

Business Model Canvas Analysis At Tiga Putra Digital Copier

Gustina Hidayat¹, Ai Rohimah², Muhamad Azriel Nurfalaha³, Rizky Adi Putra⁴

¹²³⁴Universitas Sebelas April

Gustina.feb@unsap.ac.id, airmah06@gmail.com azrielnurfalaha537@gmail.com adirizky473@gmail.com

Article Info

Article history:

Received Oct 01,
2025

Revised Nov 08,
2025

Accepted Des 08,
2025

Keywords:

*Business Model
Canva, MSME,
Fotocopy Tiga
Putra.*

ABSTRACT

This study aims to analyze the business development strategy of the Fotokopi Tiga Putra MSME in Sumedang using the Business Model Canvas (BMC) approach. Amidst business competition and the digital era, photocopying businesses face challenges such as changing paperless trends and price competition. The research method used was descriptive qualitative, with data collected through observation and in-depth interviews with the business owner. The analysis shows that Fotokopi Tiga Putra has the advantages of a strategic location and 24-hour service, but weaknesses include limited human resources and conventional marketing. By mapping the nine BMC elements, a development strategy was formulated, including creating a Google Business profile, optimizing social media for promotion, adding digital services, and implementing a competitive pricing strategy to maintain and expand market share among students and the general public.



Copyright © 2025 SINTESA. All rights reserved.

Corresponding Author:

Ai Rohimah,
Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi dan Bisnis,
Jl. Angkrek Situ No.19 Kecamatan Sumedang Utara 45323. Telp (0261) 205524
Email: airmah06@gmail.com

INTRODUCTION

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) adalah usaha yang dilakukan individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun usaha rumah tangga. Keberadaan dan perkembangan bisnis UMKM sangat peran yang besar untuk meningkatkan perekonomian terutama dalam bidang pasar lokal karena akan meningkatkan ekonomi, sosial, dan budaya serta ciri khas tertentu untuk komunitas setempat di mana usaha tersebut terjadi. Indonesia sebagai negara berkembang menjadikan UMKM sebagai fondasi utama dalam perekonomian masyarakat, hal ini dilakukan untuk mendorong kemandirian dan perkembangan ekonomi.

Usaha fotokopi merupakan salah satu usaha UMKM yang sangat dibutuhkan masyarakat, mengingat percetakan dokumen masih dibutuhkan khususnya pada lingkungan pendidikan dan pemerintahan. Usaha ini tidak hanya menyediakan jasa fotokopi tetapi juga mencetak dokumen digital (*Print*), mencetak foto, menjilid dokumen, laminasi, dan layanan tambahan seperti menjual alat tulis kantor (ATK). Selama kebutuhan akan dokumen fisik dibutuhkan maka usaha fotokopi akan terus dapat berjalan, sehingga peluang untuk usaha ini terus berkembang masih ada. Namun, seiring perkembangan teknologi dan meningkatnya persaingan pasar, banyak pelaku usaha di bidang fotokopi yang menghadapi tantangan untuk mempertahankan dan mengembangkan usahanya. Kurangnya inovasi pelayanan dan belum optimalnya penggunaan media digital untuk melakukan promosi dan pemasaran dan masih ketergantungan akan sistem konvensional menjadi kendala yang dihadapi usaha ini. Situasi krisis pasca pandemi COVID-19 memaksa para pelaku usaha untuk beradaptasi melalui inovasi dan pemanfaatan teknologi digital, namun belum semua pelaku usaha menjalankan hal tersebut. Keberhasilan UMKM untuk menarik konsumen baru bergantung pada kemampuan mereka melihat peluang baru dan juga bagaimana mereka memanfaatkan peluang dari kemajuan teknologi.

