIJoB Vol xx No xx Tahun xx

- Key Activities adalah kegiatan yang menunjang untuk keberhasilan perusahaan dalam penjualan produk untuk mendukung berjalannya bisnis dan berkembang maju
- Key Partnerships adalah kerjasama dan kesepakatan dalam bisnis untuk mendukung operasional bisnis dalam perusahaan terpenuhi dan membuat kolaborasi dengan pihak lain dapat membantu perusahaan dalam mencapai tujuan bisnisnya
- Cost Structure adalah gambaran semua biaya yang di belanjakan maupun biaya yang keluar oleh perusahaan untuk menjalankan bisnisnya

Business model canvas menurut Osterwalder dan Pigneur merupakan template berbentuk tabel berbutuk blok dan berisi 9 blok untuk menciptakan bisnis dengan dirancang sesuai elemen masing masing untuk menghasilkan bisnis yang inovatif. Sembilan blok bangunan mempunyai bidang dalam bisnis dari penawaran, pelanggan, dan keberlangsungan finansial. Model canvas memiliki sembilan elemen untuk diterapkan sebuah strategi dengan struktur organisasi, Business model canvas dapat diamati pada gambar 1



Gambar 1: Business Model Canvas by Alexandr Osterwalder

Strategi dalam merumuskan dan merancang model bisnis sebagai strategi mengembangkan perusahaan dengan menggunakan business model canvas. Business model canvas bisa juga digunakan untuk merancang model bisnis baru dan usulan ide inovasi dalam bisnis dan perubahan model bisnis bisa dirancang dan diterapkan pada model bisnis baru sesuai dengan keinginan perubahan bisnis perusahaan. Business model canvas menciptakan usulan pengembangan bisnis sesuai prioritas kebutuhan dan strategi perusahaan untuk memperoleh keuntungan dengan memanfaatkan business

model canvas dan dapat bisnis perusahaan berkembang dengan cepat(Hartatik and Baroto 2017). Merumuskan model bisnis menggunakan peta empati konsumen (customer empathy map) untuk mendukung model bisnis yang kuat untuk pelanggan, dengan peta empati konsumen sebagai alat untuk mengetahui calon konsumen dengan berupa karakteristik dan perilaku konsumen pada suatu produk(Delfitriani 2019)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang menekankan pada pengamatan dan pemahaman yang alamiah dan mendalam, disajikan secara deskriptif serta diinterpretasikan secara komprehensif. Karakteristik dari penelitian kualitatif adalah kemampuan interpretatif, berusaha untuk menciptakan makna dari interaksi dengan partisipan(Waruwu 2024). Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif untuk menentukan hasil temuan dan gambaran pengembangan usaha roy y sply.

Objek Penelitian

Objek penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif menggunakan observasi situasi sosial mempengaruhi tiga komponen tempat, aktivitas dan pelaku. Objek penelitian ini meneliti tentang strategi pengembangan bisnis roy y sply menggunakan analisis swot. Dengan adanya objek penelitian ini akan mempengaruhi berkembangnya bisnis roy y sply yang berfokus pada jaket brand

Teknis Analisis Data

Dalam penelitian analisa data, peneliti akan menyajikan data obyektif mengenai kinerja bisnis roy y sply dalam perkembangan bisnis dan berjalanya bisnis. Data yang akan dianalisis mencakup informasi tentang penjualan, kepuasan pelanggan, dan efektivitas strategi pemasaran. Peneliti akan terus melakukan pengamatan untuk memastikan data yang diperoleh akurat dan dapat dipercaya. Selain itu, peneliti juga akan membandingkan hasil temuan dengan penelitian lain yang sejenis agar bisa mendapatkan perspektif tambahan. **a. Reduksi Data**

Pada tahap ini, peneliti akan menyaring data yang penting dari semua informasi yang terkumpul. Misalnya, mereka akan fokus pada data penjualan bulanan dan umpan balik dari pelanggan. Setiap data yang relevan akan diberi kode agar mudah diorganisir dan ditelusuri. Data ini penting agar peneliti bisa melihat informasi mana yang benar-benar berpengaruh dalam penjualan maupun perkembangan dalam bisnis penjualan jaket brand di roy y sply **b. Kategorisasi Data**

