



# Memahami dan Menerapkan Analisis Bisnis Untuk Pengusaha

## *Understanding and Applying Business Analysis to Entrepreneurs*

1<sup>st</sup> Oriana Zaneta Ramadhani<sup>a\*</sup>, 2<sup>nd</sup> Faliha Nayza Syafhan Siregar<sup>b</sup>, 3<sup>rd</sup> Sonja Andarini<sup>c</sup>,  
4<sup>th</sup> Indah Respati Kusumasari<sup>d</sup>

<sup>a</sup> Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya

\* Correspondence: [22042010032@student.upnjatim.ac.id](mailto:22042010032@student.upnjatim.ac.id)

### **Abstract**

*With these rapid technological developments making the competitive business world more and more competitive. Challenges and new opportunities will be the two things that entrepreneurs face. To develop the right business strategy, entrepreneurs can take advantage of business model analysis that consists of a variety of types. The entrepreneur only has to analyze using the type of business model that matches the needs of his business. The Go-to-Market plan will provide business leaders with an explanation of a business strategy that can capture the market and attract customers. In today's digital age, companies must be able to understand what and what needs their consumers need. Using and implementing good management of company operations will help entrepreneurs in conducting their business activities to be more directed. Application of business model analysis can facilitate and help business actors to their goals. That requires a significant understanding of the business model analysis by the entrepreneur.*

**Keywords:** Business Model, Technology, Operations Management, Go to market plan

### **Abstrak**

Pada perkembangan teknologi yang semakin pesat ini membuat dunia bisnis bersaing semakin kompetitif. Tantangan sekaligus peluang baru akan menjadi dua hal yang dihadapi oleh para pengusaha. Untuk mengembangkan strategi bisnis yang tepat, pengusaha dapat memanfaatkan analisis model bisnis yang terdiri berbagai macam jenisnya. Pengusaha hanya tinggal menganalisis menggunakan jenis model bisnis yang sesuai dengan kebutuhan usahanya. Go-to-market plan akan memberikan penjelasan kepada pelaku bisnis mengenai strategi bisnis yang dapat menjangkau pasar serta menarik pelanggan. Pada era digital saat ini, perusahaan tentu harus dapat memahami seperti apa dan apa saja kebutuhan yang diperlukan oleh konsumennya. Pemanfaatan serta menerapkan manajemen operasi perusahaan yang baik akan membantu pengusaha dalam menjalankan aktivitas usahanya untuk lebih terarah. Penerapan analisis model bisnis dapat mempermudah dan membantu pelaku bisnis untuk mencapai tujuan mereka. Untuk itu perlunya pemahaman yang signifikan mengenai analisis model bisnis oleh pengusaha.

**Kata kunci:** Model bisnis, Teknologi, Manajemen Operasi, Go to market plan

### **I. Pendahuluan**

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, dunia bisnis semakin kompetitif. Para pengusaha dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang baru. Untuk mencapai kesuksesan, pengusaha membutuhkan strategi yang tepat dan terarah. Salah satu alat yang dapat membantu pengusaha adalah analisis model bisnis.

Model bisnis adalah kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai. Model bisnis yang baik dapat membantu pengusaha untuk memahami pasar, pelanggan, dan pesaing mereka, serta mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan mereka.

Dengan memahami dan menerapkan analisis model bisnis, pengusaha dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan mereka dan meningkatkan peluang mereka untuk sukses.

Di era globalisasi dan perkembangan teknologi yang pesat, dunia bisnis semakin kompetitif. Para pengusaha dihadapkan pada berbagai tantangan dan peluang baru. Untuk mencapai kesuksesan, pengusaha

membutuhkan strategi yang tepat dan terarah. Salah satu alat yang dapat membantu pengusaha adalah analisis model bisnis.

Model bisnis adalah kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai. Model bisnis yang baik dapat membantu pengusaha untuk memahami pasar, pelanggan, dan pesaing mereka, serta mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan mereka.