Dalam menjalankan usaha tentunya diperlukan pendekatan strategis yang dapat membantu UMKM mengidentifikasi lingkungan tempat usahanya berjalan baik internal dan eksternal untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi usahanya. Pada usaha Fotokopi Tiga Putra, usaha ini juga menghadapi beberapa kendala, meskipun memiliki lokasi yang strategis dan harga yang kompetitif, namun usaha ini mengalami kendala internal (SDM yang terbatas) dan kendala eksternal (kompetitor dan tren *paperless/digitalisasi*). Oleh karena itu usaha UMKM Fotokopi Tiga Putra membutuhkan perumusan strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan untuk menjalankan dan mengembangkan usahanya.

Untuk menganalisis dan merumuskan strategi yang lebih berkelanjutan, digunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Potensi pengembangan bisnis dapat diperkirakan dengan menggunakan model bisnis untuk menentukan karakteristik bisnis yang menggambarkan model bisnis dari sebuah perusahaan atau organisasi dalam menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai-nilai dan mendukung pembentukan pilihan strategi baru melalui sembilan elemen penting (Osterwalder dan Pigneur, dalam Luthan et al., 2019). Perencanaan Usaha UMKM Menuju Bisnis Digital Dengan Metode *Business Model Canvas* sangat penting untuk meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal di era digital yang semakin kompetitif (Prasetyo et al., 2025).

Oleh karena itu perlu adanya rancangan strategi yang lebih adaptif dan berkelanjutan agar usaha dapat terus berjalan dan berkembang. Tujuan penelitian ini berfokus pada profil usaha UMKM Fotokopi Tiga Putra, faktor internal dan eksternal usaha, dan perumusan strategi pengembangan Usaha UMKM Tiga Putra. Analisis ini dilakukan untuk menganalisis strategi pengembangan yang sesuai dengan kebutuhan usaha untuk menghadapi persaingan dan tantangan di era digitalisasi. Untuk itu peneliti memutuskan melakukan penelitian dengan judul “ANALISIS USAHA UMKM JASA FOTOKOPI TIGA PUTRA MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*”

LECTURE STUDY

1. Analisis Internal dan Eksternal

Menurut Glueck dalam (Cymbiana & Rosidi, n.d), mengemukakan, “lingkungan meliputi faktor-faktor luar perusahaan yang dapat menuntun ke arah kesempatan kesempatan atau ancaman-ancaman pada perusahaan”.

Menurut Jauch dan Glueck dalam (Cymbiana & Rosidi, n.d) lingkungan internal dibagi menjadi lima faktor, antara lain :

1. Faktor pemasaran dan distribusi.
2. Faktor penelitian dan pengembangan suatu fungsi rekayasa.
3. Faktor manajemen produksi dan operasi.
4. Faktor sumber daya dan karyawan perusahaan.
5. Faktor keuangan dan akuntansi.

Menurut Supriyono dalam (Cymbiana & Rosidi, n.d) menyatakan bahwa “kesuksesan perencanaan strategis pengamatan terhadap lingkungan eksternal berusaha jadi lingkungan sebenarnya merupakan pola semua kondisi-kondisi atau faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi atau menuntun ke arah peluang atau ancaman pada kehidupan dan pengembangan perusahaan. Lingkungan secara relevan mempengaruhi proses atau keputusan strategi”.

Berdasarkan definisi para ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa lingkungan internal dan eksternal perusahaan adalah lingkungan mempengaruhi berjalannya perusahaan. Lingkungan internal mencakup karyawan, budaya, manajemen dan sumber daya yang dimiliki perusahaan. Sedangkan lingkungan eksternal mencakup ekonomi, teknologi, pesaing, pelanggan dan hukum yang berlaku.

2. *Business Model Canvas*

Menurut Royan dalam (Mandamdari & Widjojoko, 2022), *Business Model Canvas* sudah digunakan secara luas dalam berbagai pemetaan bisnis, sebagai suatu kerangka kerja (*framework*), untuk memetakan bisnis agar menghasilkan kinerja yang lebih optimal.

