

ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN SWOT UNTUK OPTIMALISASI PENGEMBANGAN USAHA EF.INDUSTRIES

Youwilda Tri Andrian, Tanti Prita Hapsari ²

^{1,2} Program Studi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta

email: youwildaadaa@students.amikom.ac.id

ABSTRACT

Keywords:
Business
Development,
Ef.industries
SWOT, BMC

Enjoy Furniture Industries is a furniture business that provides high-quality and artistic furniture products from Jepara, using primary materials such as teak or mahogany wood. Given the growing demand for teak furniture in the local market, Enjoy Furniture Industries identifies customer satisfaction and trust in the quality of Jepara furniture products as the primary challenges faced by consumers. Therefore, as a native of Jepara, the author took the initiative to assist professional craftsmen who possess high skills, reliability, and dedication in producing a product. The goal is to expand the target market network and provide satisfaction and trust to customers regarding the quality of Jepara furniture. The aim of this research is to enhance the development strategy of Enjoy Furniture Industries using the Business Model Canvas (BMC) approach and SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats). The BMC approach is considered effective in the business development process. Additionally, SWOT analysis can be used to identify the business's strengths, weaknesses, threats, and opportunities. It is hoped that the BMC approach and SWOT analysis will assist EF.Industries in creating a well-rounded business development strategy to achieve both short-term and long-term goals.

ABSTRAK

Article Info:

Submitted:

20/07/2025

Revised:

25/07/2025

Published:

05/08/2025

Enjoy Furniture Industries merupakan bisnis *furniture* yang menyediakan produk-produk *furniture* berkualitas serta bernilai seni dari jepara, dengan material utama kayu jati, trembesi, atau kayu mahoni. Dengan adanya permintaan pasar yang meningkat untuk produk mebel jati di pasar lokal, EF.Industries melihat kepuasan dan kepercayaan pelanggan terhadap kualitas produk *furniture* Jepara

adalah masalah utama yang dihadapi konsumen. Oleh karena itu, sebagai penduduk asli Jepara, penulis mengambil inisiatif untuk membantu para pengrajin profesional yang memiliki keterampilan, kehandalan, dan totalitas yang tinggi dalam menghasilkan suatu produk. Tujuannya adalah untuk memperluas jaringan target pasar dan memberikan kepuasan dan kepercayaan kepada pelanggan tentang kualitas *furniture* Jepara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan strategi pengembangan Enjoy Furniture Industries dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats*). Pendekatan BMC dinilai efektif dalam proses pengembangan bisnis. Selain itu, analisis SWOT dapat digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, ancaman, dan peluang bisnis. Pendekatan BMC dan analisis SWOT harapannya akan membantu EF.Industries dalam membuat strategi pengembangan bisnis yang matang untuk mencapai tujuan, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

PENDAHULUAN

Industri *furniture* merupakan salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan produk yang tidak hanya fungsional, tetapi juga estetis dan nyaman. Dalam era digital saat ini, platform *e-commerce* seperti Tokopedia menjadi salah satu jalur utama distribusi produk *furniture* ke konsumen. Namun demikian, tingginya volume transaksi dan ekspektasi konsumen yang semakin meningkat, juga menimbulkan permasalahan yang perlu segera diatasi oleh pelaku usaha di sektor ini.

Berdasarkan survei terhadap keluhan konsumen di Tokopedia pada periode September 2024 hingga Februari 2025, terdapat tiga permasalahan utama yang dominan, yaitu kualitas produk yang tidak sesuai, layanan pelanggan yang kurang memadai, serta kebijakan garansi yang tidak jelas. Permasalahan tersebut diperkuat oleh hasil wawancara mendalam dengan konsumen, yang mengungkapkan keluhan tambahan seperti ukuran *furniture* yang tidak sesuai dengan ruangan, kualitas material yang rendah, ketidaksesuaian antara produk dan foto katalog, biaya pengiriman yang mahal, serta prosedur garansi yang membingungkan.

