

Pengembangan Usaha Fotokopi CV Grafika Melalui Inovasi Kualitas Layanan dan Bisnis Model

Nimas Andini

Aries Kurniawan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammdiyah Gresik

Email : nimasdimas01@gmail.com ariessaja@umg.ac.id

Abstract: *The tight competition in the printing business, especially photocopying, makes CV Grafika must be able to compete in order to survive but also must continue to innovate and develop. This study uses a descriptive method with a quantitative approach, where primary data collection is obtained from structured and in-depth observations and interviews guided by the Owner, while secondary data is obtained from company internal documents to analyze the current condition of the company. The results of the study show that CV Grafika has carried out a business model canvas in the category included in the "appropriate" criteria, meaning that the organization is in prime condition so that it is really possible to continue to run the business, increase growth and achieve maximum progress. The results of the analysis show that it is still necessary to innovate business development on the Business Model Canvas, namely on all components, the importance of adding a website to market products so that they are better known to the wider community.*

Keywords: *Business Development, Photocopying Business, Canvas Business Model, Service Innovation*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi global semakin hari kian meningkat. Dengan memanfaatkan teknologi, segala aktivitas akan dilakukan dengan mudah. Mesin fotokopi menjadi teknologi yang banyak digunakan dan dimanfaatkan untuk hal-hal yang berhubungan dengan dokumen. Pekerjaan yang berhubungan dengan penggandaan dokumen dilakukan secara manual sebelum adanya mesin fotokopi. Hal tersebut menjadikan fotokopi sebagai teknologi yang mempermudah pekerjaan memberbanyak dokumen, lebih mudah daripada pekerjaan manual untuk menyalin satu-persatu dokumen.

Seiring dengan kemajuan teknologi yang semakin pesat, fotokopi juga turut mengalami kemajuan. Untuk memenuhi keinginan masyarakat, maka penyempurnaan mesin fotokopi dilakukan secara terus menerus. Pada awalnya mesin fotokopi menghasilkan warna hitam putih dan sekarang berwarna hingga menyerupai dokumen aslinya. Tidak sampai situ, mesin fotokopi juga mengalami peningkatan dalam praktiknya sehingga penggunaannya lebih cepat. Hal-hal tersebut menjadi poin yang harus diperhatikan oleh perusahaan melalui lingkungan yang melahirkan dampak untuk perusahaan. Dari proses tersebut perusahaan juga dapat mengetahui strategi pemasaran untuk menghadapi pesaing. Kompetitor tidak hanya menjadi pesaing melainkan menjadi penanda keberhasilan ataupun kegagalan dari perusahaan saat bersaing.

Salah satu cara agar mampu bersaing ialah menciptakan strategi-strategi baru sehingga memiliki model usaha yang baik dan sempurna pada perusahaan. Hal yang perlu diperhatikan ketika menerapkan strategi usaha yang baik adalah perusahaan harus tahu teknologi yang sedang berkembang, proses dan pangsa pasar yang sempurna. Salah satu metode yang sempurna untuk menciptakan strategi baru ialah Business Model Canvas (BMC). Metode BMC adalah cara yang dipakai oleh bisnis kecil dan menengah (UKM) pada tahap menciptakan aktivitas usaha dan model usaha. BMC bisa dipakai untuk memperoleh strategi perusahaan secara efektif dan efisien. Metode BMC juga bisa memperluas segmentasi pasar sehingga bisa menaikkan penjualan dengan memanfaatkan penjualannya secara online.

Solusi yang ditawarkan berdasarkan permasalahan di atas adalah dengan penggunaan Bisnis Model Canvas atau biasa disebut (BMC). Model ini dapat membantu perusahaan untuk mengetahui sistem dan memahami aspek bisnis dari bisnis yang sedang berjalan dan solusi untuk merubah atau ditambahkan. Xing dan Ness (2016) menyebutkan BMC dapat dijadikan sebagai template perusahaan untuk mencetak model bisnis yang telah berjalan dan berhubungan dengan manajemen strategis berguna untuk perkembangan sistem yang baru. BMC terdiri dari

unsur-unsur yang mewakili perusahaan atau kedudukan nilai produksi, infrastuktur, nilai prosuk, pelanggan dan keuangan dari sudut pandang grafik visual. Selain itu, BMC memiliki Sembilan unsur yang dapat memberikan solusi dan penilain. Hal tersebut mempermudah penyelesaian masalah sesuai tujuan perusahaan.

Penyelesaian masalah dapat dilakukan dengan melihat inovasi model bisnis berdasarkan riset terhadap yang inovasi baru, berbeda dengan sebelumnya, saling melengkapi dengan inovasi sebelumnya, memperhatikan dimensi inovasi tradisional, yang berhubungan dengan proses, produk, atau organisasi (Yu, Zhang dan Liu, 2019). Selanjutnya Yu menjelaskan bahwa inovasi lingkungan memiliki dampak positif bagi keberlangsungan bisnis dan membantu perusahaan tetap ramah lingkungan dalam praktiknya. Tidak hanya itu, untuk mendukung perusahaan yang ramah lingkungan tentu kegiatan produksi juga membutuhkan staff yang berpengetahuan luas untuk mengembangkan, mengatur, melaksanakan, mengendalikan, dan memantau penghematan biaya untuk kepentingan bisnis (Wang, 2018).

