



p-ISSN: 2581-1339 | e-ISSN: 2615-4862
JURNAL AGRIBEST
Journal Homepage: <http://jurnal.unmuhjember.ac.id/index.php/agribest>



Strategi Pengembangan Batik Madura Pewarna Alami Melalui Pendekatan *Business Model Canvas*

Development Strategy of Batik Madura Using Natural Dyes Through Business Model Canvas

Kustiawati Ningsih¹, Halimatus Sakdiyah¹

¹Universitas Islam Madura
email: kustiawatin@gmail.com



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).

Copyright (c) 2024 Jurnal Agribest



Corresponding Author: Kustiawati Ningsih, Universitas Islam Madura, kustiawatin@gmail.com

ABSTRAK

Batik Madura menggunakan pewarna alami merupakan salah satu batik Madura yang sedang berkembang di Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan. Oleh karena itu diperlukan strategi pengembangan batik madura menggunakan pewarna alami. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi pengembangan Batik Madura pewarna alami. Lokasi penelitian di Desa Klampar Kecamatan Proppo, Kabupaten Pamekasan. Data dikumpulkan mulai bulan Juli sampai September 2023. Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Pengumpulan data primer dilakukan secara sensus melalui wawancara langsung terhadap 3 pengrajin Batik Madura menggunakan pewarna alami. Data sekunder diperoleh dari Kantor Desa Klampar dan beberapa literatur yang relevan dengan penelitian. Metode analisis data menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui penerapan Business Model Canvas (BMC). Hasil penelitian menunjukkan bahwa sembilan elemen BMC pada usaha batik Madura menggunakan pewarna alami dapat terdeskripsi dengan baik, sehingga untuk impelementasinya merekomendasikan perbaikan pada kesembilan elemen *Business Model Canvas* dengan strategi yang dihasilkan menjadi masukan bagi pengrajin Batik Madura menggunakan pewarna alami.

Kata kunci: Batik Madura, Business Model Canvas Strategi Pengembangan

ABSTRACT

Batik Madura using natural dyes is one of the Batik Madura that is currently developing in Klampar Village, Proppo District, Pamekasan Regency. Therefore, a strategy for developing Batik Madura using natural dyes is needed. The aim of this research is to analyze the development strategy for natural dyes in Batik Madura. The research location is in Klampar Village, Proppo District, Pamekasan Regency. Data was collected from July to September 2023. This research uses primary and secondary data. Primary data collection was carried out by census through direct interviews with 3 Batik Madura craftsmen using natural dyes. Secondary data was obtained from the Klampar Village Office and several literatures relevant to the research. The data analysis method uses a qualitative descriptive approach through the application of the Business Model Canvas (BMC). The results of the research show that the nine elements of BMC in the Batik Madura business using natural dyes can be described well, so that for implementation it recommends improvements to the nine elements of the Business Model Canvas with the resulting strategy becoming input for Batik Madura craftsmen using natural dyes.

Keywords: *Batik Madura, Business Model Canvas, Development Strategy*

PENDAHULUAN

Batik adalah salah satu khasanah kebudayaan dan merupakan wujud seni kuno yang agung. Kata Batik berasal dari dua kata bahasa Jawa yaitu terdiri dari “amba” yang memiliki arti tulis dan “nitik” yang memiliki arti titik. Sehingga secara harfiah batik dapat didefinisikan menulis dengan lilin. Penggunaan canting yang ujungnya kecil pada kegiatan membatik pada kain memberikan kesan seperti orang yang sedang menulis titik-titik. Hal ini dapat ditunjukkan oleh corak yang berasal dari bahan malam (*wax*) yang diaplikasikan ke atas kain sehingga menahan masuknya bahan pewarna (*dye*) atau dalam istilah bahasa Inggrisnya “*wax resist dyein.*” (Sularso, 2009).

