



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 3 Nomor 4 Tahun 2023 Page 2282-2290

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

Analisis Bisnis Model Canvas Pada UMKM (Studi Kasus : Salad Buah Kak Yunie, Kota Tanjungpinang)

Zul haqqi Hafiz^{1✉}, Dwi Suci Ananda chandra², Laura Atalia³, Ayu Wardani⁴, Reza Resmaliana⁵

STIE Pembangunan Tanjungpinang, Kepulauan Riau,

Email: zulhaqqihafiz12@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Saat ini salad buah menjadi salah satu makanan favorit semua kalangan di Kota Tanjungpinang, dari yang muda hingga yang tua. Disebabkan karena semakin banyaknya aktivitas manusia, tidak dapat dipungkiri bahwa manusia memerlukan asupan tambahan dan juga tidak sedikit pula konsumen yang mengutamakan makanan sehat tanpa pengawet dengan tujuan menjaga daya tahan tubuhnya salah satunya adalah salad buah. Salad buah merupakan salah satu makanan bernutrisi, mengandung serat tinggi serta mengandung vitamin yang berguna bagi tubuh. Karena semakin banyaknya persaingan, Salad Buah Kak Yunie harus memiliki gambaran bagaimana pelaku usaha menciptakan nilai melalui kerangka model bisnis. Artikel ini dibuat dengan tujuan untuk membantu mempromosikan dan mengembangkan UMKM Salad Buah Kak Yunie yang dilakukan dengan menggunakan metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus. Penelitian ini menggunakan Bussiness Model Canvas (BMC) sebagai alat ukur untuk melihat bagaimana model bisnis yang dijalani pada saat ini, yaitu dengan menggunakan 9 elemen yang terdapat pada BMC. Hasil dari penelitian ini terdapat kekurangan pada salah satu elemen yaitu pada Value Proposition. Salad Buah Kak Yunie belum memiliki inovasi atau modifikasi yang terbaru dan unik dari kebanyakan usaha sejenis.

Kata kunci : *salad buah, kesehatan, BMC*

Abstract

Currently fruit salad is one of the favorite foods of all people in Tanjungpinang City, from the young to the old. Due to the increasing number of human activities, it is undeniable that humans need additional intake and also not a few consumers who prioritize healthy food without preservatives with the aim of maintaining their immune system, one of which is fruit salad. Fruit salad is a nutritious food, contains high fiber and contains vitamins that are useful for the body. Due to the increasing competition, Kak Yunie's Fruit Salad must have an overview of how businesses create value through a business model framework. This article was created with the aim of helping to promote and develop UMKM Kak Yunie's Fruit Salad which was carried out using a descriptive analytical research method with a case study approach. This study uses the Business Model Canvas (BMC) as a measuring tool to see how the current business model is being implemented, namely by using the 9 elements contained in the BMC. The results of this study show a deficiency in one of the elements, namely the Value Proposition. Kak Yunie's Fruit Salad does not yet have the latest and unique innovations or modifications from most similar businesses.

Keywords : *fruit salad, health, BMC*

PENDAHULUAN

Pada era yang sudah berkembang dan juga disertai dengan perilaku masyarakat yang bersifat konsumtif sehingga banyak masyarakat yang mengikuti trend makanan yang ada sekarang ini serta turut menjalankan dan ikut terjun dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) untuk memasarkan dan memperkenalkan produknya, dengan keberadaan peranan UMKM sangat membantu usaha kecil hingga menengah di masyarakat yang ada di Indonesia khususnya di Kota Tanjungpinang. Hadirnya UMKM di tengah masyarakat khususnya di kota Tanjungpinang memberikan efek samping dan manfaat yang besar bagi keberlangsungan perekonomian masyarakat. UMKM juga mampu menciptakan ide-ide kreatif sesuai dengan usahanya guna untuk mempertahankan dan mengembangkan usaha yang di jalankan, UMKM juga mampu membuka banyak peluang pekerjaan bagi para tenaga kerja dalam skala dan jumlah yang terbilang cukup besar.

UMKM merupakan pilar terpenting dalam perekonomian di kota Tanjungpinang. Tentu, pemko terus mendorong pertumbuhan ekonomi lokal melalui usaha mikro kecil dan menengah. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah unit usaha di kota Tanjungpinang terus mengalami peningkatan setiap tahunnya. Tercatat pada tahun 2019-2022 mencapai 997 UMKM dengan berbagai jenis usaha meliputi 670 UMKM pangan, 165 UMKM sandang, 68 UMKM kerajinan, dan 94 UMKM jenis usaha lainnya [1].

Permasalahannya adalah semakin banyak masyarakat yang mendirikan UMKM dengan jenis produk yang sama, terutama pada usaha salad buah. Pasalnya pembuatan salad buah sangat

mudah dan tidak membutuhkan keahlian khusus untuk membuatnya. Yang memperburuk persaingan adalah banyak penjual yang menjual dengan harga yang murah tanpa mengutamakan kualitas. Akibatnya, produk yang berkualitas justru tidak dilirik.