Setelah menyaring data, peneliti akan mengelompokkan informasi tersebut ke dalam kategori yang jelas. Misalnya kategori untuk penjualan produk, kategori untuk feedback positif dan negatif dari pelanggan, dan kategori untuk biaya operasional. Dengan cara ini, peneliti dapat melihat pola yang muncul dari data yang telah dikumpulkan. **c. Penarikan Kesimpulan**

Dalam proses ini, peneliti menarik kesimpulan sesuai data yang telah dianalisis. Kesimpulan yang diambil mungkin awalnya masih umum, tetapi seiring dengan bertambahnya informasi, peneliti akan memperjelas dan memperdalam kesimpulan. Selain itu, penarikan kesimpulan dapat dilakukan bersamaan dengan pengumpulan data, sehingga peneliti bisa memberikan rekomendasi yang berguna untuk meningkatkan kinerja bisnis roy y sply .

HASIL DAN PEMBAHASAN Posisi Usaha Roy Y Sply

Matrix swot digunakan untuk mengembangkan empat strategi yaitu strategi SO (Strength-Opportunity), Strategi WO (Weakness-Opportunity), Strategi ST (Strength-Threat), dan Strategi WT (Weakness- Threat), Matrix SWOT digunakan untuk Menyusun strategi dalam menggambarkan terkait peluang dan ancaman yang dihadapi suatu organisasi maupun perusahaan sesuai kekuatan dan kelemahannya. Berikut analisis matrix SWOT usaha roy y sply

Tabel 1: Analisis Matrix SWOT sebagai strategi perkembangnya usaha Royy.Sply

	Kekuatan (Strength – S)	Kelemahan (Weakness – W)
SWOT Matrix	<ul style="list-style-type: none"> - Desain jaket mengikuti tren streetwear kekinian. - Bahan berkualitas (polyester & fleece premium). - Kemasan eksklusif (zip bag & stiker brand). 	<ul style="list-style-type: none"> - Varian warna dan ukuran masih terbatas. - Produk terbatas hanya jaket. - Belum memiliki platform penjualan resmi (website).
Peluang (Opportunities – O)	Strategi - SO	Strategi - WO
<ul style="list-style-type: none"> - Tren fashion lokal meningkat. - Pemasaran digital semakin luas. - Potensi kolaborasi dengan brand lokal/influencer. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Meningkatkan promosi melalui media sosial dan influencer lokal. ☐ Membuat website resmi dan memperluas pemasaran online. ☐ Menawarkan jaket edisi khusus kolaborasi. 	<ul style="list-style-type: none"> ☐ Menambah varian warna dan ukuran berdasarkan riset pasar. ☐ Membuka peluang kerja sama dengan supplier bahan lokal. ☐ Menyediakan katalog produk lebih lengkap di media sosial.
Ancaman (Threats – T)	Strategi - ST	Strategi - WT
<ul style="list-style-type: none"> - Persaingan ketat antar brand lokal. - Produk mudah ditiru oleh kompetitor. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fokus pada diferensiasi desain dan keunikan packaging. • Jaga kualitas produk agar tetap unggul di pasar kompetitif. 	<ul style="list-style-type: none"> • Lakukan evaluasi berkala terhadap tren dan preferensi pasar. • Rilis produk limited edition untuk menjaga eksklusivitas.

Penyajian tabel matriks swot diatas memberikan gambaran mengenai perkembangan bisnis roy y sply peluang dan ancaman yang perlu dihadapi dan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matriks swot memiliki kemungkinan empat alternatif, Dibawah ini uraian matriks swot diatas:

1.Strategi SO (Streght and Oppurtunity)

Strategi SO (Streght and Oppurtunity) merupakan strategi perusahaan roy y sply untuk menangkap peluang dengan meningkatkan promosi melalui media sosial dengan membuat branding produk dimedia sosial menggunakan iklan yang menarik dan menggunakan ads untuk menjangkau lebih

banyak konsumen dan membangun awareness kepedulian terhadap konsumen dan membangun promosi di digital marketing menggunakan facebook, instagram dan website dan membangun pelayanan yang baik kepada konsumen dan menjaga kualitas produk tetap berkualitas.