Di era digital yang kompetitif, perusahaan perlu memahami kebutuhan dan keinginan pelanggannya untuk membangun hubungan yang kuat dan mencapai keunggulan kompetitif. CVP menjadi elemen penting dalam model bisnis untuk mendefinisikan nilai yang ditawarkan kepada pelanggan. CVP yang baik harus unik, menarik, dan dapat disampaikan dengan jelas kepada pelanggan. Teknologi dan operasi memainkan peran penting dalam menciptakan dan menghantarkan nilai kepada pelanggan. Perusahaan perlu mengoptimalkan penggunaan teknologi dan mengelola operasinya secara efisien untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Menjangkau dan menarik pelanggan adalah kunci untuk mencapai kesuksesan dalam bisnis. Go-to-market plan menjelaskan strategi perusahaan untuk menjangkau target pasar dan menarik pelanggan potensial. Tujuan utama setiap perusahaan adalah untuk menghasilkan keuntungan. Profit formula menjelaskan bagaimana perusahaan akan menghasilkan keuntungan melalui model bisnisnya.

Dengan memahami dan menerapkan analisis model bisnis, pengusaha dapat mengembangkan strategi yang tepat untuk mencapai tujuan mereka dan meningkatkan peluang mereka untuk sukses.

## **II. Metode Penulisan**

### **Jenis Penelitian**

Berdasarkan pendekatan dan jenis data yang digunakan, penelitian ini termasuk ke dalam penelitian kualitatif sehingga akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata. Data yang dianalisis di dalamnya berbentuk deskriptif dan tidak berupa angka-angka seperti halnya pada penelitian kuantitatif. Perolehan data didapat dari sumber-sumber literatur yang telah ada seperti jurnal, buku, dan lainnya yang penulis pahami dengan seksama terlebih dahulu. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode studi literatur. Studi literatur adalah metode penelitian yang menggunakan data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel online, dan laporan penelitian.

### **Sumber Data**

Sumber data penelitian ini berasal dari berbagai sumber sekunder, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel online, dan laporan penelitian. Buku-buku yang dipilih membahas tentang analisis model bisnis, strategi bisnis, dan manajemen operasi. Jurnal ilmiah yang digunakan adalah artikel yang diterbitkan dalam jurnal bereputasi tentang analisis model bisnis, strategi go-to-market, dan penetapan harga. Artikel online yang dipilih berasal dari situs web terpercaya tentang analisis model bisnis, teknologi, dan operasi. Laporan penelitian yang digunakan adalah laporan tentang analisis model bisnis dan strategi go-to-market. Pemilihan sumber data sekunder ini didasarkan pada beberapa kriteria, yaitu kredibilitas, relevansi, dan aktualitas. Kredibilitas sumber data diuji dengan melihat reputasi penulis, penerbit, dan lembaga yang menerbitkan sumber data. Relevansi sumber data diuji dengan melihat kesesuaiannya dengan topik penelitian. Aktualitas sumber data diuji dengan melihat tanggal publikasi dan memastikan bahwa sumber data tersebut up-to-date dan tidak outdated.

### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi penelusuran pustaka, analisis isi, dan sintesis data. Penelusuran pustaka dilakukan untuk mencari dan mengumpulkan sumber data yang relevan dengan topik penelitian. Penelusuran ini dilakukan melalui berbagai sumber, seperti internet, perpustakaan, dan database ilmiah. Setelah data terkumpul, dilakukan analisis isi untuk mendapatkan informasi yang relevan dengan penelitian. Analisis isi dilakukan dengan cara membaca dan memahami isi sumber data secara kritis dan sistematis. Langkah terakhir adalah sintesis data, di mana informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data digabungkan untuk menghasilkan temuan penelitian. Sintesis data dilakukan dengan cara

mengintegrasikan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber data dan menghasilkan kesimpulan yang koheren. Teknik pengumpulan data ini dipilih karena sesuai dengan jenis penelitian kualitatif dan sumber data sekunder yang digunakan.