Kecanggihan dalam fotokopi ini menciptakan prospek bisnis yang menguntungkan. Sebaliknya, lokasi adalah salah satu bagian yang krusial di sektor usaha fotokopi. Lazimnya, usaha fotokopi selalu dekat dengan kampus, sekolah, perkantoran, dan di tempat yang ramai dan padat misalnya adimarga. sekolah adalah pasar yang cukup potensial untuk usaha ini. siswa guru maupun masyarakat sangat membutuhkan fotokopi, baik buat penggandaan catatan buku, dokumen juga tugas sekolah. Salah satu perusahaan yang berkecimpung dalam bidang percetakan adalah CV Grafika yang bertempat di Jln. Raya Pasar Jugo. Lokasi tersebut berada di daerah percetakan, yang berarti banyaknya kompetitor CV Grafika pada lokasi tersebut. Semakin banyaknya kompetitor maka akan semakin ketat persaingannya.

Dalam hal persaingan bisnis CV Grafika menjadi perusahaan yang berkecimpung pada bidang percetakan sangat merasakan adanya suatu persaingan ketat yang membuat CV Grafika menjadi kewalahan pada persaingan usahanya, hal

ini bisa dilihat menggunakan hasil penjualan CV Grafika yang fluktuatif dari tahun ketahun. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mengali lebih dalam tentang bisnis model kanvas pada CV Grafika. Bisnis model telah yang biasanya dimiliki oleh perusahaan karena ini adalah bagaian dasar yang menjadi pertimbangan untuk dilakukan perusahaan, lalu bagaimana perusahaan melakukannya mengenai keuntungan yang akan dicapai perusahaan, dan pencapaian dalam kepuasan konsumen perusahaan tersebut., maka dari itu penulis menentukan judul “Pengembangan Usaha Fotokopi CV Grafika Melalui Inovasi Kualitas Layanan Dan Bisnis Model”

TINJAUAN PUSTAKA

Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah bisnis yang terjadwal menurut lembaga untuk menaikkan kemampuan, keterampilan, dan pengetahuan pegawai. Pengembangan lebih mengarah pada peningkatan pengetahuan guna melakukan pekerjaan pada masa yang akan datang, hal tersebut dilakukan dengan menggunakan pendekatan yang terintegrasi menggunakan aktivitas lain untuk membarui perilaku kerja. Usaha merupakan aktivitas yang dilakukan secara permanen dan terus-menerus menggunakan tujuan memperoleh laba, baik yang dilaksanakan oleh perorangan atau badan usaha yang bersistem badan hukum maupun tidak terbentuk dari badan hukum, yang didirikan dan berada di suatu daerah atau suatu Negara.

Dari uraian diatas bisa diambil kesimpulan bahwa pengembangan bisnis merupakan aktivitas yang dilakukan secara permanen dan monoton menggunakan tujuan memperoleh laba buat memperbaiki aplikasi pekerjaan masa kini maupun masa akan datang menyampaikan pengaturan, informasi, penataan, serta panduan pada pengembangan bisnis. Secara ideal strategi pengembangan pada konteks industri merupakan upaya buat melaksanakan analisis terhadap keadaan pasar tempat baik internal yang mencakup kelemahan dan kekuatan dan keadaan pasar eksternal yaitu

peluang dan ancaman yang akan dihadapi, lalu diambil cara lain buat menentukan strategi yang perlu dilakukan.

Usaha Syariah

Sistem usaha syariah tidak sinkron dengan kapitalisme atau sosialisme lantaran berorientasi Istilah usaha pada Al Qur'an umumnya digunakan untuk istilah Namun yang acap kali digunakan istilah al-tijarah yang Menurut Islam, usaha merupakan serangkaian aktivitas dengan aneka macam macam bentuk yang tidak dibatasi menggunakan jumlah/kuantitas, kepemilikan harta baik berupa barang atau Ada jua yang mengartikan bahwa usaha Islam adalah unit bisnis dengan berpatokan dalam prinsip syariah Islam dan berpedoman dalam Al-Qur'an dan Hadist .

Tidak semua aktivitas ekonomi dan usaha dianggap jelas dalam Al-Qur'an dan Hadis lantaran kegiatan tadi sangat luas dan berkembang berdasarkan masa ke masa. Maka berdasarkan Al-Qur'an menaruh tuntutan secara umum yaitu prinsip dasar yang dijelaskan umat Islam sepanjang masa. (Kurniawan, Aries., & Beni, Dwi, K. (2020).

Usaha Fotokopi

Dalam melakukan sebuah usaha fotokopi, juga harus tahu rincian modal usaha fotokopi dan alat tulis supaya nantinya sanggup membuka usaha dengan tepat. Usaha tersebut mampu dibidang relatif menjanjikan asal sanggup dikelola dengan tepat dan sungguh-sungguh. Modal yang diperlukan untuk menciptakan usaha ini memanglah tidak sedikit. Oleh lantaran itu, penting untuk menciptakan rincian modal usaha fotokopi dan alat tulis supaya mampu meminimalisir pembelian produk yang tidak diperlukan.

Lantaran terbilang relatif menguntungkan, tidak heran apabila banyak orang yang mencoba memulai merintis usaha ini. Usaha fotokopi mampu sebagai pilihan yang ideal lantaran gampang dijalankan karena hanya perlu memasang kertas yang

akan disalin ke dalam mesin fotokopi, cukup menunggu sampai proses terselesaikan dan memberikannya pada konsumen.

Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) atau Model Bisnis Kanvas, dengan cara sederhana dapat diartikan menjadi proses bagaimana perusahaan membentuk value dan mendapatkan keuntungan menurut value yang diciptakannya dengan cara berkelanjutan. BMC adalah sebuah tools yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2019), Dikembangkan untuk mengakomodasi organisasi usaha dan pengusaha pemula untuk memetakan & melangsungkan analisis terhadap model usaha mereka. BMC membarui konsep usaha yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan dalam satu lbr kanvas berisi planning usaha menggunakan sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik pada dalamnya mencangkup strategi secara internal jadi eksternal.

BMC adalah metode yang tepat untuk merumuskan strategi pada usaha, lantaran menggunakan model BMC perusahaan bisa mengetahui bagaimana setiap bagian dalam bisnisnya berhubungan satu menggunakan lainnya. Kemudian melalui analisa terhadap masing-masing hubungan tersebut diharapkan dapat membentuk nilai yang lebih baik berdasarkan pada sebelumnya melalui keputusan strategis. Pemaparan permasalahan yang diuraikan pada atas bisa menggunakan konsep BMC untuk merumuskan strategi usaha yang bisa dipakai menjadi dasar untuk memilih strategi atau langkah apa yang akan diambil untuk meningkatkan nilai yang dimiliki.

Inovasi

Menurut UU No.18 Tahun 2002 dalam Sukmadi (2016) Inovasi adalah kegiatan penelitian, pengembangan, atau perekayasa yang bertujuan mengembangkan penerapan praktis nilai dan konteks ilmu pengetahuan yang baru, atau cara baru untuk menerapkan ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada ke dalam produk atau proses produksi. Sutirna, H. (2018) menyatakan bahwa inovasi adalah suatu ide, hal-

hal yang praktis, metode, cara, barang-barang buatan manusia, yang diamati atau dirasakan sebagai suatu yang baru bagi seseorang atau kelompok orang (masyarakat). Sedangkan menurut Hutagalung & Hermawan, D. (2018) inovasi merupakan suatu inovasi baru yang berbeda dari yang sebelumnya berupa hasil pemikiran dan ide yang dapat dikembangkan juga diimplementasikan agar dirasakan manfaatnya.

Berdasarkan pemaparan ahli di atas dapat disimpulkan bahwa inovasi adalah suatu proses dimana seseorang dapat mengubah suatu kesempatan menjadi peluang ide yang dapat dikembangkan dan diterima lingkungan. Sebuah inovasi lebih dari sekedar ide biasa, melainkan sebuah pemikiran kreatif yang dikembangkan menjadi gagasan yang berharga. Inovasi merupakan pencarian yang dilakukan dengan sepenuh hati melalui hasil pemikiran, riset, pengalaman, dan kerja yang disempurnakan.

Inovasi Kualitas Layanan

Menurut Essiam kualitas layanan bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang didapat konsumen mengenai pelayanan yang diberikan perusahaan, sebagai akibatnya kualitas yang didapat antar konsumen bisa mengalami disparitas lantaran adanya keterbatasan pemahaman dari konsumen buat membandingkan kinerja dari karyawan dalam memberikan pelayanan. Begitu jua yang diungkapkan Supriyanto & Soesanto bahwa penambahan sarana dan prasarana perusahaan dibutuhkan buat mencegah keluarnya kendala pada pemberian pelayanan yang berkualitas. Sebelum perusahaan mengalami kendala dalam pelayanan yang diberikan sehingga perusahaan bisa mengevaluasi kualitas layanan. Kualitas layanan yang diberikan pada konsumen mempunyai peran pada kinerja perusahaan. akan halnya peran krusial yang dimiliki kualitas layanan yakni sarana dan prasarana yang layak sebagai akibatnya konsumen merasa nyaman saat mendapat

Pelayanan yang diberikan perusahaan, kecepatan dan ketepatan pada melayani konsumen maka dampak terhadap keinginan konsumen dari layanan, kesediaan karyawan saat membantu konsumen akan berdampak terhadap gambaran dari

perusahaan, izin bisnis yang diberikan pemerintah pada perusahaan akan menciptakan konsumen merasa kondusif dengan pelayanan yang diberikan perusahaan, dan kepedulian yang diberikan perusahaan pada konsumen memakai diskusi menggunakan perusahaan akan menciptakan konsumen dilibatkan pribadi berkenaan layanan yang akan diterimanya. Begitu jua menggunakan inovasi layanan diterapkan lantaran konsumen mendambakan adanya pembaharuan pada pelayanan yang didapatkan konsumen.

METODE

Penelitian kualitatif pada penelitian ini difokuskan dalam *ten types of innovation* untuk menggali secara mendalam tentang inovasi *service quality* melalui bisnis model canvas dengan *customer relationships*. Obyek penelitian ini adalah CV Grafika yang berlokasi di Jalan Raya Pasar Jugo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan memberikan penjelasan atas situasi perusahaan. Penelitian dilaksanakan selama satu bulan, bulan September 2021 sampai Oktober 2021.

Pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi langsung, dan studi literature. Data utama dikumpulkan melalui hasil wawancara secara mendalam dan terstruktur terhadap manajemen CV Grafika mencakup owner dan manager menggunakan tujuan yang khusus yaitu menjawab rumusan masalah dan untuk menerima data tentang identifikasi BMC di CV Grafika saat ini serta menganalisis faktor eksternal jadi internal yang mempengaruhi model usaha CV Grafika. Data primer pula didapat melalui wawancara terstruktur terhadap pemilik , dua karyawan dan enam pelanggan yang menggunakan jasa cetak Grafika. Untuk data sekunder didapat menurut dokumen atau arsip.