Menurut Osterwalder dan Pigneur dalam (Mandamdari & Widjojoko, 2022), Dalam *Business Model Canvas* terdapat Sembilan elemen di dalamnya yaitu *customer segments* (segmen pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai), *channels* (jaringan), *customer relationships* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya kunci), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnerships* (mitra kunci), dan *coststructure* (struktur biaya).

Berdasarkan pendapat yang disampaikan oleh beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa *Business Model Canvas* adalah analisis yang dilakukan untuk memetakan usaha agar berjalan lebih efektif dan efisien. terdapat

Sembilan elemen didalamnya yaitu *customer segments* (segmen pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai), *channels* (jaringan), *customer relationships* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya kunci), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnerships* (mitra kunci), dan *cost structure* (struktur biaya).

METHOD

Metode penelitian adalah suatu prosedur atau cara sistematis yang dilakukan peneliti untuk mengumpulkan informasi berupa data yang diambil dari objek penelitian, kemudian dilakukan proses pengolahan data hingga menyusun data tersebut untuk menjawab alasan kenapa hal tersebut diteliti. Teknik pengumpulan data pada penelitian kualitatif di Usaha Fotokopi Tiga Putra ini dengan cara melakukan observasi langsung dan wawancara dengan pemilik usaha, hal ini bertujuan untuk memperoleh informasi mengenai kegiatan operasional usaha, kondisi internal usaha, serta tantangan eksternal yang dihadapi usaha ini. Penelitian kualitatif dilakukan pada konteks alamiah yang mengandalkan individu sebagai alat penelitian, memanfaatkan metode kualitatif, mengandalkan analisis data, dan secara induktif mengarahkan sasaran penelitian pada usaha menemukan teori dari dasar. Penelitian kualitatif bersifat deskriptif, lebih mementingkan proses dari pada hasil, membatasi studi dengan fokus, memiliki seperangkat kriteria untuk memeriksa keabsahan data dan rancangan penelitiannya disepakati oleh kedua pihak antara peneliti dan subyek penelitian (Moleong, 2010). Data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) untuk merumuskan strategi untuk pengembangan usaha yang adaptif dan berkelanjutan.

RESULTS AND DISCUSSION

Berdasarkan hasil pengumpulan dan analisis data, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Profil Usaha

Fotokopi tiga putra merupakan UMKM yang bergerak di bidang jasa fotokopi, penjiplidan, percetakan, dan penjualan alat tulis kantor (ATK). Usaha Fotokopi Tiga Putra ini sudah berdiri dari tahun 2014 yang awalnya berlokasi di Bandung dan memutuskan untuk pindah ke sumedang dan sekarang berlokasi di Jln. Angkrek No.65 sejak tiga setengah tahun lalu. Mayoritas pelanggan Fotokopi Tiga Putra terdiri dari mahasiswa, pelajar, dan masyarakat sekitar. Lokasi yang strategis di Sumedang, ditambah dengan layanan yang beragam dan berkualitas, menjadikan Fotokopi Tiga Putra pilihan utama bagi mereka yang membutuhkan solusi cepat dan efisien untuk keperluan dokumen dan perlengkapan kantor. Dengan komitmen untuk terus meningkatkan pelayanan, Fotokopi Tiga Putra berupaya menjadi mitra terpercaya bagi pelanggannya.

2. Analisis Internal dan Eksternal Usaha Fotokopi Tiga Putra

Berdasarkan analisis lingkungan internal, Fotokopi Tiga Putra memiliki pemilik yang berpengalaman dengan usaha fotokopi sehingga keahlian teknis yang mumpuni dalam menjalankan operasional usaha tidak perlu diragukan lagi. Usaha ini telah berjalan dari tahun 2014, berdiri di lokasi yang sangat strategis, tepatnya pada Jalan Angkrek No. 65. Terdapat kelemahan dari sisi Sumber Daya Manusia (SDM) yang terbatas, usaha ini tidak memiliki karyawan sudah hanya dijalankan oleh pemilik saja. Kegiatan promosi masih mengandalkan cara konvensional *word-of-mouth* dan belum mengoptimalkan media digital seperti media sosial dan google bisnis.