### III. Pembahasan

#### **Metode atau teknik yang dapat digunakan oleh suatu bisnis dalam membuat model bisnisnya dengan berdasarkan pada analisa model bisnis**

Untuk memperoleh penjualan di pasar yang kompetitif, sudah seharusnya menunjukkan kepada pelanggan bagaimana bisnis yang dijalankan oleh pelaku bisnis dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih baik dibandingkan pesaing lainnya. Proposisi nilai pelanggan dan *business model canvas* dapat menjadi alat internal dan eksternal yang berguna untuk menentukan keunikan bisnis agar dapat berkembang. Dengan catatan apabila perusahaan sedang melakukan perubahan merek, meluncurkan bisnis baru, atau mencari lebih banyak arahan dalam tujuan penjualan, maka dapat menulis proposisi nilai pelanggan. Proposisi nilai pelanggan adalah pernyataan yang menggambarkan nilai jual utama perusahaan untuk mendorong lebih banyak pembelian. Bagian penting dari proposisi nilai pelanggan mencakup judul, penjelasan singkat, poin-poin, dan komponen visual. Pelaku bisnis dapat menciptakan proposisi nilai pelanggan yang efektif dengan menganalisis manfaat produk atau jasanya, mengevaluasi preferensi pelanggan, dan menggunakan bahasa yang jelas.

*Business model canvas* adalah sebuah wadah yang dimanfaatkan sebagai strategi guna menjelaskan suatu model bisnis dengan membuat rancangan gambaran dasar pemikiran mengenai bagaimana suatu bisnis dapat terbentuk dan memberikan nilai (Warnaningtyas, 2020). *Business model canvas* memiliki keutamaan dalam menganalisis suatu model bisnis. *Business model canvas* dapat memberikan gambaran secara sederhana namun menyeluruh terhadap suatu bisnis dengan berdasarkan pada bagian konsumen, nilai yang ditawarkan dan aliran mengenai pendapatan sampai dengan struktur biaya yang dimiliki (Herawati et.al, 2019). Pada saat merancang *business model canvas*, terdapat sembilan elemen yang harus diperhatikan. Kesembilan elemen tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

#### 1) *Customer segment*

Pada elemen ini memaparkan kepada siapa yang dituju atau kepada siapa pengguna dari produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam elemen *customer segment* dapat terlihat siapa saja pengguna dari produk atau jasa bisnis yang sedang dijalankan.

#### 2) *Value proposition*

*Value proposition* memberikan pemaparan mengenai nilai-nilai apa saja yang akan diperoleh oleh konsumen. Pada segmen ini memberikan penjelasan tentang jawaban dari perusahaan terhadap kebutuhan konsumen serta dalam segmen ini juga memaparkan nilai-nilai apa saja yang dapat diberikan kepada konsumen atas kebutuhan yang mereka inginkan.

#### 3) *Channels*

*Channels* atau saluran merupakan bagian yang dapat menghubungkan konsumen untuk mencapai produk atau jasa dalam suatu model bisnis.

#### 4) *Customer relationship*

Segmen ini merupakan elemen yang memaparkan mengenai bagaimana jenis hubungan yang dibentuk antara perusahaan dengan konsumennya.

#### 5) *Revenue streams*

Segmen ini merupakan elemen yang memaparkan seperti apa keuntungan yang akan diperoleh selama menjalankan bisnisnya.

6) *Key resources*

Pada segmen ini merupakan segmen yang merupakan aset penting yang diperlukan oleh suatu bisnis.

7) *Key activities*

Pada segmen ini memaparkan tentang aktivitas yang dijalankan dalam bisnis.

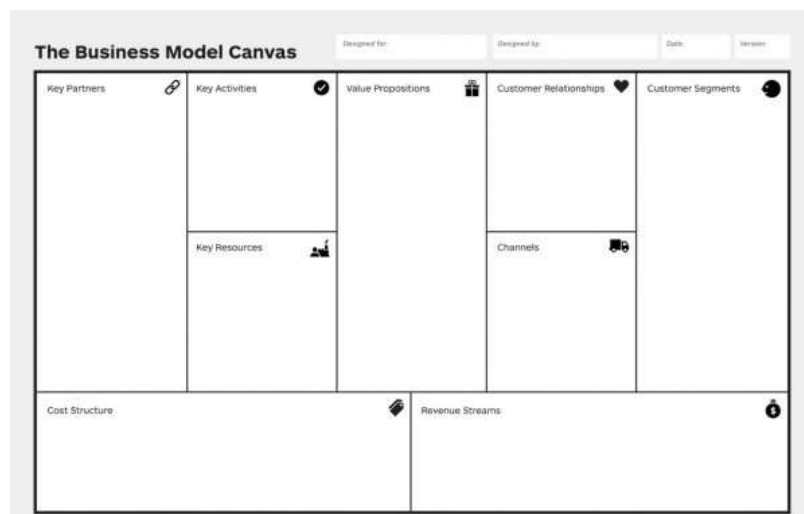
8) *Key partnership*

Pada segmen ini akan berisi pemaparan mengenai pemasok atau mitra yang bekerjasama dan membuat bisnis dapat berjalan.