Selanjutnya, analisis dilakukan dengan cara mengelompokan hasil wawancara, catatan dari lapangan dan dokumen yang didapat selama penelitian Sugiyono (2018). Lalu, kesimpulan dari analisis didapat dan dijabarkan untuk

memudahkan peneliti dan pembaca. Analisis didasarkan pada teori bukan analisis subjektif dari sudut pandang peneliti. Setelah analisis dilakukan, mulai proses reduksi data dijalankan untuk merangkum dan memfokuskan topic penelitian sesuai tujuan penelitian, lebih lanjut penyajian data dan kesimpulan sebagai tahapan pamungkas analisis data.

Terakhir, keabsahan data dilakukan melalui proses ketekunan pengamatan dan triangulasi data (Moleong, 2017). Pengamatan dilakukan di lokasi penelitian dengan mengamati situasi lapangan yang sesuai dengan tujuan penelitian. lalu, triangulasi data dilakukan dengan mencocokkan metode, sumber, penyidik dan teori yang digunakan dalam penelitian. keabsahan data dilakukan dengan cara membandingkan hasil wawancara dengan data hasil wawancara, dokumen dan pandangan teman sejawat yang memiliki penelitian dengan tema serupa.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Pengembangan usaha merupakan aktivitas yang dilaksanakan secara permanen dan terus-menerus dengan tujuan mendapatkan laba buat memperbaiki pelaksanaan pekerjaan yang kini juga yang akan datang memberikan informasi, pengarahan, pengaturan, dan panduan pada pengembangan usaha. Pengembangan usaha yang dipakai untuk menaikkan pendapatan pada usaha jasa CV Grafika "yaitu yang pertama menganalisa apa yang sebagai kebutuhan pasar pada waktu ini dan yang lagi musim dan minim pesaing serta yang banyak diperlukan misalnya jasa Percetakan, lalu proses pelayanan sebagai daya tarik misalnya apa kami tawarkan, menciptakan kreatifitas didalamnya, memilih produk jasa usaha menggunakan tarif yang sinkron dengan harapan konsumen, memilih lokasi yang strategis buat usaha dan layanan service pada dalamnya, promosi yang seperti apa yang ditawarkan supaya menarik banyak pelanggan misalnya melakukan promosi pada sosial media yang ada misalnya kebutuhan dalam saat ini , mempunyai sumber daya karyawan yang mempunyai

keterampilan dan pengetahuan yang sinkron dan berpengalaman dibidangnya, dan alat penunjang misalnya apa yang perlu disiapkan."

Penjelasan menurut Qoirun Naim selaku pemilik menurut usaha CV Grafika penulis bisa menguraikan tentang pengembangan usaha yang di pakai ketika menaikkan pendapatan usahanya dengan beberapa cara yaitu:

- a) Pengembangan usahanya melaksanakan analisa lebih dulu secara matang produk apa yang dibutuhkan pasar pada saat ini. Beberapa usaha yang tengah musim sanggup menjadi pilihan Grafika untuk bisa dianalisis lebih lanjut.
- b) Pelayanan yang baik dan aporisma terhadap pelanggan lebih diprioritaskan, supaya kiranya sanggup menambah daya tarik dalam setiap konsumen. Dengan melalui pelayanan yang cepat dan sempurna sinkron dengan harapan konsumen, secara tidak langsung bisa mensugesti konsumen buat kembali lagi menggunakan jasa yang ditawarkan. Kepuasan pelanggan sangatlah krusial buat menjaga interaksi baik dengan mereka. Ketika seseorang pelanggan berbelanja produk yang mereka inginkan, pasti menginginkan kualitas yang apik dari produk yang ditawarkan. apabila hasilnya mengesalkan, pasti pelanggan akan merasa menyesal dengan produk yang pengusaha tawarkan. Sesuai menggunakan wawancara bersama Malik, mengapa ia menentukan jasa percetakan sebagai berikut:

"Lantaran pada CV Grafika pelayanannya sangat ramah serta respon karyawan relatif cepat, tempatnya juga nyaman lantaran difasilitasi dengan ruang tunggu yang nyaman serta tersedia WIFI yang bisa digunakan."

Selain secara langsung, ketika memberikan kabar pemilik usaha jua memakai sosial media supaya memudahkan konsumen mendapati promosi apa yang akan di tawarkan. Seperti yang dikatakan Malik pada wawancara bersama peneliti, sebagaimana berikut:

"Ya, lantaran adanya sosial media yang dipunyai lebih memudahkan dalam mendapatkan informasi misalnya adanya promo-promo yang ditawarkan."

- c) Suatu kreativitas dalam berusaha sebagai nilai tambah misalnya menciptakan produk Buku sendiri, menggunakan ini pemilik usaha telah memahami bahwa CV Grafika mempunyai perlakuan yang tidak sinkron sesuai dengan kertas yang dipakai buku tersebut. Dengan terdapatnya kreatifitas dengan menciptakan produk buku sendiri bisa menekan biaya produksi. Ini jua bisa sebagai nilai tambah bagi percetakan CV Grafika menggunakan bisnis yang lainnya yang bergerak pada bidang yg sama. Sesuai pernyataan berdasarkan saudara Qoirun Naim selaku pemilik usaha percetakan

“yang sebagai nilai tambah usaha jasa percetakan kami menggunakan usaha percetakan lainnya adalah terletak berdasarkan kreativitasnya yakni menciptakan buku yang diberi nama sesuai keinginan pelanggan. Produk bukunya pada pembuatannya, Grafika punya spesifikasi sendiri mengenai ketahanan sampul bukunya.”