Hingga saat ini, Batik masih menjadi produk unggulan daerah dan mulai marak dikembangkan. Pada tanggal 2 Oktober 2009, Batik ditetapkan sebagai *Indonesian Cultural Heritage* yaitu warisan budaya oleh *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organisation* (UNESCO). Berdasarkan sumber diperolehnya, terdapat dua zat pewarna yaitu zat pewarna sintesis dan zat pewarna alami. Zat pewarna sintesis adalah zat buatan dan zat ini merupakan zat pewarna kimia. Pewarna sintesis pada umumnya digunakan sebagai pewarna batik. Hal ini disebabkan pewarnaan batik menggunakan pewarna sintesis lebih ekonomis dan tidak mudah luntur serta pengerjaannya lebih cepat dan praktis (Puspita Kharisma Subagyo dan Soelityowati, 2021). Zat warna sintesis mengandung logam berat dan beberapa komponen kimia kompleks. Pewarna sintesis merupakan pewarna yang dapat digunakan dalam suhu yang tidak merusak lilin, yang termasuk golongan pewarna tersebut adalah: indigosol, naphthol, rapid, basis, indanthreen, procion, dan lain lain (D. Pringgenies, E. Supriyantini, R. Azizah, R. Hartati, 2013). Sedangkan pewarna alami diperoleh dari bagian-bagian tumbuhan seperti akar, batang, kayu, kulit, daun dan bunga, atau dari getah buang (*lac dye*) binatang. Contoh pewarna alami antara lain tanaman tinggi, jambal, tegeran, mahoni dan lain-lain. Bahan pewarna alami diperoleh dari pengolahan tumbuhan dan beberapa bahan alami lainnya (D. Pringgenies, E. Supriyantini, R. Azizah, R. Hartati, 2013). Pewarna alami untuk pewarnaan batik banyak digemari oleh konsumen khususnya konsumen dari mancanegara karena batik yang menggunakan pewarna alami dapat membuat penggunaannya lebih menenangkan. Adapun bahan pewarna alami berupa pigmen yang sudah terdapat dalam bahan atau terbentuk pada proses pemanasan, penyimpanan, atau pemrosesan. Beberapa pigmen alami yang banyak ditemukan di sekitar kita antara lain: klorofil, karotenoid, tanin, dan antosianin. Kelebihan pewarna alami adalah aman dan tidak menimbulkan efek samping bagi tubuh (Kwartiningsih et al., 2021).

Sentra Kerajinan Batik di Kabupaten Pamekasan merupakan warisan budaya. Secara umum Batik tulis ini sama dengan Batik yang daerah lainnya di Madura, namun yang membedakan dengan daerah lain yaitu selain pewarnaannya yang cenderung kontras, Batik Pamekasan mempunyai motif yang unik dan bermacam-macam. Sentra Batik tulis Pamekasan terdapat di daerah Klampar Kecamatan Proppo. Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan merupakan sentra Batik tulis sejak zaman Belanda. sampai sekarang sentra Batik tersebut masih bertahan, sembari tetap mempertahankan tradisi Batik tulis, mereka tetap mengikuti perkembangan motif dan desain dalam membatik. Saat ini Batik Tulis Madura yang sedang berkembang di Desa Klampar adalah Batik Madura menggunakan pewarna alami.

Sentra Batik di Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan mempunyai peranan yang cukup besar dalam rangka meningkatkan perekonomian, terutama dalam upaya mendukung peningkatan pendapatan masyarakat sekitar. Penelitian ini di fokuskan di Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan dengan tujuan untuk mengangkat potensi lokal, juga karena daerah tersebut mempunyai potensi untuk lebih dikembangkan lagi terkait kerajinan batik tulis berbasis pewarna alami.

Penelitian ini sangat penting untuk mengetahui dan mengangkat lebih lanjut terkait Batik pewarna Alami di Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan dalam upaya menganalisis strategi pengembangan Batik Tulis Madura menggunakan pewarna alami melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Desa Klampar, Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan. Penelitian dilakukan pada bulan Juli – September 2023. Lokasi penelitian ditentukan secara *purposive* atau sengaja dengan berdasarkan pertimbangan bahwa Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan merupakan salah satu sentra Batik Madura yang menggunakan pewarna alami di Kabupaten Pamekasan.