9) *Cost structure*

Segmen ini merupakan segmen yang memaparkan mengenai seluruh biaya yang akan dikeluarkan perusahaan selama perusahaan tersebut menjalankan bisnisnya.

Berikut merupakan contoh template dari business model canvas yang banyak digunakan oleh pelaku bisnis:



Gambar1. Contoh template business model canvas

Sumber: daya.id (<https://www.daya.id/usaha/artikel-daya/operasional/merencanakan-bisnis-menggunakan-business-model-canvas-bagian-1->)

Analisis model bisnis memberikan pandangan yang tinggi terhadap bisnis secara menyeluruh yang kemudian memberikan titik fokus kepada area yang dianggap menunjukkan potensi yang signifikan untuk peningkatan bisnis. Penyusunan business model canvas adalah alat yang telah diakui secara internasional yang dapat digunakan untuk mengembangkan serta melakukan evaluasi dari model bisnis. Terdapat banyak teknik yang dapat dimanfaatkan untuk dapat melakukan analisis model bisnis secara menyeluruh dalam proses penyusunannya. Hal tersebut juga termasuk pada benchmarking atau perbandingan terhadap perusahaan lain, melakukan analisis rasio keuangan, melakukan analisis struktur organisasi, melakukan analisis ekosistem, membuat tinjauan proses, melakukan studi kerja dan meningkatkan keterampilan serta kompetensi bisnis yang memadai.

### **Peran *technology* dan *operation management* dalam bisnis**

Perkembangan teknologi yang pesat membawa inovasi-inovasi baru. Saat ini banyak masyarakat yang sudah beralih dari berbagai sistem yang manual menuju sistem yang lebih praktis dan fleksibel lagi penggunaannya. Kecanggihan yang dihasilkan dari teknologi mampu membaca perubahan yang sangat signifikan. Terlebih membawa masyarakat menuju era yang jauh lebih modern. Kemajuan dari teknologi memiliki peran yang

bermakna dalam tiap-tiap perubahan yang terjadi pada industri. Perkembangan teknologi membuat perusahaan mengubah caranya dalam mengatur proses bisnis mereka, cara berkomunikasi yang baru dengan konsumen dan memberikan layanan yang jauh lebih praktis dari sebelumnya. Perkembangan teknologi terlebih pada teknologi informasi dapat digunakan sebagai sarana dalam membantu jalannya proses transaksi, pencarian data, pelayanan dan komunikasi bisnis yang lebih mudah. Saat ini telah ditemukan berbagai jenis aplikasi yang mendukung perdagangan elektronik atau dikenal dengan e-commerce. Dalam penggunaan *e-commerce*, seluruh pihak yang tengah melakukan aktivitas jual beli hanya berinteraksi dengan melalui jaringan publik yang menggunakan media internet saja. Maka dengan menggunakan *e-commerce* sebagai salah satu hasil perkembangan teknologi, kini pelanggan tidak harus berkunjung secara langsung ke tempat dimana ia akan melakukan transaksi jual beli. Tentu hal tersebut membawa kemudahan kepada pihak-pihak yang berkaitan. Peran teknologi dalam bisnis sangat membawa dampak yang baik apabila pelaku bisnis memanfaatkan teknologi tersebut dengan baik dan bijak. Apabila pelaku bisnis tidak dapat memanfaatkan teknologi dengan baik dan bijak, maka bisa saja hal-hal yang tidak diinginkan dapat terjadi di luar dari keinginan mereka.