Berdasarkan analisis lingkungan eksternal, terdapat peluang berupa tingginya populasi pelajar karena berada di wilayah pendidikan yang menjadi pasar potensial. Ancaman untuk usaha ini berupa banyaknya pesaing, kenaikan harga bahan baku, dan digitalisasi dokumen (*Paperless*) yang dapat mengurangi permintaan percetakan dokumen fisik dalam jangka panjang.

3. Analisis *Business Model Canvas* Usaha Fotokopi Tiga Putra

a. *Value Proposition* (Proposisi Nilai)

Nilai unggulan yang ditawarkan usaha Fotokopi Tiga Putra yaitu layanan yang lengkap di satu tempat (Fotokopi, print, jilid, dan penjualan ATK). Selain itu lokasi yang strategis dan mudah ditemukan merupakan nilai plus dari usaha ini. Usaha ini menawarkan harga terjangkau bagi pelajar. Dengan adanya layanan pemesanan online via Whatsapp meningkatkan kecepatan dan efisiensi. Fotokopi Tiga Putra buka 24 jam untuk memenuhi kebutuhan mendesak konsumen.

b. *Customer Segments* (Segmen Pasar)

Target pasar utama secara geografis adalah masyarakat yang berada di sekitar Jln. Angkrek No.65, Sumedang. Secara demografis, segmen ini mencakup pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum, yang memiliki kebutuhan mendesak akan jasa dokumen seperti saat musim skripsi atau awal semester. Kebutuhan akan jasa fotokopi tidak terbatas usia, mulai dari anak-anak sekolah hingga orang tua.

c. *Customer Relationship* (Hubungan dengan Pelanggan)

Hubungan usaha Fotokopi Tiga Putra dengan pelanggannya yaitu hubungan transaksional (Hubungan transaksi jual beli), *personal assistance* (Pelayanan langsung di toko, konsultasi mengenai kebutuhan cetak atau jilid). Dan *dedicated personal assistance* Via WA (Interaksi melalui Wa untuk menjawab pertanyaan dan pemesanan).

d. *Channel* (Saluran Distribusi)

Interaksi utama Usaha Fotokopi Tiga Putra dengan pelanggan dilakukan melalui toko fisik (*offline*). Selain itu, saluran pendukung meliputi aplikasi WhatsApp untuk pemesanan jarak jauh, promosi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*), serta spanduk toko sebagai penanda lokasi fisik. Saluran digital untuk usaha ini sangat minim, sampai saat ini saluran pendukung hanya melalui aplikasi WhatsApp saja.

e. *Key Activities* (Kunci Kegiatan)

Kegiatan operasional utama Usaha Fotokopi Tiga Putra mencakup proses produksi (fotokopi, penjilidan, percetakan) dan penjualan ATK. Aktivitas pendukung lainnya adalah memastikan berfungsinya mesin yang digunakan untuk operasional seperti mesin fotokopi dan printer, melayani pesanan dengan WhatsApp, pengadaan bahan baku, dan melayani konsumen.

f. *Key Resources* (Kunci Sumber Daya)

Sumber daya yang dimiliki Usaha Fotokopi Tiga Putra meliputi aset fisik seperti mesin fotokopi, printer, etalase, dan bangunan toko. Sumber daya manusia bergantung pada pemilik sebagai operator mesin dan pelayan pelanggan, serta modal finansial untuk operasional.

g. *Key Partners* (Kunci Mitra)

Mitra strategis utama Usaha Fotokopi Tiga Putra adalah pemasok bahan baku, yaitu Toko AA, yang menyuplai kebutuhan kertas, tinta, dan stok ATK secara rutin.

h. *Cost Structures* (Struktur Biaya)

Komponen biaya usaha Fotokopi Tiga Putra terdiri dari biaya variabel untuk pembelian bahan baku (kertas, tinta, barang dagangan ATK) dan biaya operasional rutin seperti listrik, air, dan kuota internet.

i. *Revenue Streams* (Sumber Pendapatan)

Sumber pemasukan usaha Fotokopi Tiga Putra berasal dari jasa fotokopi, layanan penjilidan, percetakan dokumen, serta hasil penjualan ritel Alat Tulis Kantor (ATK).

