

***Business Development* Menggunakan Model Bisnis Canva**

Sofyan Mufti Prasetyo^{1*}, Dimiyati¹, Angga Syaf Putra¹, Abdul Aziz¹

¹Fakultas Ilmu Komputer, Teknik Informatika, Universitas Pamulang, Jl. Raya Puspiptek No. 46, Kel. Buaran, Kec. Serpong, Kota Tangerang Selatan. Banten 15310, Indonesia

Email: ^{1*}osen01809@unpam.ac.id, ²myrecordproduction@gmail.com,

³Syafputra.2000angga@gmail.com, ⁴abdlaziz0615@gmail.com,

(* : coresponding author)

Abstrak– Dalam pengembangan suatu usaha perlu dilakukan suatu model bisnis yang dikenal dengan Business Model Canvas. Dalam model bisnis ini perusahaan bercerita tentang kondisi internal maupun eksternal perusahaan. Adapun bisnis model canvas perusahaan menampilkan model blok/element bisnis yang terdiri dari sembilan elemen. Pendekatan ini digunakan untuk menerapkan implementasi Business Model Canvas di UKM “Abi jaya Makmur”. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi model bisnis produk abon menggunakan analisis Business Model Canvas. Data diperoleh dalam penelitian ini hasil wawancara dengan kuesioner terhadap pemilik, dua orang karyawan serta konsumen usaha pecel lele sebanyak 30 orang di kota Depok serta hasil studi literatur pendukung. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah setiap elemen yang teridentifikasi telah dipertajam dengan menggunakan analisis SWOT. Dari analisis tersebut diketahui bahwa diperlukan perbaikan pada hampir semua elemen model bisnis dalam usaha pecel lele Abi jaya Makmur. Perbaikan model bisnis pecel lele Abi jaya Makmur berkelanjutan fokus pada perbaikan kegiatan pemasaran. Terutama melalui media online untuk meningkatkan pendapatan.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Kanvas Model Bisnis, Business Development, Usaha Kecil dan Menengah

Abstract– In developing a business, it is necessary to implement a business model known as the Business Model Canvas. In this business model, the company tells about the company's internal and external conditions. The company's business model canvas displays a block/business element model consisting of nine elements. This approach is used to apply the implementation of the Business Model Canvas in the UKM "Abi Jaya Makmur". This study aims to evaluate the business model of shredded products using Business Model Canvas analysis. The data obtained in this study were the results of interviews with questionnaires to the owner, two employees and consumers of the catfish pecel business as many as 30 people in the city of Depok and the results of supporting literature studies. The results obtained from this study are that each identified element has been refined using a SWOT analysis. From this analysis it is known that improvements are needed in almost all elements of the business model in the Abi Jaya Makmur pecel lele business. The improvement of the Abi Jaya Makmur Pecel Lele business model is a sustainable focus on improving marketing activities. Mainly through online media to increase revenue..

Keywords: SWOT Analysis, Business Model Canvas, Business Development, Small and Medium Enterprises

1. PENDAHULUAN

Sebagian orang masih beranggapan bahwa Business Development (BD) merupakan pekerjaan seorang sales. Padahal, kenyataannya bukan begitu, Business Development adalah sebuah proses menciptakan nilai jangka panjang untuk perusahaan melalui pelanggan, pasar, dan juga relasi bisnis. Maksudnya adalah orang yang bertanggung jawab untuk mencari cara supaya interaksi dari ketiga saluran tersebut (pelanggan, pasar, dan relasi bisnis) bisa menciptakan peluang bagi perusahaan untuk terus tumbuh. Saat ini masyarakat Indonesia menghadapi tantangan baru dari lingkungan eksternal seperti Masyarakat Ekonomi ASEAN (Munandar, 2016). Usaha Kecil Menengah (UKM) merupakan penggerak yang paling kuat dalam pembangunan ekonomi. Gerakan UKM berperan penting dalam menciptakan pertumbuhan dan kesempatan kerja (Soekartawi, 2013).

Usaha Pecel lele Abi Jaya Makmur merupakan salah satu UKM yang bergerak dibidang kuliner atau makanan siap hidang yang bahan bakunya dari lele pilihan dan juga ayam potong yang berkualitas tinggi. Yulia, Bahtera & Evahelda (2019) menyatakan bahwa memiliki kredibilitas tinggi di kalangan masyarakat dari menengah ke atas sampai menengah ke bawah. kegiatan pemasaran diprioritaskan ke luar provinsi sedangkan kegiatan pemasaran diprioritaskan di daerah setempat. Total produksi produk RAML dianggap memadai. Hal ini dapat ditunjukkan dari laju pertumbuhan yang positif dari tahun ke tahun.