Manajemen operasi terbagi atas dua kata, yakni manajemen dan operasi. Manajemen berarti sebuah proses pengkoordinasian, pengarahan, pengendalian, dan perencanaan dengan tujuan untuk memperoleh tujuan dengan memanfaatkan secara optimal sumber daya yang dimiliki. Operasi adalah aktivitas yang mengubah input menjadi output. Berdasarkan pada kedua arti tersebut, maka manajemen operasi merupakan sebuah aktivitas yang dilakukan untuk mengelola dengan optimal terhadap manajemen sumber daya dalam proses mengubah input menjadi output. Manajemen operasi juga menjadi fungsi bisnis yang mempunyai tanggung jawab dalam proses kontrol, koordinasi dan perencanaan sumber daya yang diperlukan oleh perusahaan dalam upaya untuk menghasilkan barang atau jasa (Reid & Sanders, 2013). Perusahaan yang tergolong dalam skala besar, menengah, hingga kecil membutuhkan adanya proses dari manajemen operasi. Maka dengan begitu perusahaan tidak akan terlepas dari rantai pasok. Salah satu fungsi utama dari manajemen yang mencakup pemasaran, keuangan, operasi dan sumber daya manusia dari suatu perusahaan yakni fungsi-fungsi tersebut saling berhubungan satu sama lain dalam melaksanakan bisnisnya. Peran manajemen operasi dalam bisnis sangatlah penting. Manajemen operasi dapat membantu perusahaan dalam mengelola seluruh aktivitasnya. Tentu tiap-tiap perusahaan perlu untuk melakukan pemasaran, pencatatan biaya dan produksi, dan mengelola sumber daya manusia. Namun hal tersebut dapat dilaksanakan dengan optimal apabila aktivitas manajemen operasi dilaksanakan dengan baik. Peran dan fungsi dari manajemen operasi terhadap bisnis yakni membantu dalam proses perencanaan produksi, pengorganisasian, pengarahan, dan pengendalian. Oleh karena itu mengapa manajemen operasi sangat penting untuk dilakukan agar perusahaan dapat menjalankan aktivitas operasionalnya dengan lebih terarah.

### **Efektivitas strategi *go-to-market***

*Go-to-market model* (GTM) adalah strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk membawa produk atau layanan ke pasar dengan efektif dan efisien. GTM model melibatkan berbagai elemen seperti penjualan, pemasaran, distribusi, dan layanan pelanggan untuk mencapai target pasar dan mencapai tujuan bisnis perusahaan. Dalam konteks industri mobil listrik (EV), GTM model menjadi kunci penting dalam memperkenalkan dan memasarkan kendaraan listrik kepada konsumen yang semakin sadar akan lingkungan dan teknologi.

Strategi GTM melibatkan langkah-langkah seperti modernisasi pengalaman pelanggan, peningkatan layanan purna jual, pengembangan model bisnis alternatif, dan eksplorasi sumber pendapatan baru. Seperti yang dilakukan oleh Mercedes di Swedia dan Toyota di Selandia Baru, menunjukkan pentingnya eksperimen dan penilaian berbagai model bisnis sebelum melakukan perubahan besar. Pengetahuan yang diperoleh dari eksperimen tersebut dapat membantu industri secara keseluruhan mengurangi masalah implementasi dan memitigasi risiko yang mungkin timbul.

OEMs (*Original Equipment Manufacturers*) untuk meningkatkan profitabilitas melalui layanan purna jual dan pemanfaatan data pelanggan. Salah satu strategi yang disorot adalah penawaran layanan on-demand setelah pembelian, seperti yang dilakukan oleh Tesla melalui fitur AutoPilot. Fitur-fitur ini dapat mencakup perangkat lunak peningkatan kinerja dan daya tahan baterai, sistem bantuan pengemudi canggih, serta layanan seperti BMW *ConnectedDrive*. BMW, sebagai contoh, menawarkan *ConnectedDrive* dalam empat paket dengan harga

mulai dari €69 hingga €279 per tahun, yang membantu meningkatkan profitabilitas secara keseluruhan dari kendaraan listriknya.