<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Layanan yang lengkap di satu tempat. Lokasi yang strategis. Harga terjangkau. Pemesanan online via Whatsapp. Kecepatan/efisiensi Buka 24 jam. 	<p>Customer Segment</p> <ul style="list-style-type: none"> Geografis : Jln. Angkrek No.65, Sumedang Demografis : Semua kalangan usia, pendapatan, pendidikan. Psikografis : Yang masih membutuhkan jasa fotokopi dan percetakan Timing : Akhir semester, awal semester, musim skrpsi. 	<p>Customer Relationship</p> <ul style="list-style-type: none"> Transaksional : Hubungan transaksi jual beli. Personal Assistance : Pelayanan langsung di toko, konsultasi mengenai kebutuhan cetak atau jilid. Dedicated Personal Assistance (Via WA) : Interaksi melalui Wa untuk menjawab pertanyaan dan pemesanan.
<p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> Toko Fisik Whatsapp Word-of-mouth Papan Nama/spanduk 	<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> Melayani Fotokopi, penjilidan, percetakan, penjualan ATK. Memastikan semua mesin berfungsi dengan baik. Menerima pesanan melalui WA. 	<p>Key Resource</p> <ul style="list-style-type: none"> Mesin fotokopi, printer, etalase ATK, bangunan. Pemilik yang mengoperasikan mesin dan melayani pelanggan. Pengetahuan operasional bisnis fotokopi. Modal untuk membeli bahan baku.
<p>Key Partner</p> <ul style="list-style-type: none"> Pemasok bahan baku (Toko AA) untuk menyediakan kertas, tinta, dan ATK. 	<p>Cost Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> Biaya bahan baku : Kertas, tinta, ATK yang dijual. Biaya operasional : Listrik, air, sewa tempat, internet dsb. 	<p>Revenue Stream</p> <ul style="list-style-type: none"> Hasil pendapatan jasa fotokopi, penjilidan, penjualan ATK, percetakan.

Di atas merupakan bagan analisis *Business Model Canva* (BMC). Dari hasil analisis *Business Model Canvas* menunjukkan bahwa kekuatan utama Usaha Fotokopi Tiga Putra terletak pada elemen *Value Proposition* berupa lokasi strategis, kelengkapan layanan, dan harga yang kompetitif. Kejelasan *Value Proposition* tersebut menjadi faktor pendukung daya saing usaha di tengah persaingan jasa fotokopi yang semakin ketat.

4. Strategi Pengembangan Usaha Fotokopi Tiga Putra

Berikut ini merupakan beberapa strategi yang bisa diimplementasikan oleh Usaha Fotokopi Tiga Putra berdasarkan analisis yang telah dilakukan:

a. Membuat profil Google bisnis

Usaha UMKM Fotokopi Tiga Putra membutuhkan profil Google bisnis yang lengkap, akurat dan diverifikasi untuk media promosi. Hal ini meningkatkan visibilitas dalam pencarian lokal sehingga meningkatkan kemungkinan kedatangan pelanggan baru yang belum tahu jasa fotokopi di wilayah usaha ini berada.

b. Aktif di sosial media

Memfaatkan platform media sosial seperti Instagram, Tiktok, dan Facebook untuk mempromosikan layanan yang diberikan, memberikan informasi mengenai promo, tips tentang dokumen, dan membuat konten interaktif. Ini bertujuan untuk membangun *branding* dan mencapai segmen pasar yang lebih luas.

