

**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS
DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*
PADA PERUSAHAAN RINTISAN B2B e-COMMERCE
(STUDI KASUS DI BIZZY INDONESIA)**

Alia Zahra

Abstrak

Bizzy Indonesia adalah salah satu pemain eCommerce B2B (*business-to-business*) di Indonesia, dimana jenis sektor eCommerce ini belum terlalu dikenal oleh masyarakat Indonesia. Namun dari perspektif marketing, Bizzy belum melakukan aktivitas promosi dan pemasaran secara maksimal dalam memperkenalkan platform-nya. Selain itu dari perspektif operasi, Bizzy belum memiliki *job description* yang tertulis jelas untuk setiap divisinya. Jika hal-hal tersebut tidak diperhatikan, dikhawatirkan Bizzy tidak mampu mencapai peluang dan menghadapi ancaman kompetisi. Dengan usia yang belia, Bizzy harus memiliki strategi yang tepat untuk menjalankan dan bertahan dengan bisnisnya, dan salah satu elemen penting yang harus diperhatikan adalah model bisnis. Penyusunan strategi dilakukan dengan konsep *Business Model Canvas* dengan bantuan analisis SWOT. Alternatif strategi yang dihasilkan berupa 9 set usaha-usaha dalam penetrasi pasar dan pengembangan produk sehingga formulasi model bisnis kanvas Bizzy yang baru lebih ditekankan kepada aktivitas pemasaran, peningkatan kualitas hubungan dengan konsumen dan penambahan nilai-nilai yang bisa ditawarkan oleh Bizzy Indonesia.

Kata kunci : strategi bisnis, *Business Model Canvas*, penetrasi pasar, pengembangan produk

***BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY USING BUSINESS MODEL
CANVAS APPROACH AT B2B e-COMMERCE STARTUP
(CASE STUDY AT BIZZY INDONESIA)***

Alia Zahra

Abstract

Bizzy Indonesia is one of B2B (business-to-business) e-commerce player in Indonesia, where this type of e-commerce sector is not well known by Indonesian people. From the marketing perspective, Bizzy has not carried out promotional and marketing activities to the fullest in introducing the platform. In addition, from the operational perspective, Bizzy does not have a clear job description for each division. If these things are not addressed, it is feared that Bizzy will not be able to reach opportunities and face the threat of competition. With a young age, Bizzy must have the right strategy to run and survive with its business, and one important element that must be considered is the business model. Strategy preparation is done using Business Model Canvas concept with the help of SWOT analysis. The alternative strategy formed is 9 sets of efforts in market penetration and product development so that the formulation of Bizzy's new business model canvas emphasizes in marketing activities, improving the quality of relationships with consumers and adding values that can be offered by Bizzy Indonesia.

Key word : business strategy, Business Model Canvas, market penetration, product development