Metode pengambilan sampel untuk pengrajin batik Madura menggunakan *metode sensus*. Menurut (Santoso, 2002) sampling jenuh adalah teknik penentuan sample bila semua anggota populasi digunakan sebagai sample. Istilah lain dari sample jenuh adalah sensus. Hal ini dikarenakan populasi dalam penelitian ini adalah pengrajin batik tulis Madura yang menggunakan pewarna alami di Desa Klampar Kecamatan Proppo Kabupaten Pamekasan terdapat 3 pengrajin batik tulis Madura yang menggunakan pewarna alami maka populasi secara keseluruhan dijadikan sebagai sampel penelitian dari unsur pemilik dan pekerja batik tulis.

Metode strategi pengembangan Batik Madura menggunakan pewarna alami dalam penelitian ini menggunakan *Business Model Canvas* atau BMC. *Business Model Canvas* atau BMC adalah salah satu strategi manajemen yang menampilkan bagan visual yang terdiri dari 9 unsur. Dalam menjalankan model bisnisnya, perlu pemahaman yang sangat kuat dari pelaku usaha agar mampu memilih strategi bersaing yang tepat sehingga dapat diterapkan pada perusahaannya.

Alexander Osterwalder merupakan seorang pakar bisnis yang memperkenalkan Model Bisnis Canvas ini pertama kali dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Dalam buku tersebut, Alexander mencoba menjelaskan sebuah kerangka sederhana untuk menjelaskan unsur-unsur penting yang terdapat dalam sebuah Model Bisnis Canvas. *Business Model Canvas* (BMC) adalah sebuah strategi dalam manajemen pengembangan bisnis model dengan menggunakan konsep visual chart yang terdiri dari sembilan elemen yang membahas tentang bagaimana memahami, menilai, dan mengganti model bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini supaya dapat memberikan hasil kinerja bisnis yang optimal (Osterwalder & Pigneur (2010)) dalam (Indriany, N., & Indriyani, 2017). Model Bisnis Canvas terdiri dari 9 buah unsur utama, kemudian dipisahkan lagi menjadi 2 bagian yaitu komponen kanan atau sisi kreatif dan komponen kiri atau sisi logik. Hal ini sama persis seperti otak manusia. Adapun sembilan komponen adalah sebagai berikut, (diurut dari kanan ke kiri). *Customer Segment*, *Customer Relationship*, *Customer Channel*, *Revenue Structure*, *Value Proposition*, *Key Activities*, *Key Resource*, *Cost Structure*, dan *Key Partners* (Alexander Osterwalder, 2010).



Gambar 1. Business Model Canvas (Alexander Osterwalder, 2010)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Strategi Pengembangan Batik Madura Berbasis Pewarna alami melalui pendekatan Business Canvas Model (BMC)

Hasil analisis dari 9 (sembilan) elemen BMC batik Madura berbasis pewarna alami adalah sebagai berikut :

1. *Customer Segments*

Batik Madura berbahan dasar pewarna alami yang dipasarkan oleh pengrajin Batik Madura di Desa Klampar Kecamatan Proppo dapat dikategorikan sebagai pasar massa karena tidak ada perbedaan segmen pasar. Berdasarkan temuan di lokasi penelitian, segmen pasar batik Madura berbahan dasar pewarna alami masih fokus pada satu kelompok besar pelanggan dengan kebutuhan yang sama.

2. *Value Propotions*

Nilai atau kelebihan yang ditawarkan oleh batik Madura berbahan dasar pewarna alami adalah warna batik yang awet dan tahan lama serta pola atau motif batik yang masih mempertahankan motif klasik yang merupakan ciri khas batik Madura.

3. Channels

Saluran yang digunakan Pengrajin Batik Madura berbahan dasar pewarna alami dalam menyampaikan value propotions kepada customer segments adalah melalui media sosial yaitu instagram, facebook dan whatsapp.

4. Costumers Relationship

Pengrajin batik Madura berbahan dasar pewarna alami membangun dan menjaga hubungan dengan pelanggan dengan menerapkan (1) bantuan personal oleh karyawan secara langsung dan (2) pemberian diskon secara spontan untuk pembelian 10 pcs batik Madura.