Pengembangan alat visualisasi model bisnis telah dilakukan oleh Osterwalder dan Pigneur (2012) dalam bentuk BMC. Penggunaan model mampu menjelaskan model bisnis perusahaan dan hubungan antar komponen dalam model (Kosasi, 2015). Model tersebut juga mendukung perusahaan untuk mengidentifikasi proposisi nilai perusahaan serta menunjukkan bagaimana membangun dan menjalankan aktivitas utama dan sumber daya utama dalam menciptakan proposisi nilai dan memperoleh arus pendapatan. Ini juga membantu untuk memahami bagaimana produk dan layanan yang disediakan perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik dan didistribusikan kepada konsumen (Hartatik, 2017).

Sangat penting bagi Abi Jaya Makmur untuk memahami gambaran model bisnis yang berjalan untuk menentukan strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan. Maka dari itu, penelitian ini berfokus untuk melakukan penelitian berupa implementasi business model canvas pada bisnis Raja Abon Raja Makmur Lestari di Kota Pangkalpinang.

2. METODE PENELITIAN

2.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dipilih di UMKM Abi Jaya Makmur, Kelurahan Pasir Putih, Kecamatan Sawangan, Kota Depok

2.2 Responden

Purposive sampling digunakan dalam menentukan jenis responden. Itu diputuskan berdasarkan bidang mereka sendiri. Ada dua kategori kebohongan pada responden: internal dan eksternal. Responden internal adalah pemilik, manajer pemasaran dan manajer produksi sedangkan responden eksternal adalah konsumen sebanyak 30 orang.

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara mendalam, dan angket. Studi literature review juga dilakukan dalam mengumpulkan data dan informasi untuk menemukan fenomena dan permasalahan yang perlu dipecahkan.

2.4 Metode Pengolahan dan Analisis Data

Rainaldo *et al.*, (2017) berpendapat bahwa analisis BMC menjelaskan gagasan tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang dimiliki organisasi. Penggunaan sembilan blok bangunan kanvas model bisnis telah diterapkan oleh banyak perusahaan baik skala besar maupun kecil. Hal ini dianggap dapat dimengerti dalam menyederhanakan aktivitas rumit di perusahaan tertentu. Ini dapat dibagi menjadi dua faktor yang mempengaruhi lingkungan bisnis: faktor internal dan eksternal (Nasip, 2017).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Implementasi Business Model Canvas Pada PecelLele Abi jaya Makmur Dalam mengidentifikasi elemen-elemen model bisnis melibatkan stakeholder internal termasuk pemilik yaitu Ibu Parminah. Mereka dianggap memiliki kemampuan dan kapasitas dalam menyediakan informasi yang relevan dibuktikan dengan data yang dibutuhkan untuk mengidentifikasi setiap elemen kanvas model bisnis. Mereka juga memiliki kewenangan dalam merumuskan perbaikan model bisnis selanjutnya yang pada akhirnya akan menghasilkan program perbaikan untuk mengembangkan dan mempertahankan eksistensi perusahaan.

3.1 Segmen Pelanggan

Merupakan sekelompok orang atau organisasi yang menjadi sasaran untuk dilayani oleh perusahaan. Pelanggan adalah peran paling vital dalam model bisnis karena menentukan sejauh mana pendapatan dapat diperoleh perusahaan. Pelanggan bukan hanya pembeli yang memberikan pendapatan langsung tetapi juga pengguna yang kebutuhannya harus diperhatikan perusahaan. Saat ini, RAML memiliki berbagai produk yang menyatakan bahwa perusahaan harus menjaga

pelanggan karena mereka adalah elemen inti dalam model bisnis. Dengan demikian, Pecel Lele Abi jaya Makmur telah melakukan segmentasi pelanggan dalam banyak aspek.

3.2 **Proposisi Nilai-Nilai**

Yang diusulkan sangat penting untuk mempertahankan pelanggan agar tidak pindah ke produk perusahaan lain (Rezqi & Ghina, 2015). Horváth, Csík, Misley, Nagy, & Verderber (2016) menjelaskan bahwa proposisi nilai terdiri dari basis pengetahuan, pengembangan komunitas dan aktivitas profesional yang memungkinkan mereka berkembang dalam berbagi pengetahuan. Pecel lele Abi Jaya Makmur menawarkan beberapa keuntungan bagi pelanggan. Proposisi nilai produk adalah kualitas yang baik, lezat rasa, gizi tinggi, karyawan berpengalaman dan harga terjangkau. Nilai utama yang ditawarkan oleh Pecel Lele Abi jaya Makmur adalah kemasan yang menarik dan logo halal. Selain itu, penerapan Pecel Lele Abi jaya Makmur secara manajerial yang tepat menyebabkan tingginya permintaan produk. Produk dikemas dengan 0,1 kg sebagai ukuran paling rendah. Ini membuat produk mudah disimpan.