Berbagai produk yang ditawarkan pun perlu sinkron dengan keinginan para tokoh pengguna jasa atau para pelanggan dengan biaya yang dapat dikatakan terjangkau tanpa perlu menguras isi kantong dan menaruh promo untuk meningkatkan daya tarik pelanggan.

- a) Wujud dari produk jasa yang ditawarkan.

“Untuk produk yang Grafika tawarkan terdapat beberapa macam misalnya : fotokopi, Cetak Foto, cetak undangan, cetak kartu bayi, cetak stiker, cetak buku, buat buku laminating dll. Semua itu, menawarkan tarif yang beragam sinkron kebutuhan konsumen.”

Dari penerangan di atas peneliti bisa melihat bahwa usaha jasa yang ditawarkan relatif berbagai macam dan banyaknya jasa yang ditawarkan bisa mempermudah konsumen ketika melakukan perbanyakan gambar atau dokumen, konsumen dapat memenuhi kebutuhan dengan mendapatkan hasil cetak yang berkualitas dengan harga yang terjangkau serasi dengan pernyataan salah satu konsumen yaitu Dian yang mengatakan:

“Menurut saya seluruh produk jasa yang ditawarkan oleh Grafika telah sangat sinkron dengan kebutuhan saya menjadi konsumen. Lantaran Grafika telah memenuhi seluruh kebutuhan percetakan.”

Pengambilan keputusan tentang harga tidak gampang dilakukan. Di satu sisi, tarif yang melampaui mahal sanggup menaikkan keuntungan jangka pendek (balik modal), namun pada sisi lain akan susah menjangkau konsumen dan sulit bersaing dengan pesaing lainnya. Selain itu tinggi rendahnya tarif yang ditawarkan pemilik usaha jasa diubahsuaikan dengan besar kecilnya keuntungan yang dapat diperoleh konsumen menurut produk jasa yang ditawarkan, semakin besar keuntungan atau nilai yang pada nikmati konsumen, meningkat juga biaya yang wajib dikeluarkan konsumen.

b) Harga jasa (price) yang di tawarkan oleh CV Grafika.

“Untuk harga sendiri kami kenakan sinkron kemauan konsumen, cetak buku dipatok mulai dari harga 50 ribu rupiah, sesuai dengan banyaknya halaman dan cover yang diinginkan konsumen, cetak undangan dan nama bayi di patok mulai dari harga 500 rupiah, cetak foto dipatok mulai harga 1000 rupiah.”

Berdasarkan pernyataan Qoirun Naim selaku pemilik usaha bahwa saat memutuskan harga selain buat menerima laba semaksimal mungkin, pelaku bisnis jua wajib memutuskan harga yang terjangkau dan sinkron dengan kualitas dan kemauan konsumen berdasarkan hal tersebut usaha jasa ini dapat mempertahankan usahanya. Sesuai dengan timbal balik sella sebagai konsumen tentang kelebihan dan kekurangan berdasarkan jasa Percetakan, bahwa:

“Selain pelayanan yang baik, tarif yang ditawarkan relatif terjangkau dan mempunyai banyak promo, tetapi mempunyai kekurangan pada proses pengerjaanya yang kadang terlambat, tidak sinkron saat yang dijanjikan.”

c) karyawan yang dipekerjakan

“Jasa percetakan ini bisa berjalan oleh lantaran karena konsumen membutuhkan tenaga pakar yang berpengalaman menangani jasa percetakan.

Bukan hanya sekedar mencetak kebutuhan konsumen saja tetapi lebih dari itu mereka juga menginginkan desain dan hasil cetakan yang bagus dan sesuai harapan sebagai akibatnya pelanggan akan puas akan hasilnya. Maka dari itu kami mentraining semua karyawan sehingga kami mempunyai keterampilan serta pengetahuan spesifik seputar bahan desain yang digunakannya.”

Mempunyai karyawan bukan hanya sekedar yang memahami cara cetak dokumen atau saja akan namun orang yang mempunyai keterampilan serta pengetahuan spesifik seputar desain, menggunakan dipercayanya oleh konsumen buat menyerahkan keinginan konsumen, tentunya tidak boleh asal-asalan saat menanganinya lantaran setiap desain mempunyai cara tersendiri pada hal pengerjaannya. Begitupun alat dan perlengkapan wajib lengkap dan sinkron guna menjadi penunjang di dalamnya. Sesuai hasil wawancara Fira sebagai konsumen dengan peneliti mengenai bagaimana pihak Percetakan Grafika menanggapi dengan baik keluhan konsumen, bahwa:

“Ya kentara lantaran setiap pelanggan komplain tentang kasus salah cetak kepada pihak grafika menanggapi menggunakan cepat buktinya menggunakan adanya garansi.”

d) Tempat pelayanan yang disediakan oleh CV Grafika Fotokopi.