5. Revenue Streams

Sumber pendapatan atau arus pemasukan yang diterima oleh pengrajin batik Madura adalah dari hasil penjualan produk.

6. Key Resources

Sumberdaya utama yang mendukung operasional bisnis batik Madura berbahan dasar pewarna alami adalah sumberdaya fisik, sumberdaya manusia, sumberdaya intelektual dan sumberdaya finansial. Sumberdaya fisik bisnis batik Madura berbahan dasar pewarna alami adalah (1) bangunan, (2) alat produksi, (3) sistem pembayaran, (4) sumberdaya manusia terdiri dari pemilik dan pekerja, (5) sumberdaya kekayaan intelektual berupa merek, logo usaha, akun facebook dan akun instagram, dan (6) sumberdaya keuangan berupa uang tunai.

7. Key Activities

Aktivitas kunci atau hal-hal yang paling penting yang dilakukan dalam operasional bisnis batik Madura berbahan dasar pewarna alami, yaitu (1) produksi batik Madura pewarna alami, (2) pelayanan kepada *customer segment* sebagai bentuk jasa; (3) pengembangan produk; dan (4) promosi produk melalui Instagram, facebook dan whatsapp.

8. Key Partnership

Hingga saat ini pengrajin batik Madura berbahan dasar warna alami bekerjasama dengan mitra dalam menjalankan bisnisnya yaitu dengan mitra salah satunya toko kain sebagai penyedia bahan baku dan bermitra dengan kios/toko yang menjual souvenir khas madura untuk pemasaran offline serta bermitra dengan gojek untuk pemasaran online.

9. Cost Structure

Struktur biaya yang dibutuhkan dan dikeluarkan oleh pengrajin batik Madura berbahan dasar pewarna alami terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap terdiri dari gaji karyawan, internet dan biaya langganan mesin kasir online. Biaya variabel terdiri dari biaya bahan baku, listrik, makan karyawan dan biaya perbaikan.

Analisis terhadap 9 (sembilan) elemen BMC pada batik Madura berbahan dasar pewarna alami disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. *Business Model Canvas Existing* Batik Madura Menggunakan Pewarna Alami

<u>Key Partnerships</u>	<u>Key Activities</u>	<u>Value Propotions</u>	<u>Customer Relationships</u>	<u>Customer Segments</u>
Mitra Supplier bahan baku Mitra (ojek <i>online</i>)	Produksi batik Madura Servuces Pengembangan produk Promosi produk melalui instagram, facebook dan whatsapp	Pewarna alami Motif batik klasik	Bantuan personal Pemberian diskon	Pekerja profesional Pelajar dan mahasiswa Keluarga
	<u>Key Resources</u> Sarana bangunan Sarana produksi Sistem transaksi pembayaran SDM Merk/logoproduk Akun instagram&facebook Uang tunai		<u>Channels</u> Media sosial instagram, facebook dan whatsapp	
<u>Cost Structure</u> Biaya tetap berupa gaji karyawan, internet, biaya berlangganan kasir Online Biaya varabel berupa biaya bahan baku, listrik, makan karyawan dan biaya perbaikan			<u>Revenue Streams</u> Hasil penjualan produk	

Sumber : Data Primer diolah, (2023)

Identifikasi BMC *existing* berdasarkan situasi dan kondisi usaha batik Madura menggunakan pewarna alami sangat penting untuk dilakukan terlebih dahulu agar dapat diketahui kondisi tiap elemen blok model bisnis. Dengan demikian menjadi lebih mudah dan jelas untuk diketahui jika terdapat blok model bisnis yang perlu dilakukan perbaikan, Adapun perbaikan BMC Batik Madura menggunakan pewarna alami disajikan pada Tabel 2.

1. *Customer Segments*

Saran perbaikan pada elemen *customer segments* ialah menjadikan para wisatawan sebagai *customer segments* selanjutnya. Seiring perkembangannya, adanya jembatan Suramadu menjadi akses bagi wisatawan asing maupun wisatawan domestik sehingga berpotensi besar sebagai tujuan wisata bagi para wisatawan. Disamping itu perbaikan *customer segments* lainnya adalah menjadikan pemuda khususnya anak sekolah jenjang SMA hingga anak kuliah menjadi *customer segments* lainnya.