Selain itu, OEMs juga memiliki peluang untuk menghasilkan pendapatan dari data pelanggan dan kendaraan, baik secara mandiri maupun dengan dukungan pihak ketiga. Data ini dapat digunakan untuk berbagai keperluan terkait kendaraan terhubung, menawarkan layanan personalisasi, atau untuk pemasaran pihak ketiga. Penelitian menunjukkan bahwa pendapatan dari data ini dapat menghasilkan sekitar €50 per tahun per kendaraan. Hal ini menunjukkan potensi besar bagi OEMs untuk memanfaatkan data pelanggan sebagai sumber pendapatan tambahan yang signifikan.

Selain itu, OEMs juga disarankan untuk melakukan transformasi besar-besaran dalam pelatihan dan fokus penjualan. Mengubah dealer menjadi pendukung kendaraan listrik yang sejati merupakan langkah penting untuk meningkatkan penjualan EV. Dengan hanya separuh dari sales reps di beberapa dealer di China, Jerman, dan Amerika Serikat yang memberikan informasi seimbang tentang kelebihan kendaraan listrik dan kendaraan berbahan bakar konvensional, OEMs perlu memberikan dukungan dan insentif yang membuat penjualan EV lebih menarik secara ekonomi dalam jangka panjang.

OEMs dapat meningkatkan pengalaman pelanggan melalui layanan purna jual yang canggih, seperti pengingat pertukaran suku cadang dan pembaruan perangkat lunak yang selalu tersedia dan dapat dikirim sebagian secara remote. Konsep penggunaan ulang baterai juga menjadi semakin penting karena regulasi yang semakin ketat di pasar seperti China dan Uni Eropa. OEMs dan mitra ekosistem mereka perlu mulai mengembangkan ide-ide mereka sendiri sekarang, sebelum solusi standar ditetapkan, untuk mengantisipasi potensi aliran pendapatan di masa depan dan mengurangi risiko dari regulasi penanganan dan daur ulang baterai. Ini menunjukkan pentingnya OEMs untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perubahan regulasi dan tuntutan pasar yang berkembang.

### **Menentukan harga yang optimal untuk produk atau layanan**

Dalam dunia bisnis, tujuan utama dari setiap perusahaan adalah menghasilkan keuntungan, yang menjadi dasar utama di balik pendiriannya. Untuk mencapai tujuan keuangan ini, manajemen yang efektif dan efisien sangat diperlukan untuk menavigasi kompleksitas lanskap bisnis dan mendorong pertumbuhan keuntungan. Namun, perjalanan dalam mengelola bisnis penuh dengan tantangan, seringkali mengakibatkan kerugian yang tak terduga akibat berbagai faktor. Maka, laporan keuangan muncul sebagai alat penting untuk menyampaikan informasi vital kepada manajemen, memungkinkan mereka untuk menilai kesehatan keuangan dan kinerja perusahaan.

Laporan keuangan menjadi landasan untuk mengevaluasi pertumbuhan keuntungan dalam kerangka bisnis. Laporan ini menawarkan gambaran komprehensif tentang dampak keuangan yang dihasilkan dari berbagai transaksi yang dikategorikan ke dalam kelompok ekonomi yang berbeda. Selain itu, analisis rasio keuangan menjadi metode kunci untuk mengukur dan menilai kinerja keuangan. Dengan menggabungkan data dari laporan laba rugi dan neraca, analisis rasio keuangan memberikan sudut pandang kuantitatif untuk menilai likuiditas, aktivitas, leverage, profitabilitas, dan kinerja pasar suatu perusahaan.

Sebagaimana yang didefinisikan oleh Sulindawati (2017), laporan keuangan mencakup dampak keuangan dari transaksi dengan mengelompokkannya berdasarkan karakteristik ekonomi mereka. Selain itu, analisis laporan keuangan melibatkan berbagai teknik, sebagaimana dijelaskan oleh Mokhammad Anwar (2019), termasuk rasio keuangan, analisis ukuran umum, dan Sistem DuPont.

1. Profitabilitas, aspek kritis dari analisis keuangan, menjadi metrik kunci untuk mengevaluasi kemampuan suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Menurut Agleintan et al. (2019), rasio profitabilitas memberikan wawasan tentang kapasitas suatu perusahaan dalam menghasilkan keuntungan. Dua rasio profitabilitas penting meliputi:

- a. Margin Laba Kotor (GPM).