Menanggapi tantangan tersebut, EF.Industries hadir sebagai solusi alternatif dengan menawarkan produk furniture berkualitas tinggi yang dibuat dari bahan baku pilihan seperti kayu jati, mahoni, dan trembesi. Melalui pendekatan yang mengedepankan transparansi bahan, layanan konsultasi desain ruang, proses produksi yang terstandar, serta pelayanan purna jual yang responsif dan profesional, EF.Industries bertujuan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas jangka panjang.

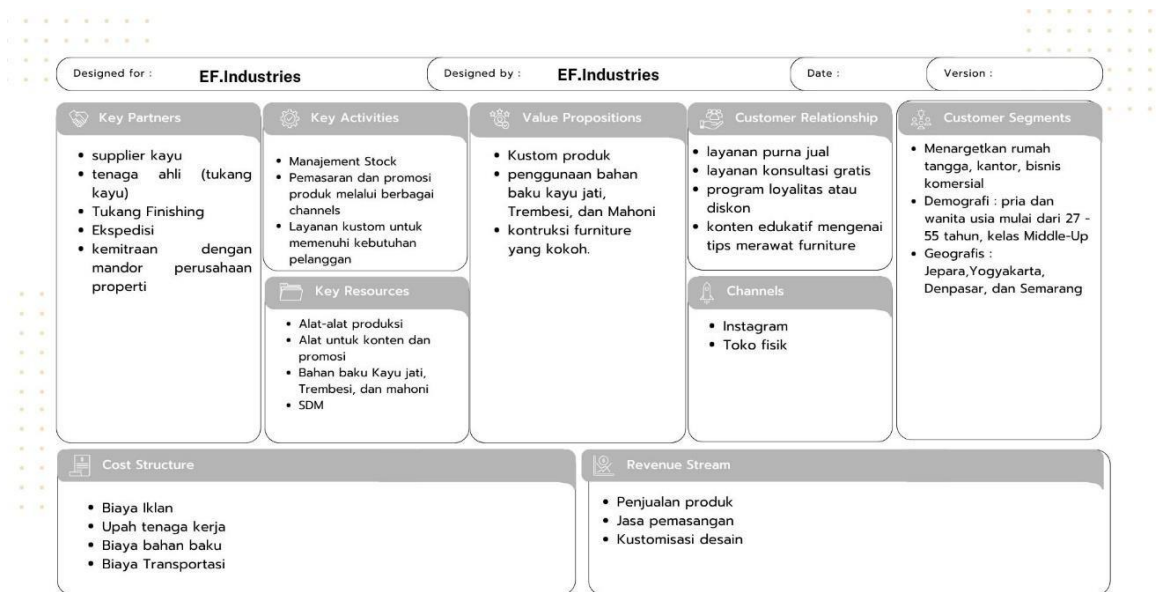
Lebih dari sekadar bisnis, EF.Industries memiliki *noble purpose* yang berorientasi pada transformasi bahan baku lokal menjadi produk bernilai tinggi, pemberdayaan pengrajin lokal di Jepara, serta penguatan citra Jepara sebagai pusat produksi *furniture* berkualitas tinggi. Hal ini diwujudkan melalui visi menjadi mitra terkemuka dalam menciptakan ruang yang indah dan fungsional, serta misi membangun jaringan luas dan strategi pemasaran yang kreatif untuk pasar domestik dan internasional.

Dengan dasar tersebut, EF.Industries tidak hanya menjawab permasalahan yang dihadapi konsumen, tetapi juga memberikan nilai tambah melalui inovasi produk, kualitas layanan, dan komitmen terhadap keberlanjutan industri *furniture* di Indonesia.

