

## ABSTRAK

### PENGEMBANGAN MODEL BISNIS BATIK PADA CV. SMART BATIK INDONESIA

**Miftahudin Nur Ihsan**  
**19/452520/PEK/25472**

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk merancang model bisnis baru yang tepat bagi CV. Smart Batik Indonesia. Adapun tujuan spesifik penelitian ini ada tiga. Pertama, untuk menganalisis model bisnis CV. Smart Batik Indonesia saat ini sebagai pedoman alternatif pengembangan model bisnis perusahaan. Kedua, untuk merancang model bisnis produk sajadah batik antibakteri sebagai inovasi produk baru perusahaan. Ketiga, untuk menganalisis kelayakan pengembangan model bisnis baru perusahaan berdasarkan aspek ekonomi dan non-ekonomi.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode pengumpulan data melalui wawancara dan survei. Pertanyaan wawancara disusun berdasarkan komponen Kanvas Model Bisnis, sedangkan pertanyaan survei disusun berdasarkan peta empati. Informan wawancara dalam penelitian ini adalah Manajer Umum CV. Smart Batik Indonesia dan pemilik Annisa Batik selaku kompetitor, sedangkan responden survei merupakan tiga puluh calon pelanggan potensial yang dipilih dengan *purposive sampling*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis secara kualitatif dan kuantitatif. Analisis data kualitatif dilakukan menggunakan analisis konten, sedangkan analisis data kuantitatif dilakukan dengan menghitung nilai NPV, IRR, dan PP.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan model bisnis CV. Smart Batik Indonesia dipicu oleh adanya sumber daya baru yaitu teknologi batik antibakteri yang merupakan hasil kemitraan antara perusahaan dan Balai Besar Kerajinan dan Batik (BBKB). Kemitraan ini mendorong perusahaan untuk menciptakan produk baru berupa sajadah batik antibakteri. Investasi yang harus dikeluarkan perusahaan untuk pengembangan ini adalah sebesar Rp41.980.000,00. Berdasarkan analisis kelayakan ekonomi yang dilakukan, diperoleh nilai NPV sebesar Rp233.172.817,63, nilai IRR sebesar 58%, dan nilai pengembalian selama dua tahun tujuh bulan. Berdasarkan analisis non-ekonomi, pengembangan model bisnis ini akan berpengaruh pada aspek sosial dan budaya. Dengan demikian, dapat dikatakan pengembangan model bisnis ini layak dijalankan.

**Kata Kunci: Pengembangan Model Bisnis, Batik, Batik Antibakteri**

## **ABSTRACT**

### ***BUSINESS MODEL DEVELOPMENT OF CV. SMART BATIK INDONESIA***

***Miftahudin Nur Ihsan***  
***19/452520/PEK/25472***

*The main focus of this research is to design the new business model for CV. Smart Batik Indonesia. The research also serves three specific purposes: (1) to analyse the current business model of CV. Smart Batik Indonesia as alternative guidance to the development of company's business model; (2) to design business model of antibacterial batik prayer mat as an innovative product; and (3) to analyse the economical and non-economical feasibility of new developed business model.*

*The research used qualitative method approach, supported with interview and surveys to collect sufficient data. Interview questions are arranged based on Business Model Canvas, meanwhile survey questions are made based on empathy map. The informant involved in the interview are the General Manager of CV. Smart Batik Indonesia and the owner of Annisa Batik as competitor. Purposive sampling is used to choose the survey respondents, resulted in 30 prospective customers. The data is then analysed in qualitative and quantitative method, respectively. Qualitative data analysis is done using content analysis, while the calculation of NPV, IRR, and PP value served the quantitative method.*

*The outcome shows the new developed business model of CV. Smart Batik Indonesia is triggered by the new resource, namely antibacterial technology as the outcome of company and Balai Besar Kerajinan Batik (BKKB)'s partnership. The partnership itself encouraged the company to create antibacterial batik prayer mat as a new product. The initial investment needed for the new development is Rp. 41.980.000,00. Based on the economical feasibility, the NPV is Rp233.172.817,63, IRR at 58%, and payback period at two years and seven months. Non-economical feasibility shows the new developed business model will impact social and cultural aspects. Therefore, the new developed business model is feasible.*

***Keywords: Business Model Development, Batik, Antibacterial Batik***