2.Strategi ST (Strength and Threats)

Strategi ST (Strength and Threats) strategi perusahaan roy sply untuk meningkatkan kekuatan didalam maupun eksternal untuk menjaga kualitas produk dan desain keunikan packing. Strategi menjaga kualitas dan packing dengan keunikan membuat menarik konsumen untuk membeli produk dari roy sply jaket brand menjadikan peningkatan dalam penjualan,dengan menjaga perusahaan dengan kualitas produk yang bagus menjadikan kekuatan untuk perusahaan roy sply

3.Strategi WO (Weakness and Opportunity)

Strategi WO (Weakness and Opportunity perusahaan roy sply menerapkan pemanfaatan peluang dengan menambah varian jaket brand untuk meningkatkan penjualan produk dengan memperbanyak varian jenis dan membantu supliyer produk lokal untuk bekerjasama, serta membuat daftar katalog produk di media sosial untuk dapat membantu pelanggan untuk memilih sesuai dengan produk pilihannya dan memberikan produk yang berkualitas untuk meningkatkan citra perusahaan menjadi baik

4.Strategi WT (Weakness And Threats)

Strategi WT (Weakness And Threats) Strategi meminimalkan kelemahan maupun resiko menghindari resiko, perusahaan roy sply menggunakan cara melakukan evaluasi secara berkala untuk menghindari risiko yang dihadapi dan menyediakan stock produk untuk menjaga barang tetap tersedia untuk pelanggan yang ingin membeli produk, dengan meminimalkan resiko membuat perusahaan akan berkembang dengan terus mengevaluasi kelemahan dan risiko yang ada

Business Model Canvas Roy Sply

Berkembangnya perusahaan dapat dipengaruhi faktor internal perusahaan dengan manajemen dengan baik akan menjadikan perusahaan baik, dan tidak lupa faktor eksternal berperan penting dalam kemajuan pada suatu perusahaan, dengan mempunyai strategi untuk berkembangnya perusahaan di faktor eksternal akan berdampak pada peningkatan penjualan, maka dengan ini perusahaan roy sply membuat rencana bisnis dengan model bisnis business model canvas untuk mengidentifikasi kesesuaian pasar untuk menjamin produk sesuai dengan kebutuhan konsumen Business model canvas pada perusahaan roy sply dengan sembilan elemen berikut dibawa ini:

1.Customer Segment: Target pasar roy sply yaitu semua kalangan, banyak pembeli laki laki, menarget umur calon pelanggan sekitar umurnya 15 tahun sampai 34 tahun yang mempunyai keinginan dengan jaket brand

2.Value Proposition: Roy sply menawarkan produk yang berkualitas tinggi dengan desain unik, harga yang ditawarkan kompetitif dan berkomitmen terhadap penjualan serta pengiriman cepat dan aman dan menggunakan bahan yang berkualitas untuk membuat produk menjadi menarik pelanggan

3.Channels: Jaket brand roy sply ditawarkan melalui platform media online melalui facebook, instagram dan whatsapp dengan adanya penjualan dan iklan media sosial meningkatkan penjualan

4.Customer Relationship: Roy sply menjalin hubungan dengan konsumen melalui pesan jaket brand dengan pesan lewat chat messenger di facebook, konsumen memesan di messenger menjadikan hubungan dengan konsumen dengan adanya interaksi dengan konsumen pelayanan yang dilakukan ramah dan baik kepada konsumen untuk menambah citra baik roy sply

5.Revenue Streams: Pendapatan roy sply berasal dari penjualan jaket brand, dengan penjualan akan mendapatkan keuntungan dari penjualan jaket brand