GPM menunjukkan persentase laba kotor relatif terhadap penjualan bersih, 
$$GPM = \frac{\text{Laba Kotor}}{\text{Penjualan Bersih}}$$

- b. Return on Assets (ROA)

ROA mengukur efisiensi dalam memanfaatkan aset untuk menghasilkan keuntungan.

$$ROA = \frac{\text{Laba Bersih}}{\text{Total Aset}}$$

2. Likuiditas, komponen penting dalam analisis keuangan, berkaitan dengan kemampuan suatu perusahaan untuk memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio likuiditas, seperti rasio lancar, memberikan wawasan tentang kemampuan suatu perusahaan untuk menutupi kewajiban lancarnya dengan aset lancar. Dengan menilai rasio likuiditas, para pemangku kepentingan dapat menilai kesehatan keuangan jangka pendek perusahaan dan kapasitasnya untuk memenuhi kewajiban keuangan segera.

$$\text{Rasio Likuiditas} = \frac{\text{Total Aset}}{\text{Total Liabilitas}}$$

3. Pertumbuhan Keuntungan (Profit Growth) merupakan pertumbuhan keuntungan merupakan indikator penting dalam mengevaluasi kinerja keuangan suatu perusahaan. Rumus umum untuk menghitung pertumbuhan keuntungan adalah:

$$\text{Profit Growth} = \left( \frac{\text{Keuntungan Periode Saat ini} - \text{Keuntungan Periode Sebelumnya}}{\text{Keuntungan Periode Sebelumnya}} \right) \times 100\%$$

Rumus pertumbuhan keuntungan di atas mengukur persentase perubahan keuntungan antara periode saat ini dan periode sebelumnya. Dengan menghitung pertumbuhan keuntungan, manajemen dan pemangku kepentingan dapat menilai seberapa efektif perusahaan dalam meningkatkan profitabilitasnya dari waktu ke waktu. Pertumbuhan keuntungan yang positif menunjukkan kemajuan dan kesehatan keuangan perusahaan, sementara pertumbuhan keuntungan yang negatif dapat mengindikasikan masalah yang perlu ditangani.

#### IV. Penutup

##### Kesimpulan

Model bisnis yakni kerangka kerja yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai. Model bisnis yang baik dapat membantu pengusaha untuk memahami pasar, pelanggan, dan pesaing mereka, serta mengembangkan strategi yang efektif untuk mencapai tujuan mereka. Perusahaan yang tergolong dalam skala besar, menengah, hingga kecil membutuhkan adanya proses dari manajemen operasi. Manajemen operasi dapat membantu perusahaan dalam mengelola seluruh aktivitasnya. Tentu tiap-tiap perusahaan perlu untuk melakukan pemasaran, pencatatan biaya dan produksi, dan mengelola sumber daya manusia. Namun hal tersebut dapat dilaksanakan dengan optimal apabila aktivitas manajemen operasi dilaksanakan dengan baik.

Strategi GTM yang efektif sangat penting untuk mencapai target pasar dan tujuan bisnis dalam industri mobil listrik. Hal ini melibatkan modernisasi pengalaman pelanggan, peningkatan layanan purna jual, pengembangan model bisnis alternatif, dan eksperimen untuk menemukan model terbaik. Transformasi pelatihan dan fokus penjualan juga penting untuk mendukung dalam mempromosikan.

Analisis rasio keuangan, seperti Margin Laba Kotor (GPM) dan Return on Assets (ROA), membantu memahami kesehatan keuangan perusahaan. Rasio likuiditas dan pertumbuhan keuntungan juga penting untuk dipertimbangkan. Memanfaatkan data dan analisis untuk menentukan harga optimal, mempertimbangkan strategi GTM, dan menyesuaikan harga secara berkala berdasarkan perubahan pasar dan kondisi ekonomi juga penting.