“Seperti yang bisa anda lihat secara langsung, pertama Grafika memilih lokasi yang strategis serta akses mudah dijangkau, makanya buat toko pertama Grafika memilih disini di jalan Raya Pasar Jugo RT tepat sebelh barat Pasar Jugo lantaran orang tau bahwa pasar jugo adalah pusat perbelanjaan yang digunakan oleh daerah setempat. Ditambah kami memfasilitasi konsumen dengan tempat parkir yang luas serta buat bagian interior Grafika untuk nyaman mungkin misalnya ruangan Grafika full WIFI, serta sofa menjadi tempat tunggu”

Dari pernyataan Qoirun Naim peneliti bisa menyimpulkan bahwa pada segi pengembangan usaha lokasi jua perlu mendapat perhatian, dengan demikian sanggup menimbulkan ketenangan yang dinikmati oleh konsumen

dan jua sebagai salah satu daya tarik supaya konsumen tidak bosan dan selalu ingin kembali dan sebagai pelanggan yang tetap. tempat penjualan jasa wajib gampang dicapai pelanggan, supaya memudahkan pelanggan tiba langsung ke toko dan penyediaan berbagai fasilitas jua adalah cara pengembangan usaha yang relatif bagus supaya konsumen tidak merasa bosan. Seperti yang pada kemukakan salah satu konsumen yang bernama Musa menurut usaha percetakan Grafika mengenai bagaimana pelayanan yang diberikan pemilik ataupun karyawannya.

“Di Grafika saya telah merasa nyaman lantaran fasilitas yang disediakan oleh pemilik Grafika relatif nyaman misalnya menyediakan tempat tunggu yang nyaman serta wi-fi gratis, begitupun juga dengan karyawannya grafika melayani dengan ramah, murah senyum serta memenuhi kebutuhan konsumen.”

Disini peneliti dapat mengetahui yaitu interaksi dengan pelanggan penting diperhatikan saat menjalankan usaha merupakan kepuasan pelanggan dengan menyediakan beberapa fasilitas sebagai akibatnya pelanggan sanggup merasakan kenyamanan terhadap dengan interaksi yang krusial antara kedua belah pihak.

e) Promosi yang dilaksanakan buat menaikkan daya tarik konsumen

“terdapat beberapa promosi yang Grafika tawarkan buat menambah daya tarik konsumen, misalnya: setiap konsumen yang memesan 100 biji sekaligus akan menerima potongan harga sebanyak 10% buat produk jasa cetak undangan dan cetak nama bayi, serta kami menaruh layanan garansi bila konsumen menerima desain tidak sesuai dengan harapan konsumen biayanya gratis.”

Dari pernyataan Qoirun Naim peneliti bisa menyimpulkan bahwa menaruh penyediaan pelayanan yang khusus itu misalnya rabat harga pula sangat membantu pada menaikkan daya tarik dan peningkatan pendapatan. Usahanya akan menerima manfaat menurut hal ini yaitu, manfaat jangka panjang yang mana pelanggan tidak akan lari menurut usaha jasa yang ditawarkan.

Implementasi Hasil

Inovasi Bisnis Model Kanvas CV Grafika

Sebuah Model Bisnis merupakan gambaran pemikiran mengenai bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Mengenai objek penelitian penulis melakukan pemetaan bagaimana CV Grafika berbagi usaha model dan deskripsi usaha yang dijalankannya. Berikut ini blok-blok yang diterapkan dalam usaha model CV Grafika berdasar dalam konsep usaha model kanvas (Business Model Canvas).

a) Customer segments (Segmen pelanggan)

Segmentasi CV Grafika sudah dilaksanakan dengan baik dengan menentukan dua customer segment berupa demografi dan geografis, sebagai akibatnya menurut aspek demografis CV Grafika menentukan penekanan utama dalam usia anak-anak dan pendapatan menengah kebawah, dan dari aspek geografis CV Grafika penekanan pada wilayah Lamongan. Penetapan segmentasi pendapatan menengah kebawah sangat sesuai, lantaran lebih banyak didominasi penduduk di Indonesia merupakan golongan menengah kebawah.

Segmentasi pelanggan CV Grafika menunjuk pada masyarakat luas, anak-anak, remaja, maupun orang dewasa (rentan usia 7 tahun – 70 tahun) yang akan membutuhkan jasa cetak maupun untuk membeli produk di Grafika. Seperti Jasa cetak dalam biasanya yang hanya menerapkan sistem Business to Consumer (B2C), maka inovasi segment pelanggan CV Grafika menerapkan kedua sistem tersebut Business to Consumer dan Business to Business (B2C & B2B). Strategi ini perlu dilakukan lantaran CV Grafika banyak menerima konsumen dari platform digital, word of mouth, dan rekomendasi dari rekanan CV Grafika.

b) Value Propositions (Proporsi nilai)

CV Grafika penting mempertahankan nilai yang diberikan melalui kecepatan, harga, dan aksesibilitas. Harga produk (price) telah sinkron dengan sasaran pasar yang notabene adalah kalangan dengan pendapatan menengah kebawah, hal ini

terbukti menurut hasil wawancara dimana informan pertama dan kedua tetap bersedia membeli produk lantaran faktor harga yang murah. Dari segi kecepatan (speed), CV Grafika sudah menaruh layanan yang cepat dimana keadaan tersebut menjadikan produk cepat untuk distribusikan. Produk yang gampang didapatkan (accessibility) pula hal krusial yang patut dijaga supaya pelanggan bisa menemukan produk dengan gampang.