2. *Value Propositions*

Pada elemen *value propositions* terdapat beberapa rekomendasi perbaikan dengan memanfaatkan peluang dan mengoptimalkan sumber daya antara lain yaitu (1) membuka layanan *delivery service* bagi para pekerja profesional sekitar lokasi usaha; (2) penganeekaragaman produk dengan menawarkan batik Madura dengan motif kontemporer dan lebih kekinian; dan (3) memberi label nama dan logo produk pada kemasan, baik kemasan plastik maupun kemasan dos.

3. *Channels*

Perbaikan pada elemen saluran yaitu dengan memanfaatkan media sosial lainnya seperti Facebook, dan Tiktok, sehingga dapat memperluas jangkauan promosi secara menyeluruh.

4. *Customer Relationships*

Perbaikan pada elemen *customer relationship* merekomendasikan beberapa hal dengan tujuan agar tetap tercipta hubungan yang baik dengan pelanggan berupa (1) pemberian kartu anggota bagi konsumen yang sering melakukan *repeat order*; dan (2) memberi penawaran kupon atau *voucher* bagi *customer segment* karena adanya diskon dan kupon dapat meningkatkan pembelian (Chang Hee Park; Young-Hoon Park; David A. Schweidel, 2018).

5. *Revenue Streams*

Sumber pendapatan dapat ditingkatkan sebagai bentuk perbaikan pada elemen *revenue streams* yaitu dari (1) hasil penyewaan kain batik kepada mitra untuk kegiatan insidental; seperti hari jadi Kabupaten atau event-event lokal dan tradisional lainnya dan (2) karena terdapat jasa pelayanan terhadap *customer segments* maka perlu ditetapkan *service charge*.

6. *Key Resources*

Pada elemen sumber daya utama merekomendasikan perbaikan meliputi (1) menambah *display* produk untuk tempat penyimpanan produk sebagai upaya menambah fasilitas produksi; dan (2) menambah tenaga kerja untuk kegiatan pencucian kain, plorotan dan menggambar motif pada kain.

7. *Key Activities*

Pada aktivitas kunci, rekomendasi perbaikan yang dapat dilakukan adalah (1) promosi produk dengan membuat konten pada saluran Facebook dan Tiktok; (2) mendata pelanggan secara periodik dan *update* secara *time series*; (3) serta memberi layanan *delivery service* dengan memproses dan mengantarkan pesanan pada *customer segments*.

8. *Key Partnerships*

Pada elemen *key partnership* beberapa saran perbaikan adalah (1) bekerjasama dengan mitra *tenant* lainnya untuk menambah variasi produk; (2) bekerjasama dengan mitra Gojek Indonesia untuk meningkatkan layanan khususnya penjualan *online*; serta (3) menciptakan inovasi baru melalui *joint venture* dengan pelaku usaha lain untuk meningkatkan *competitiveness*. Hal ini didukung oleh penelitian (Mega Amelia Putri, Yuliandri, 2022) yang menyatakan bahwa salah satu strategi pengembangan usaha adalah menjaga hubungan baik dengan supplier, karyawan dan konsumen.

9. *Cost Structure*

Perbaikan pada elemen BMC lainnya memiliki pengaruh pada komponen *cost structure* usaha batik tulis Madura menggunakan pewarna alami. Adanya rancang ulang struktur biaya karena perbaikan pada elemen BMC yang lain, maka diperlukan beberapa saran perbaikan diantaranya adalah (1) Karena ada penambahan tenaga kerja maka perlu ditetapkan anggaran gaji karyawan; (2) penetapan anggaran biaya promosi; (3) menetapkan biaya untuk pengembangan bisnis; dan (4) menganggarkan biaya transportasi untuk *delivery service*.

Penelitian mengenai BMC sebelumnya telah dilakukan di berbagai sektor industri seperti pada industri rental mobil Wiralodra 27 (Agustiadi A et al, 2018), bisnis *Rhythm of Empowerment* (ROE) (Prasetyo Budi B et al, 2018), (Wahyuni, 2021) dan (Candraningrat et al, 2021).

