

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Teori Yang Relevan

Business Model Canvas (BMC) dikembangkan sebagai alat manajemen strategis untuk memetakan mekanisme penciptaan penyampaian penangkapan nilai melalui sembilan blok (segmen pelanggan, proporsi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya kunci, aktivitas kunci, kemitraan kunci, kemitraan kunci, dan struktur biaya) (Habsyi, 2025). Bisnis foto studio, dan seperti bisnis lain, bisa dianalisis dan dirancang menggunakan Business Model Canvas (BMC). BMC menyediakan kerangka kerja visual yang terdiri dari sembilan elemen kunci untuk memahami dan mengembangkan model bisnis secara keseluruhan.

Berikut adalah **9 elemen BMC** yang relevan untuk bisnis foto studio:

1. Customer Segments

Identifikasi target pasar, misalnya individu atau perorangan, keluarga, saudara, pasangan, perusahaan, maupun organisasi.

2. Value Propositions

Penawaran nilai yang unik dari studio foto, seperti kualitas foto, layanan personalisasi, atau konsep kreatif.

3. Channels

Cara studio foto menjangkau pelanggan dan mendistribusikan layanannya, seperti media sosial, website, kerjasama dengan pihak lain, atau iklan online.

4. *Customer Relationships*

Jenis hubungan yang dibangun dengan pelanggan, misalnya layanan pelanggan yang responsif, dan juga program loyalitas.

5. *Revenue Streams*

Sumber pendapatan studio foto, seperti biaya jasa foto, penjualan cetakan foto, atau penjualan produk digital.

6. *Key Resources*

Sumber daya penting yang dimiliki studio foto, seperti peralatan fotografi, studio, fotografer profesional, atau perangkat lunak pengedit foto.

7. *Key Activities*

Aktivitas kunci yang dilakukan studio foto, seperti pemotretan, pengeditan foto, pelayanan pelanggan, atau pemasaran.

8. *Key Partnerships*

Mitra bisnis yang penting untuk mendukung operasional studio foto, seperti vendor peralatan, penyedia jasa cetak, atau pihak ketiga yang menawarkan layanan terkait.

9. *Cost Structure*

Struktur biaya yang dikeluarkan studio foto, seperti biaya peralatan, sewa tempat, gaji karyawan, atau biaya pemasaran.

Dengan menganalisis dan memahami kesembilan elemen ini, pemilik bisnis foto studio dapat merumuskan strategi yang lebih efektif untuk mencapai tujuan bisnis mereka. BMC juga membantu dalam mengidentifikasi peluang baru untuk pertumbuhan dan inovasi.

B. Penelitian Terdahulu

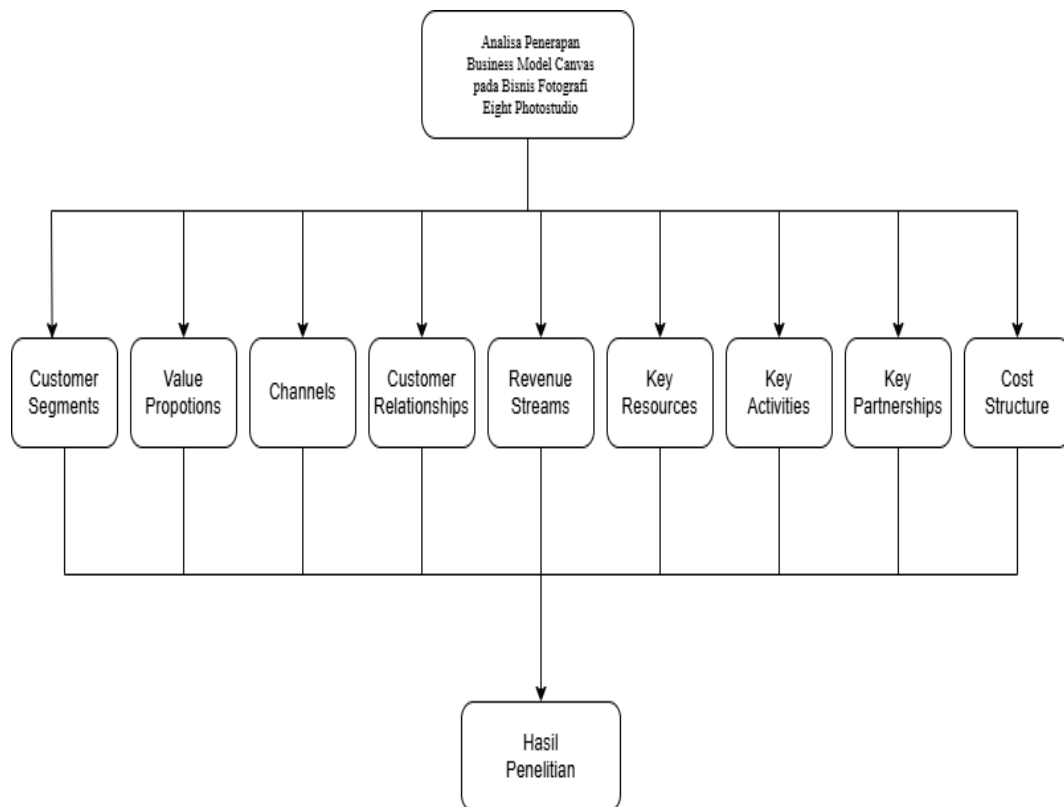
Tabel 1. Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul	Hasil
Muhammad Fillah Alfatih (2025)	Penerapan Business Model Canvas (BMC) pada Bisnis Jasa Fotografi Produk Rabbithall Studio	Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, model bisnis Rabbithall Studio dirancang menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC). Hal ini bertujuan untuk memberikan perspektif komprehensif dan strategis terhadap model bisnis yang akan dikembangkan (Mahendar, 2024), serta memberikan gambaran menyeluruh tentang strategi operasional dan pemasaran yang diterapkan di Rabbithall Studio untuk mencapai pasar UMKM di sektor makanan dan minuman (F&B).

Nur Amala Sholihah (2018)	Analisis Perancangan Model Bisnis dengan Pendekatan <i>Business Model Canvas</i>	Berdasarkan analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa analisis perancangan model bisnis model pendekatan <i>Business Model Canvas</i> pada usaha kecil menengah di UD. Duta Merpati. Dan penelitian tersebut menjelaskan ke sembilan blok Business Model Canvas secara rinci.
Nanda Pratiwi (2024)	Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas pada NH Studio Di Kabupaten Sinjai	NH Studio telah mengadopsi strategi yang inovatif dalam pengembangan bisnis mereka dengan bergabung dalam komunitas dan membangun merek sebagai fokus utama mereka. Dalam upaya mengatasi permasalahan yang ada, NH Studio menggunakan Business Model Canvas dengan beberapa transformasi di dalamnya.

Atep Awaludin (2022)	Analisa Penerapan Strategi Pemasaran Business Model Canvas (BMC)	Studi pada penelitian ini adalah kasus pada bisnis usaha Inland Coffee. Di penelitian ini juga menjabarkan elemen-elemen Business Model Canvas ke usaha Inland Coffee dan bagaimana menerapkannya pada usaha tersebut.
----------------------	--	--

C. Kerangka



Gambar 1 Kerangka