Terdapat sela yang harus diperbaiki untuk mendukung Inovasi Model Bisnis yaitu hasil cetak yang dipercaya baik oleh CV Grafika lantaran mempunyai warna yang cerah dan berkualitas, ternyata pelanggan menduga produk tidak cerah dan mempunyai banyak kekurangan yang lain seperti yang tercantum pada tahap empathize. CV Grafika Harus memperbaiki nilai menurut desain (design), CV Grafika bisa memberikan desain menggunakan warna yang lebih cerah, motif dan gambar yang beragam, dan mempunyai banyak sekali macam pilihan ukuran. Nilai lain yang bisa ditambahkan ialah dari segi newness yaitu dengan memberikan gambar yang beragam (update). Dari penjabaran diatas tersebut CV Grafika menaruh proporsi nilai pada setiap pelanggan menggunakan tujuan kepuasan, kenyamanan, dan hubungan baik dengan konsumen.

c) Channels (saluran komunikasi, distribusi, dan penjualan)

CV Grafika penting mempertahankan channels secara baik. CV Grafika menaruh setiap keterangan yang diharapkan pelanggan akan sebuah jasa atau produk pada setiap media digital yang dimiliki, lebih lanjut buat memperkuat keterangan tersebut CV grafika tidak lupa menjalin hubungan pada calon konsumen melalui media digital baik dengan bersamaan keterangan yang disampaikan atau secara terpisah. Pada ketika yang sama konsumen akan menerima apa yang mereka butuhkan sebelum memakai jasa melalui CV Grafika. CV Grafika jua perlu menciptakan situs website supaya pelanggan bisa mengakses keterangan secara baik, dan bisa melakukan pemesanan via online apabila pelanggan bisa memesan lewat online, hal tersebut akan membantu pelanggan memesan produk lebih nyaman dan

cepat. CV Grafika akan bisa membangun nilai speed dalam elemen value propositions.

d) Customer relationships (hubungan pelanggan)

CV Grafika senantiasa menjaga baik interaksi dengan konsumen dalam waktu pengerjaan pesanan, selesainya pesanan, hingga sesudah terjadinya transaksi. Tujuan untuk mengakibatkan kesan positif pada semua konsumen supaya saat keluarga, teman, serta teman di lingkungan konsumen ketika membutuhkan jasa percetakan merekomendasikan CV Grafika. Inovasi pada hubungan pelanggan adalah interaksi CV Grafika oleh pelanggan dalam CV Grafika hal ini merupakan personal assistance. CV Grafika harus lebih memaksimalkan interaksi ini dengan lebih baik dan intensif. CV Grafika harus memakai co creation dengan menyangkut-menyangkutkan pelanggan buat membantu CV Grafika dalam membangun desain baru yang inovatif yang sinkron harapan pelanggan. Co Creation bisa ditingkatkan menggunakan mengimplementasikan co creation buat produk jasa cetak.

e) Revenue streams (arus pendapatan)

Arus pendapatan dalam CV Grafika berasal berdasarkan pihak kedua yang berafiliasi langsung oleh CV Grafika. Sumber dana berdasarkan pihak kedua dari eksklusif oleh konsumen, merupakan dana pada berdasarkan pembayaran konsumen. Sementara Untuk inovasi arus pendapatan menerima peluang pendapatan (revenue opportunity) yang bisa dimaksimalkan, CV Grafika bisa sumber dana berdasarkan pihak ketiga adalah hasil dari menjual barang bekas misalnya mesin komputer serta peralatan tempat kerja berbentuk meja dan kursi yang telah tidak terpakai. sumber pendapatan tersebut termasuk pada assets sales. Cara pembayaran yang bisa dilakukan oleh pelanggan telah lengkap dan baik. Pelanggan bisa menaruh cash juga kredit.

f) Key resources (sumber daya utama)

CV Grafika sudah mempunyai sumber daya yang bulat. terdiri atas sumber daya fisik (physical resource), sumber daya intelektual (intellectual resource), sumber daya manusia (human resources) dan sumber daya keuangan (financial resource). Dari sumber daya intelektual, CV Grafika harus memperbaiki dengan cara melaksanakan pembinaan dan pengembangan dalam karyawan yang dilaksanakan secara terjadwal. Saat ini, CV Grafika hanya melaksanakan pembinaan dalam karyawan baru saja. CV Grafika harus melakukan perawatan serta perbaikan dalam peralatan dan keadaan fisik CV Grafika. Seperti, dinding tempat kerja perlu di cat kembali, perbaikan sarana yang usang dan perbaikan atap yang bocor.

g) Key activities(aktivitas kunci)

Aktivitas yang dilaksanakan CV Grafika harus dijaga dengan baik. CV Grafika bisa memberikan penyelesaian masalah bagi pelanggan dengan cara memberikan produk sinkron kebutuhan pelanggan. Dalam hal tersebut CV Grafika menjadi perusahaan jasa yang melaksanakan promosi secara terpola guna sosialisasi dan keberadaan di dalam industri percetakan pada Daerah Lamongan dan sekitarnya. Sementara itu, sewaktu terdapat ketertarikan oleh calon pelanggan terhadap produk yang tengah diinformasikan CV Grafika belum melakukan hal selanjutnya merupakan meyakinkan calon konsumen supaya memakai jasa pelayanannya.