Hasil identifikasi dan perbaikan BMC Usaha Batik Madura dengan pewarna alami dapat membantu pengrajin batik Madura menentukan siapa yang akan terlibat dalam pengembangan bisnis batik Madura

dengan pewarna alami untuk meningkatkan daya saing. Dengan demikian, biaya dan elemen lain yang dibutuhkan dalam proses pengembangan dapat diketahui. Hal ini sesuai dengan teori oleh (Pramudiana Y, Rismayani R, 2016) dan (Amanullah, Azhar ANA, 2015) mengenai model bisnis yang telah tercantum sebelumnya.

Tabel 2. *Business Model Canvas* Perbaikan Batik Madura Menggunakan Pewarna Alami

<p><u>Key Partnerships</u> Mitra (tenant) Supplier bahan baku rekan ojek online Joint venture</p>	<p><u>Key Activities</u> Produksi batik Madura Pelayanan Pengembangan produk Promosi produk melalui instagram, facebook, whatsapp Tik Tok Mendata pelanggan Pelayanan delivery service</p> <p><u>Key Resources</u> Fasilitas bangunan Fasilitas produksi (display) Sistem transaksi pembayaran SDM (pencucian kain, plorotan menggambar motif pada kain) Merk/logo usaha Akun instagram&facebook Uang tunai</p>	<p><u>Value Propotions</u> Pewarna alami Motif batik klasik Delivery service Motif batik kontemporer Pemberian label nama dan logo produk</p>	<p><u>Customer Relationships</u> Bantuan personal Pemberian diskon Kartu member Penawaran kupon atau voucher</p> <p><u>Customer Segments</u> Pekerja profesional Pelajar dan mahasiswa Keluarga Wisatawan/traveler atau backpacker</p> <p><u>Channels</u> Media sosial instagram, facebook, whatsapp dan Tik Tok</p>
<p><u>Cost Structure</u> Fixed cost berupa gaji karyawan (pencucian kain, plorotan, menggambar motif pada kain) internet, biaya berlangganan kasir online Variable cost berupa biaya bahan baku, listrik, makan karyawan, biaya perbaikan, biaya promosi, biaya pengembangan bisnis, dan biaya transportasi</p>		<p><u>Revenue Streams</u> Hasil penjualan produk Hail penyewaan tenant Service charge</p>	

Sumber : Data Primer diolah, (2023)

KESIMPULAN

Hasil pemetaan kondisi bisnis Usaha Batik Madura dengan pewarna alami saat ini menunjukkan bahwa seluruh komponen BMC ada di sana. Hasil penelitian melalui pendekatan BMC memberikan rekomendasi untuk perbaikan setiap komponen penting BMC untuk meningkatkan daya saing perusahaan. Hasil perbaikan yang dilakukan pada setiap komponen BMC mencakup segmen pelanggan, dengan backpacker dan traveler menjadi segmen pasar baru dan menjadikan pemuda, terutama siswa SMA dan mahasiswa, sebagai *customer segment* lainnya. Pada elemen *value propositions* dengan membuka (1) layanan *delivery service*, (2) diversifikasi produk dengan menawarkan batik Madura dengan motif kontemporer dan lebih kekinian; dan (3) memberi label nama dan logo produk pada kemasan, baik kemasan plastik maupun kemasan dos.