3.3 *Customer Relationships*

Personal assistance adalah jenis hubungan yang dibangun oleh Pecel Lele Abi jaya Makmur yang didasarkan pada interaksi langsung dengan pelanggan. Wonodjojo & Indriyani (2017) menjelaskan bahwa pelanggan dapat mengkritik dan menyarankan perusahaan untuk menciptakan nilai tambah dari produk. Pecel Lele Abi jaya Makmur menjaga hubungan dengan pelanggan melalui penawaran produk kepada pelanggan dan membuat grup di media sosial Pecel Lele Abi jaya Makmur menggunakan strategi retensi dan motivasi untuk mempertahankan loyalitas pelanggan terhadap perusahaan. Mayoritas pelanggan tetap membeli produk di Pecel Lele Abi jaya Makmur karena kualitas produk yang baik, rasa yang enak dan pelayanan yang prima.

3.4 **Sumber Data**

Utama Sumber daya utama menunjukkan aset penting yang dibutuhkan perusahaan (Rukka, Bushanul, & Fatonny, 2018). Sumber daya utama dapat berupa fisik dan finansial. Sumber daya utama Pecel Lele Abi jaya Makmur adalah:

a. Sumber Daya Fisik

Sumber daya fisik Pecel Lele Abi jaya Makmur adalah membangun untuk tempat tinggal pemilik dan untuk pelatihan

b. Sumber Keuangan

Sumber Keuangan yang diperoleh dari Pecel Lele Abi jaya Makmur Itu dari dana pribadi, lembaga pemerintah.

c. Sumber Daya Manusia

Tenaga kerja tetap yang berasal dari tenaga kerja keluarga hanya ada dua orang sedangkan tenaga kerja tetap yang bukan tenaga kerja keluarga tidak ada.

4. KESIMPULAN

Identifikasi model bisnis Raja Abon Makmur Lestari dilakukan melalui pemetaan sembilan blok bangunan kanvas model bisnis: segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, kegiatan utama, sumber daya utama, kunci kemitraan, dan struktur biaya. Setiap blok yang teridentifikasi ditekankan dengan penggunaan analisis SWOT. Hasil analisis menunjukkan bahwa diperlukan perbaikan pada hampir semua sembilan blok kanvas model bisnis Pecel lele abi Jaya Makmur . Perbaikan model bisnis Pecel lele abi Jaya Makmur berfokus pada kegiatan pemasaran. Ini harus diprioritaskan dalam pemasaran digital untuk meningkatkan aliran pendapatan Pecel lele abi Jaya Makmur.

REFERENCES

- Amit, R., & Zott, C. (2012). Menciptakan Nilai Melalui Inovasi Model Bisnis. *Tinjauan Manajemen Sloan MIT*, 53(3), 40–49
- Andrzej Tokarski, Maciej Tokarski, JWT (2017). Kemungkinan Penggunaan Business Model Canvas Dalam Penyusunan Rencana Bisnis Operator. *Tinjauan Bisnis Torun*, 16(4), 17–31. <https://doi.org/10.19197/tbr.v16i4.117>
- Hartatik, ., & Baroto, T. (2017). Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas. *Jurnal Teknik Industri*, 18 (2), 113. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120>
- Horváth, L., Csík, O., Misléy, H., Nagy, K., & Verderber, É. (2016). Kanvas Model Bisnis sebagai Alat untuk Menilai Efektivitas Implementasi Kurikulum di Sekolah Menengah Swasta Hungaria. *Beberapa Isu dalam Pedagogi dan Metodologi*, 141–152. <https://doi.org/10.18427/iri-2016-0075>
- Kamila, R., Syarief, R., & Saptono, IT (2018). Analisis Pengembangan Bisnis Madu Pada Cv Ath-Thoifah Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 5(2),
- Kosasi, VM (2015). Analisis Dan Evaluasi Model Bisnis Pada Restoran Seafood Pantai Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Agora*, 173. <https://doi.org/10.29244/jai.2017.5.2.173-184>
- Munandar, A. (2016). Pengembangan Strategi dan Keunggulan Kompetitif Kelembagaan Usaha Mikro Kecil Menengah Terhadap Pengembangan Wilayah. *AdBispreneur*, 3(1), 314–323
- Nasip, I. (2017). Model Bisnis Kanvas : Alat Untuk Membuka Peluang Bisnis Baru bagi Pengusaha UKM Indonesia. 1(2), 103–112. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v1i2.10233>
- Konferensi Nasional Pertama tentang Bisnis dan Kewirausahaan* (hlm. 205–219). Surabaya: Universitas Ciputra