Inovasi Kualitas Layanan

Dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti inovasi model usaha yang dapat diterapkan dalam CV Grafika ialah: pertama, Inovasi yang mengacu dalam sumber daya, hal ini dilakukan CV Grafika dengan cara rekrutmen karyawan menurut rekomendasi, kemudian melakukan pelatihan secara langsung, dan mengadakan pertemuan setiap dua kali pada satu bulan guna membangun lingkungan pekerjaan yg tidak membosankan dan jua menciptakan kedekatan antar karyawan, sekaligus menggali potensi dan pandangan baru baru dari seluruh karyawan mengenai konsep pelayanan terhadap pelanggan. Seperti yang diungkapkan Qoirun sebagai pemilik

“Jasa percetakan ini bisa berjalan oleh lantaran karena konsumen membutuhkan tenaga pakar yang berpengalaman menangani jasa percetakan. Bukan hanya sekedar mencetak kebutuhan konsumen saja tetapi lebih dari itu mereka juga menginginkan desain dan hasil cetakan yang bagus dan sesuai harapan sebagai akibatnya pelanggan akan puas akan hasilnya. Maka dari itu kami mentraining semua karyawan sehingga kami mempunyai keterampilan serta pengetahuan spesifik seputar bahan desain yang digunakannya.”

Kedua, Inovasi mengacu dalam penawaran, CV Grafika melakukan inovasi ini supaya beliau berbeda dengan penyedia jasa layanan percetakan yang lain, CV Grafika memberi penawaran nilai baru yang mengacu dalam pembuatan desain dengan melibatkan konsumen, dan memastikan seluruh akan berjalan baik supaya seluruh pihak bisa terpuaskan. “yang sebagai nilai tambah usaha jasa percetakan kami menggunakan usaha percetakan lainnya adalah terletak berdasarkan kreativitasnya yakni menciptakan buku yang diberi nama sesuai keinginan pelanggan. Produk bukunya pada pembuatannya Grafika punya spesifikasi sendiri mengenai ketahanan sampul bukunya.” Ungkap Qoirun

Ketiga, Inovasi mengacu dalam pelanggan, dimana CV Grafika selalu menyesuaikan apa yang diinginkan oleh pelanggan yang akan dan sedang memakai jasa percetakan dari CV Grafika. Selalu mewedahi kebutuhan pelanggan dan jua memberi kemudahan akses pada pelanggan disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan. "yaitu yang pertama menganalisa apa yang sebagai kebutuhan pasar pada waktu ini dan yang lagi musim dan minim pesaing serta yang banyak diperlukan misalnya jasa Percetakan, lalu proses pelayanan sebagai daya tarik misalnya apa kami tawarkan, menciptakan kreatifitas didalamnya, memilih produk jasa usaha menggunakan tarif yang sinkron dengan harapan konsumen, memilih lokasi yang strategis buat usaha dan layanan service pada dalamnya, promosi yang seperti apa yang ditawarkan supaya menarik banyak pelanggan misalnya melakukan promosi pada sosial media yang ada misalnya kebutuhan dalam saat ini, mempunyai sumber daya karyawan yang mempunyai keterampilan dan pengetahuan yang sinkron dan berpengalaman

dibidangnya, dan alat penunjang misalnya apa yang perlu disiapkan." Ungkap Qoirun sebagai pemilik.

SIMPULAN

Inovasi kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kualitas layanan. Ini berarti semakin meningkat inovasi kualitas layanan, maka semakin meningkat pula kualitas layanan. Oleh karena itu perbaikan pada layanan yang dilakukan secara bertahap sesuai dengan perubahan keinginan pelanggan dan disertai dengan peningkatan penggunaan teknologi yang baru akan meningkatkan kualitas layanan. CV Grafika dapat menerapkan Inovasi yang mengacu dalam sumber daya, Inovasi mengacu dalam penawaran, serta Inovasi mengacu dalam pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa inovasi kualitas layanan dan model bisnis pada CV Grafika memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen CV Grafika. Hal ini berarti jika inovasi kualitas layanan dan model bisnis CV Grafika ditingkatkan maka kepuasan konsumen CV Grafika juga akan meningkat. meski demikian Kualitas layanan pada CV Grafika cukup dan terdapat beberapa hal yang harus ditingkatkan seperti kemampuan karyawan dalam menangani pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- Hutagalung. & Hermawan, D. (2018). *Membangun Inovasi Pemerintah Daerah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kurniawan, Aries., & Beni, Dwi, K. (2020). *Pengantar Bisnis Syari'ah dan Kewirausahaan. (Hal.34)*
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- Osterwalder, A dan Pigneur, Y. (2017). *Business Model Generation : Pedoman bagi para Visioner, Penggerak Perubahan, dan Pendobrak*. Jakarta : PT Elex Media Komputindo.
- Q. Y. Yan, and L. L. Mi. 2019. "Busines model analysis of integrated energy service: based on businesV Technology Economic, vol. 38, no. 5, pp. 126-132, May.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sukmadi. 2016. *Inovasi & Kewirausahaan Edisi Paradigma Baru Kewirausahaan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Grup.
- Sutirna, H. (2018). *Inovasi dan Teknologi Pembelajaran*. Yogyakarta: Deepublish
- Wang, W. (2018). A new third-party owned business model-taking the photovoltaic industry as an example. *Sci. Wealth*, 12.
- Xing, Ke., & Ness, David. (2016). Transition to Product-Service Systems: Principles and business model. *Procedia CIRP* 47. 525-530