Elemen *channels* perbaikan yang direkomendasikan meliputi pemanfaatan TV kabel dan media sosial seperti Facebook, dan Tik Tok. Elemen *customer relationships* dengan menciptakan program khusus antara lain kartu member dan penawaran kupon atau *voucher* sebagai upaya untuk mempertahankan dan menjaga hubungan dengan *customer segments*. Pada elemen *revenue streams* perbaikannya terdiri dari hasil penyewaan *tenant*, dan *service charge*. Elemen *key resources* terdapat perbaikan pada lingkup produksi dengan menambah *display*, pada lingkup SDM dengan menambah tenaga kerja untuk posisi kegiatan pencucian kain, plorotan dan menggambar motif pada kain. Pada elemen *key activities* perbaikannya yaitu pembuatan konten untuk promosi pada saluran Facebook dan Tiktok, pendataan pelanggan yang diperbarui secara berkala dan diperbarui dari waktu ke waktu; dan layanan pengiriman yang memproses dan mengirimkan pesanan kepada *customer segments* tertentu. Bentuk perbaikan untuk komponen *key partnership* ialah menjalin kerjasama dengan Gojek Indonesia, mitra tenant, dan berkolaborasi dengan perusahaan lain. Untuk komponen *cost structure*, saran perbaikan adalah merancang ulang struktur biaya termasuk biaya promosi, pengembangan bisnis, biaya transportasi, dan gaji karyawan untuk pencucian kain, plorotan, dan menggambar motif pada kain.

Penelitian BMC pada usaha batik Madura menggunakan pewarna alami menghasilkan suatu perbaikan strategi dan desain model bisnis baru untuk pengembangan operasional bisnis usaha dan akan lebih baik untuk segera dikerjakan dan ditindaklanjuti.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustiadi A et al. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rental Mobil Wiralodra 27 Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 138–150. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm>
- Alexander Osterwalder, Y. P. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley & Sons.
- Amanullah, Azhar ANA, F. N. (2015). Comparison of Business Model Canvas (BMC) Among the three Consulting Companies. *International Journal of Computer Science and Information Technology Research*, 2(1), 29–41.
- Candraningrat et al. (2021). Pengembangan Strategi Bisnis Melalui Bmc (Business Model Canvas) Dan Strategi Pemasaran Bagi Umkm Sari Delight Surabaya. *TEKMULOGI: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1), 16–24. <https://ejournal.upi.edu/index.php/Tekmulogi/article/view/34295>
- Chang Hee Park; Young-Hoon Park; David A. Schweidel. (2018). The effects of mobile promotions on customer purchase dynamics. *International Journal of Research in Marketing*, 35(3), 453–470. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2018.05.001>
- D. Pringgenies, E. Supriyantini, R. Azizah, R. Hartati, I. dan O. K. R. (2013). Aplikasi Pewarnaan Bahan Alami Mangrove untuk Bahan Batik sebagai Diversifikasi Usaha di Desa Binaan Kabupaten Semarang. *Majalah Info*, XV(1), 1–9.
- Indriany, N., & Indriyani, R. (2017). Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada UD. Mogajaya Surabaya. *Agora*, 5(2), 165. <https://doi.org/https://doi.org/10.29244/jai.2017.5.2.165-176>
- Kwartiningsih, E., Setyawardani, D. A., Wiyanto, A., & Triyono, A. (2021). Zat Pewarna Alami Tekstil Dari Kulit Buah Manggis. *Ekuilibrum*, 8(1), 41–47. <https://jurnal.uns.ac.id/ekuilibrum/article/view/49518>
- Mega Amelia Putri, Yuliandri, Y. P. H. (2022). Strategi Pengembangan Agroindustri Kopi Bubuk Kiniko di Nagari Tabek Patah Kecamatan Salimpaung Kabupaten Tanah Datar Agroindustry. *Jurnal Agribest*, 6(1), 25–36. <https://doi.org/https://doi.org/%2010.32528/agribest.v6i1.6993>
- Pramudiana Y, Rismayani R, R. F. (2016). *Business Plan*. PT Remaja Rosdakarya.
- Prasetyo Budi B et al. (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Rhythm of Empowerment Dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 296–307. <http://journal.ipb.ac.id/index.php/jabm>
- Puspita Kharisma Subagyo dan Soelityowati. (2021). Pengaruh zat pewarna sintetis terhadap pewarnaan kain batik. *Folio*, 2(2), 40–46.
- Santoso, S. dan F. T. (2002). *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi Dengan SPSS*. PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sularso. (2009). *60 Tahun Gabungan Koperasi Batik Indonesia*. Koperasi Pusat Gabungan Koperasi Batik Indonesia.
- Wahyuni, S. (2021). Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand Dan Digitalisasi Produk. *Jurnal Pustaka Mitra (Pusat Akses ...)*, 1(2), 81–86.