PEMBAHASAN

Business Model Canvas

EF.Industries menggunakan *Business Model Canvas* sebagai alat dalam analisa rancangan usaha (Hendarsih, 2021). BMC dapat membantu tujuan dan fokus untuk mencapai keinginan seorang pengusaha dikarenakan BMC merupakan acuan yang sama untuk menggambarkan, menilai, mengubah, dan memvisualisasikan model bisnis. BMC dalam usaha ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. *Business Model Canvas*

Ukuran Pasar

Dengan mempertimbangkan banyaknya permintaan pasar dan peluang yang terdapat di dalamnya, EF.Industries menargetkan restoran dan coffe shop yang berada di daerah Semarang sebagai *Total Addressable Market* (TAM) atau pasar potensial secara keseluruhan. Selanjutnya, EF.Industries secara realistis menjangkau segmen coffee shop dan restoran sebagai *Serviceable Obtainable Market* (SOM), yaitu pasar yang benar-benar dapat dilayani berdasarkan kapasitas dan sumber daya yang dimiliki saat ini. Dalam konteks ini, ketersediaan infrastruktur fisik dan non fisik, seperti transportasi, energi, dan sumber daya alam, menjadi faktor kunci yang mendorong peningkatan produktivitas, profitabilitas, penjualan, serta jumlah pelanggan (Perdana et al., 2023). Dukungan infrastruktur yang baik juga memungkinkan EF.Industries untuk memperluas *Serviceable Available Market* (SAM) secara bertahap, menjangkau lebih banyak segmen pasar secara konsisten dan berkelanjutan, serta memperkuat posisi kompetitif dalam industri furnitur lokal. Oleh karena itu, ukuran pasar dari persaingan bisnis EF.Industries dengan menggunakan metode TAM, SAM, SOM adalah sebagai berikut:

Tabel 1. Data Pemerintah Kota Semarang Kategori Pariwisata & Budaya

No.	Elemen Data	Satuan	2023	2024
1.	Jumlah Coffee Shop	Unit	127	127

No.	Elemen Data	Satuan	2023	2024
2.	Jumlah Restoran	Unit	1.568	1.742
Jumlah Unit				1869

Sumber: <https://data.semarangkota.go.id/data/list/4>

TAM:

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa pada tahun 2024 jumlah coffe shop 127 unit dan jumlah restoran yang terdapat di daerah Semarang sebanyak 1.742 unit. Sehingga dapat disimpulkan bahwa TAM dari EF.Industries sebanyak 1.869 yang terdiri dari restoran dan coffe shop.

SAM:

Berdasarkan tabel diatas, asumsi pasar yang dapat dijangkau 35% karena keterbatasan minat lokal dan distribusi. Dari total unit pada tahun 2024 jumlah coffee shop dan restoran yang terdapat di daerah Semarang sebanyak 1.869 unit. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa SAM dari EF.Industries sebanyak 654 unit restoran.

SOM:

Target pangsa yang bisa diraih : 3% pada 3 tahun pertama

$SOM = SAM \times \text{Target Pangsa Pasar}$

$SOM = 654 \times 3\%$

$SOM = 19,6 \approx 20 \text{ Unit Coffe Shop dan Restoran}$

Strategi Pengelolaan EF.Industries

a. Strategi pemasaran

1. *Product* (produk)

EF.Industries menghadirkan produk *furniture* berbahan dasar kayu Jati, Mauni, dan trembesi dengan karakteristik kayu yang berbeda. Masing masing bahan dasar kayu diubah menjadi produk *furniture*. Produk EF.Industries memperhatikan estetika,

kontruksi, dan fungsional agar dapat memenuhi kebutuhan pasar yang semakin selektif.

2. *Price* (harga)

Produk EF.Industries tergolong kualitas *furniture* premium dengan kualitas bahan baku yang digunakan, namun harga tetap kompetitif dipasar. Untuk pemesanan dalam skala banyak/project besar EF.Industries menerapkan DP sebesar 60% dari harga yang telah ditentukan. Kursi bar dengan harga Rp 500.000, kursi heroshima Rp 750.000, bangku Stool Rp 290.000. Perbedaan bentuk dan ukuran mempengaruhi harga yang ditetapkan. EF.Industries mengikuti *furniture* yang diinginkan konsumen. berikut tabel perhitungan HPP produk EF.Industries.