### **Saran**

Sebaiknya sebelum melakukan analisis bisnis yang akan dilakukan, pelaku usaha harus mengetahui bagaimana dan seperti apa analisis bisnis serta bagaimana cara menerapkannya. Pelaku usaha sebaiknya juga mencari informasi dengan seksama terkait model bisnis seperti apa yang sesuai dengan usaha atau bisnis yang akan dijalankan. Pelaku usaha atau bisnis dapat memahami dasar-dasar dari analisis bisnis, sebab hal tersebut sangat penting untuk dilakukan agar pelaku usaha tidak salah dalam memilih model bisnis yang akan digunakan. Oleh karena itu penulis artikel ilmiah dengan judul "Memahami dan Menerapkan Analisis Bisnis Untuk Pengusaha" ini penulis susun dengan harapan dapat membantu pelaku usaha atau bisnis untuk lebih memahami mengenai analisis model bisnis.

Sebelum memulai analisis bisnis, penting untuk memahami definisi, tujuan, dan manfaatnya. Pelaku usaha harus mempelajari berbagai model bisnis yang ada dan memilih yang paling sesuai dengan usahanya. Memahami dasar-dasar analisis bisnis juga penting agar tidak salah dalam memilih model yang tepat. Untuk meningkatkan efektivitas strategi Go-to-Market, bangun strategi yang komprehensif dengan menggabungkan modernisasi, layanan purna jual, model bisnis baru, dan eksperimen. Berikan pelatihan dan insentif kepada sales reps untuk mempromosikan produk dan menjawab pertanyaan pelanggan. Kembangkan solusi inovatif untuk mengantisipasi regulasi dan tuntutan pasar.

### **Daftar Pustaka**

- Kiky A., N. E. (2021). Peran Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Bisnis. *International Journal Administration, Business & Organization*, 1-7.
- KUMALANINGRUM, M. P., KUSUMAWATI, H., & HARDANI, R. P. (2019). *MANAJEMEN OPERASI*. Yogyakarta: Bagian Penerbitan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi YKPN.
- Novitasari, D. (2022). *Manajemen Operasi Konsep & Esensi*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.
- Permatasari, P. I., & Masruchin. (2022). Analisa Proses Bisnis Dan Model Bisnis Pada Platform E-commerce Syariah Salamin.Id. *SYARIKAT : Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 171-180.
- Purba, N., Yahya, M., & Nurbaiti. (2021). *REVOLUSI INDUSTRI 4.0 : PERAN TEKNOLOGI DALAM EKISTENSI PENGUASAAN BISNIS DAN IMPLEMENTASINYA*. *Jurnal Perilaku Dan Strategi Bisnis*, 91-98.
- Rintamäki, T., & Saarijärvi, H. (2021). An integrative framework for managing customer value propositions. *Journal of Business Research*, 754-764.
- Satar, N. S., Dastane, O., & Ma'arif, M. Y. (2019). Customer Value Proposition for E-Commerce: A Case Study Approach. *(IJACSA) International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 454-455.
- Syafina R., D. N., & Aslami, N. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 215-220.
- Smith, A., & Jones, B. (2020). The importance of customer value proposition in the digital age. *Journal of Business Strategy*, 41(2), 78-85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.



- Rahman, A., & Rahmi, B. (2020). The Importance of Customer Value Proposition in Business Model Design. *Journal of Entrepreneurship and Business*, 3(2), 10-20.
- Lestari, D., & Rahmawati, A. (2021). Analisis Profitabilitas dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhinya pada Perusahaan Manufaktur di Indonesia. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya*, 23(1), 1-12.
- Bowen, G. A. (2020). Document analysis as a qualitative research method. *Qualitative research journal*, 20(2), 203-222.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (2019). *Qualitative data analysis: A sourcebook of new methods* (3rd ed.). Sage publications.
- Kempf, S., L&uuml;hr, P., Schaufuss, P., Strigel, A., & Tschiesner, A. (2020, June 29). Leaving the niche: Seven steps for a successful go-to-market model for electric vehicles. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/leaving-the-niche-seven-steps-for-a-successful-go-to-market-model-for-electric-vehicles>
- Stevanie, S., & Tholok, F. W. (2022). Effect Of Gross Profit Margin, Return On Assets And Current Ratio On Profit Growth In Property And Real Estate Subsector Companies Listed On The Indonesia Stock Exchange For The Period 2016-2020. *EMABI: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 311-321.