c. Layanan digital tambahan

Menyediakan jasa pemindaian dokumen menjadi digital, penyimpanan cloud yang sederhana, pengeditan dokumen dasar (format, tata letak), atau bahkan jasa desain grafis sederhana untuk brosur atau kartu nama.

d. Strategi harga kompetitif

Menganalisis harga secara rutin, mengawasi harga dari pesaing untuk layanan yang serupa. Tawarkan diskon untuk cetak volume besar, paket layanan fotokopi dan binding), atau program (contohnya, “fotokopi 10 kali, gratis 1 kali”).

CONCLUSION

Berdasarkan hasil analisis mengenai Business Model Canvas di Usaha Fotokopi Tiga Putra, dapat disimpulkan bahwa:

1. Fotokopi Tiga Putra yang berlokasi strategis di kawasan pendidikan Sumedang memiliki potensi pasar yang besar, khususnya dari segmen pelajar dan mahasiswa. Secara internal, pemilik memiliki pengalaman teknis yang mumpuni, namun usaha ini menghadapi kendala operasional karena tidak memiliki karyawan dan hanya dijalankan oleh pemilik tunggal, serta pemasaran yang masih terbatas pada metode *word-of-mouth*.
2. Hasil identifikasi sembilan elemen BMC menunjukkan bahwa *Value Proposition* Fotokopi Tiga Putra sangat kuat dalam aspek aksesibilitas dan harga. Elemen *Key Partners* berjalan stabil dengan adanya pemasok tetap (Toko AA). Kendati demikian, elemen *Channels* dan *Customer Relationships* masih belum tergarap optimal karena minimnya pemanfaatan teknologi digital dalam berinteraksi dengan pelanggan, yang menjadi kelemahan di tengah ancaman tren *paperless* dan persaingan ketat.
3. Untuk menghadapi tantangan eksternal seperti digitalisasi dokumen, strategi yang direkomendasikan adalah melakukan transformasi pemasaran digital dengan membuat profil Google Bisnis dan aktif di media sosial. Selain itu, disarankan untuk melakukan inovasi layanan digital (seperti edit dokumen dan *scan*) serta menerapkan strategi harga kompetitif melalui paket promo atau diskon volume besar untuk meningkatkan loyalitas pelanggan.

ACKNOWLEDGEMENTS

Puji syukur kehadiran Allah SWT, sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel berjudul “Analisis Usaha UMKM Jasa Fotokopi Tiga Putra Menggunakan *Business Model Canvas*” tepat pada waktunya. Makalah ini disusun untuk memenuhi tugas mata kuliah Ekonomi Manajerial dengan dosen pengampu Bapak Aa Kartiwa, S.Pd., M.M., CHRMP.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu dosen dan semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan artikel ini. Penulis menyadari artikel ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

REFERENCES

- Cymbidiana, R. E., & Rosidi. (n.d.). *Analisis Lingkungan Internal dan Eksternal dalam Menetapkan Strategi untuk Keberlangsungan Hidup Perusahaan (Studi Kasus Pada Industri Rumah Tangga Keripik Tempe Ri-Mas Malang)*.

- Luthan, M. Z., Winandi, R., & Rifin, A. (2019). *Analisis Pengembangan Model Bisnis Kanvas Perusahaan Hortikultura PT. XYZ*. Program Magister Sains Agribisnis, Sekolah Pascasarjana Institut Pertanian Bogor.
- Mandamdari, A. N., & Widjojoko, T. (2022). *Analisis Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Almeidah Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga*.
- Moleong, L. J. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetiyo, Y., Wisnantiasri, S. N., Puspitasari, N. F. D., Pradana, N. W., Zuhroh, S., Hardiana, N., & Yulianto, K. S. (2025). *Pembinaan Strategi Perencanaan Usaha UMKM Menuju Bisnis Digital dengan Metode Business Model Canvas*.