Tabel 2. HPP Stool Trembesi

Kategori	Rincian	Biaya
Biaya Bahan Baku	Kayu	Rp4.750.000
	Trasnportasi	Rp350.000
Biaya Tenaga Kerja	Upah	Rp5.000.000
Biaya Overhead	Internet	18000
	TOTAL	Rp10.118.000
HPP per pcs	Total HPP/Jumlah Produk	Rp202.360
Laba yang diinginkan	Rp87.640	Rp290.000
	43%	

Sumber: Dokumen Pribadi

Tabel 3. HPP Kursi Heroshima

Kategori	Rincian	Biaya
Biaya Bahan Baku	Kayu	Rp140.000
	Finishing	Rp135.000
	Trasnportasi	Rp20.000
Biaya Tenaga Kerja	Upah	Rp75.000
	Pengrajin	Rp100.000
Biaya Overhead	Internet	18000
	TOTAL	Rp488.000
HPP per pcs	Total HPP/Jumlah Produk	Rp488.000
Laba yang diinginkan	Rp262.000	Rp750.000
	54%	

Sumber: Dokumen Pribadi

Tabel 4. HPP Kursi Bar

Kategori	Rincian	Biaya
Biaya Bahan Baku	Kayu	Rp100.000
	Finishing	Rp100.000
Upah	Pengrajin	Rp125.000
	Trasnportasi	Rp20.000
Biaya Overhead	Internet	Rp18.000
	TOTAL	Rp363.000
HPP per pcs		Rp363.000
Laba yang diinginkan	Total HPP/Jumlah Produk	Rp500.000
	Rp137.000	
	38%	

Sumber: Dokumen Pribadi

3. *Place* (Tempat/distribusi)

EF.Industries meraih pangsa pasar melalui strategi distribusi yang efektif dan bervariasi, guna memenuhi kebutuhan pelanggan. EF.Industries melakukan penjualan melalui platform Instagram, dan *WhatsApp*. Rencana untuk memperluas pasar dilakukan dengan menambah platform Tiktok, memanfaatkan platform ini dalam media promosi untuk menarik audiens yang lebih luas berikut ini link media sosial dari EF.Industries:

Instagram: <https://www.instagram.com/ef.industries/>

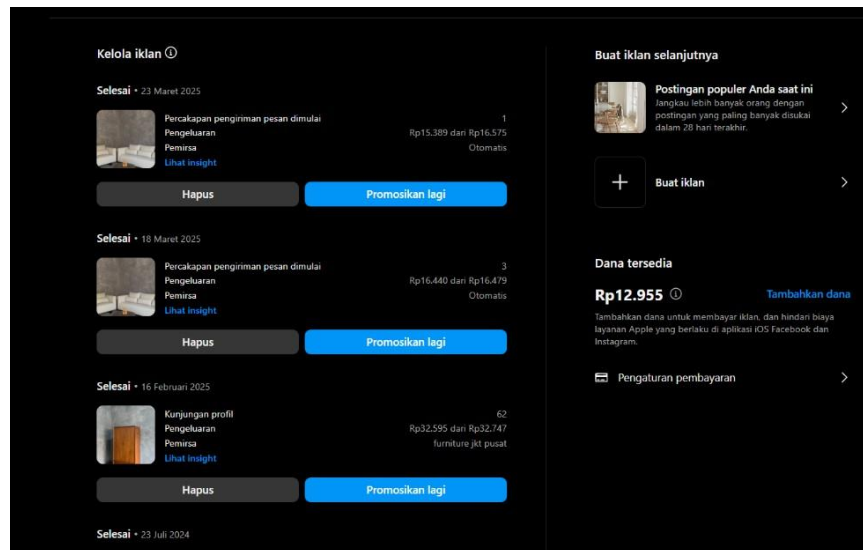
WhatsApp

[https://api.whatsapp.com/send?phone=6285867635714&text&type=phone_number](https://api.whatsapp.com/send?phone=6285867635714&text&type=phone_number&app_absent=0)
&app_absent=0

Promotion (Promosi)

4. *Promotion* (Promosi)

Promosi EF.Industries melalui media sosial Instagram menggunakan fitur Iklan Instagram.