6.Key Resource: Sumber daya roy sply stock jaket brand, modal usaha dan alat untuk bisnis digital dan alat transportasi

7.Key Activities:Kegiatan roy sply mendesain iklan promosi menarik dan mengelola platform media sosial untuk mengiklankan produk jaket brand

8. Key Partnership: Royy sply bekerjasama dengan penjual jaket brand untuk menjalin hubungan baik kepada mitra dan untuk menambah varian jaket brand

9. Cos Structure: Royy sply mempunyai biaya modal untuk membeli jaket brand

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa ROYY SPLY memiliki potensi besar untuk berkembang di pasar fashion lokal, khususnya di segmen streetwear. Melalui pendekatan analisis SWOT dan Business Model Canvas, dapat diketahui bahwa bisnis ini memiliki kekuatan dari sisi desain produk yang menarik, bahan yang berkualitas, dan kemasan yang eksklusif. Di sisi lain, keterbatasan varian produk serta belum adanya platform penjualan resmi menjadi kelemahan yang perlu segera dibenahi. Strategi pengembangan yang disusun berdasarkan SWOT mampu memberikan gambaran langkah-langkah yang bisa diambil, seperti meningkatkan promosi digital, memperluas varian produk, serta menjaga kualitas agar tetap kompetitif. Business Model Canvas juga membantu menyusun elemen-elemen penting dalam model bisnis ROYY SPLY, mulai dari target pasar, nilai produk, hingga aktivitas utama dan mitra usaha. Dengan strategi yang tepat, ROYY SPLY dapat lebih siap dalam menghadapi persaingan dan memperluas jangkauan pasar secara bertahap.

SARAN

Agar bisnis ROYY SPLY dapat berkembang lebih maksimal, disarankan untuk segera membangun sistem penjualan yang lebih rapi dan profesional, seperti membuat website atau bergabung dengan marketplace resmi. Selain itu, variasi produk perlu ditambah agar bisa menjangkau lebih banyak segmen konsumen.

Penting juga bagi pelaku usaha untuk aktif dalam promosi digital, misalnya melalui media sosial dan kerja sama dengan influencer. Upaya ini dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap brand dan mendorong penjualan. Untuk penelitian berikutnya, disarankan agar pengumpulan data dilakukan dengan jumlah responden yang lebih banyak dan beragam, agar hasil analisis bisa lebih dalam dan representatif terhadap kondisi pasar yang sesungguhnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Delfitriani, Delfitriani. 2019. "Perancangan Model Bisnis Usaha Produk Dadih Susu Sapi Kedalam Kanvas Model Bisnis Dan Peta Empati." *Jurnal Agroindustri Halal* 5(2):204–11. doi: 10.30997/jah.v5i2.2140.
- Hartatik, H., and Teguh Baroto. 2017. "Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas." *Jurnal Teknik Industri* 18(2):113–20. doi: 10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120.
- Jaeger, C. Stephen. 2025. "Patrons and the Beginnings of Courtly Romance." *The Medieval Opus: Imitation, Rewriting and Transmission in the French Tradition* 45–58. doi: 10.1163/9789004648692_006.
- Sma, Interaktif Untuk. 2018. "Dan Evaluasi (.)" 1(1994):16–51.
- Sukarno, Bangkit Rambu, and Muhamad Ahsan. 2021. "Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas." *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)* 4(2):51–61. doi: 10.15642/manova.v4i2.456.
- Waruwu, Marinu. 2024. "Pendekatan Penelitian Kualitatif: Konsep, Prosedur, Kelebihan Dan Peran Di Bidang Pendidikan." *Afeksi: Jurnal Penelitian Dan Evaluasi Pendidikan* 5(2):198–211. doi: 10.59698/afeksi.v5i2.236.
- Wulandani, Desi Satya Budiwinarto, Kim. 2023. "Widya Dharma Journal of Business." *Pengaruh Rekrutmen, Motivasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Bpr Artha Daya* 2(2):2–8. doi: 10.54840/wijob.v4i1.375.