Gambar 2. Promosi Iklan Instagram

5. People

Team EF.Industries meliputi marketing, keuangan, pengrajin, finishing, dan pelayanan pelanggan melalui *whatsapp*. proses ini dilakukan guna kelancaran bisnis.

6. Proses

Pemesanan melalui telfon atau chat *WhatsApp* dan pengiriman melalui jasa ekspedisi lokal.

7. *Physical Evidencence*

EF.Industries memberikan kesan profesional dan membangun kepercayaan konsumen terhadap merek dan layanan melalui logo, katalog, dan poster.

b. Strategi Operasional dan Produksi

Pada proses operasional, EF.Industries melakukan perencanaan pembelian bahan baku, pengolahan bahan baku, *quality control*, hingga proses pemasaran. Pada setiap prosesnya dilakukan secara bertahap sesuai alur produksi dan penjadwalan produksi barang, sehingga tahapan produksi berjalan dengan efisien dan kualitas produk terjaga.

Proses produksi berawal dari pemilihan kayu utuh sebagai bahan dasar utama. Kayu dipotong menjadi bentuk persegi panjang, disertai dengan pengukuran yang tepat dan gambar pola sesuai dengan desain produk yang diinginkan. Setelah pola ditetapkan, kayu dipotong mengikuti pola tersebut untuk dijadikan dasar produk. Dilanjutkan dengan pasah, yaitu proses penghalusan bentuk kayu agar lebih presisi sebelum masuk ke tahap pengukiran, di mana detail ukiran mulai terbentuk. Selanjutnya, pola-pola tersebut dihaluskan dengan mesin gerinda untuk mendapatkan hasil yang lebih tegas dan rapi.

Produk kemudian melalui proses penghalusan dengan amplas gerinda untuk menghilangkan serat-serat kasar dan memberikan hasil akhir yang halus. Setelah semua tahapan selesai, produk dinyatakan selesai dan siap untuk proses finishing atau langsung didistribusikan. berikut table dokumentasi proses produksi.

Tabel 5. Proses Produksi

No	Proses Produksi	Dokumentasi
1	Kayu Utuh	
2	Potong persegi panjang, pengukuran, dan gambar pola	
3	Pemotongan sesuai pola	

No	Proses Produksi	Dokumentasi
4	Pasah produk	
5	Pemahatan	
6	Merapikan pola dengan pisau gerinda	
7	Menghaluskan amplas gerinda	
8	Produk jadi	

No	Proses Produksi	Dokumentasi
		

Analisis SWOT

Analisis SWOT dengan metode EFAS (*External Factors Analysis Summary*) dan IFAS (*Internal Factors Analysis Summary*) merupakan pendekatan sistematis untuk mengevaluasi faktor eksternal berkaitan dengan peluang dan ancaman dan faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan. Analisis SWOT digunakan EF.Industries untuk memberikan gambaran strategi yang tepat dalam pengambilan keputusan bisnis. Strategi perusahaan merupakan alat fundamental yang tersusun untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan bersaing yang berkesinambungan melalui pasar sasaran tersebut (Kosidin and Wibbowo, 2022). EF.Industries melakukan penelitian dengan menggunakan kuisisioner melalui *google form* terhadap 30 responden, dari hasil penelitian tersebut dapat diketahui bahwa:

Tabel 6. Analisis SWOT

FAKTOR INTERNAL EKSTERNAL	STRENGHT	WEAKNESSES
	1. Produk EF.Industries telah menggunakan jenis kayu Jati, Trembesi, dan mahoni yang berkualitas 2. Kualitas produk dengan harga yang ditawarkan sesuai	1. Popularitas merk belum banyak dikenal 2. Produk furniture kayu jati berat dan susah dipindahkan
OPPORTUNITIES	STRATEGI SO	STRATEGI WO
1. Perkembangan teknologi dan desain membuka peluang untuk menghasilkan furniture lebih inovatif, fungsional, dan estetik. 2. Peningkatan pembangunan rumah, kantor, maupun komersial memberikan efek permintaan furniture tinggi dengan desain yang efisien dan multifungsi	1. Memanfaatkan bahan baku berkualitas untuk meningkatkan daya tahan produk dan nilai <i>furniture</i> 2. Berpartisipasi dalam pagelaran pameran furniture dan menjalin hubungan dengan distributor.	1. Memanfaatkan patner kerja untuk mitra dalam proses produksi 2. Uptodate desain modern <i>furniture</i>

THREAT	STRATEGI ST	STRATEGI WT
1. Pesaing perusahaan besar yang bergerak lebih dahulu 2. Berebut pasokan bahan baku dengan pesaing.	1. Melakukan sistem R&D supaya sesuai dengan tren konsumen terkini 2. Pengemasan produk safety dan menarik	1. Memperkuat saluran distribusi dan promosi agar tetap relevan ditengah dinamika pasar. 2. Pengembangan yang ergonomis menyesuaikan aspek kondisi konsumen.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa strategi pengembangan bisnis *furniture* sangat penting untuk meningkatkan daya saing, memperluas pasar, dan memperkuat posisi usaha di tengah persaingan industri yang semakin ketat. Melalui BMC dan pendekatan analisis SWOT, bisnis *furniture* mampu mengidentifikasi kekuatan utama seperti kualitas produk, desain yang menarik, serta penggunaan bahan baku lokal yang bernilai tinggi. Sementara itu, kelemahan seperti keterbatasan modal dan sumber daya manusia yang belum optimal harus segera ditangani dengan strategi pengembangan yang tepat.

Peluang yang terbuka luas, seperti meningkatnya permintaan akan produk *furniture* lokal berkualitas dan tren desain minimalis modern, dapat dimanfaatkan dengan melakukan inovasi produk, meningkatkan pemasaran digital, serta menjalin kerja sama strategis dengan mitra bisnis. Adapun ancaman dari kompetitor besar dan perubahan tren pasar harus diantisipasi dengan riset pasar yang berkelanjutan dan fleksibilitas dalam proses produksi.

Secara keseluruhan, strategi yang direkomendasikan untuk pengembangan bisnis *furniture* ini adalah diferensiasi produk, peningkatan *branding* melalui media sosial, perluasan saluran distribusi, serta penguatan manajemen operasional dan keuangan. Dengan penerapan strategi yang terencana dan berkelanjutan, diharapkan bisnis *furniture* ini dapat tumbuh secara signifikan dan berkelanjutan dalam jangka panjang.

DAFTAR PUSTAKA

- Hendarsih, Ida. 2021. “Analisis Penerapan Strategi Business Model Canvas (Bmc) Pada Jasa Zigzag Laserwork Semarang Jawa Tengah.” *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* 6(4): 152.
- Kosidin, and Lili Adi Wibbowo. 2022. “Analisis IFAS Dan EFAS Menggunakan Metode SWOT Pada Perguruan Tinggi Swasta.” *Jurnal Wahana Informatika (JWI)* 1(2): 125–39. <https://journal.stmikjabar.ac.id/index.php/i/article/view/16>.
- Perdana, Muhammad Afdhal Chatra et al. 2023. “Pengaruh Dukungan Pemerintah, Infrastruktur, Dan Akses Pasar Terhadap Pertumbuhan Usaha Kewirausahaan Di Wilayah Perkotaan.” *Sanskara Ekonomi dan Kewirausahaan* 1(03): 149–61.