Dengan hal ini peneliti menemukan solusi yang dapat digunakan oleh pelaku usaha. Pelaku usaha harus mempunyai gambaran pemikiran terkait bagaimana perusahaan menciptakan nilai melalui kerangka model bisnis. Salah satu model bisnis yang dimaksud adalah Business Model Canvas (BMC). BMC merupakan salah satu alat yang dapat menjanjikan untuk memodifikasi atau membuat model bisnis baru yang lebih tepat dan efisien. Terdapat 9 elemen pada BMC yang terdiri dari *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. BMC dapat merubah konsep bisnis yang rumit menjadi lebih sederhana dan mudah dipahami [2].

Oleh karena itu dari uraian di atas maka sangat potensial bila kami memasarkan usaha rumahan ini, disertakan dengan tujuan dari artikel Bisnis Model Canvas ini adalah untuk memperkenalkan produk usaha UMKM salad buah yang diproduksi oleh Kak Yunie dengan nama produk "Salad Buah Kak Yunie". Serta peningkatan kemampuan wirausaha menjadikan kegiatan bisnis memerlukan adanya model bisnis, agar terarah dan berkelanjutan usahanya. Strategi usaha yang dijalankan oleh UMKM tidak akan dapat berjalan maksimal jika tidak didasari oleh analisis dan perumusan model bisnis yang tepat.

Hal ini yang membuat kami tergerak untuk sama-sama memajukan usaha yang sudah dikaji dengan memberikan sebuah Bisnis Model Canvas dengan berpacu mengikuti era yang ada, salad buah dengan harga yang sangat affordable atau terjangkau dan menggunakan bahan-bahan yang fresh dan higienis, membuat bisnis ini sangat layak untuk diperkenalkan pada masyarakat umum dari semua kalangan melihat harga dan manfaatnya yang merupakan suatu komposisi seimbang dan sehat. Hasil dari riset lapangan yang telah kelompok 4 lakukan bahwa saat ini Salad Buah Kak Yunie sudah mendapatkan omset yang cukup besar dan banyak diminati oleh konsumen.

Adapun tujuan dari penelitian Salad Buah Kak Yunie ini yaitu untuk mengetahui gambaran model usaha Salad Buah Kak Yunie dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) atau inovasi yang akan dijalani dengan melalui pemetaan 9 elemen yang terdapat pada BMC. Selain itu yaitu untuk mengetahui strategi pengembangan usaha yang sesuai dan diterapkan pada usaha Salad Buah Kak Yunie dengan pendekatan Business Model Canvas.

Bisnis Model Canvas (BMC) adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai [3]. Business Model

Canvas terbagi menjadi sembilan bagian utama Alexander Osterwalder (2012), yaitu: Customer Segmen (Segmen Pelanggan), untuk lebih memuaskan pelanggan, perusahaan dapat mengelompokkan mereka dalam segmen-segmen berbeda berdasarkan kesamaan kebutuhan, perilaku, atau atribut lain [4]. Value Propositions (Proposisi Nilai), value Proposition harus menjadi keunikan yang menentukan mengapa produk atau jasa kita pantas dipilih oleh pelanggan, memecahkan masalahnya, memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, kalau perlu betul-betul didambakan oleh mereka [5]. Channels (Saluran). kesuksesan Channels ditentukan oleh efektifitas dari key resources, key activities, dan key partners [6]. Customer Relationship (Hubungan Pelanggan), perusahaan membentuk kemitraan dengan berbagai alasan, dan kemitraan menjadi landasan dari berbagai model bisnis mengurangi risiko atau memperoleh sumber daya mereka [7].

Revenue Streams (Aliran Pendapatan), menurut Novitha Herawati, Triana Lindriati dan Ida Bagus Suryaningrat (2019). Revenue stream yaitu gambaran dari jalur penerimaan uang yang diterima oleh perusahaan yang berasal dari konsumen atau dapat dikatakan juga pendapatan yang diterima oleh UKM dari segmen pasarnya. Key Resources (Sumber Kunci), key resources merupakan kunci untuk mempertahankan sumber daya yang dibutuhkan seperti produksi, ketersediaan bahan baku, dan aktivitas pendukung lainnya [8]. Key resources dapat dikelompokkan menjadi dua, yaitu: a) Fisik meliputi seperti fasilitas pabrik, bangunan, kendaraan, mesin, sistem, sistem penjualan, dan distribusi; b) Intelektual meliputi merek, pengetahuan hak cipta dan paten, kemitraan, dan database pelanggan [9]. Key Activities (Kegiatan Utama), aktifitas utama menunjukkan bahwa kegiatan-kegiatan operasional yang harus dilakukan oleh pemilik usaha dalam mewujudkan suatu produk/jasa yang unggul sesuai dengan segment pasar yang disasar [10]. Key activities merupakan aktivitas-aktivitas penting yang harus dilakukan agar usaha dapat berjalan dengan baik [6]. Key Partnership (Kemitraan Utama), didefinisikan sebagai hubungan kerja sama antar perusahaan yang mana salah satu di antara dua perusahaan bertindak sebagai pemasok bahan baku atau bahan jadi, dan perusahaan satunya bertindak sebagai produksi bahan baku dan penjual bahan jadi yang dihasilkan dari hasil produksi, sehingga kedua perusahaan mendapatkan keuntungan sesuai dengan yang telah ditetapkan dalam perjanjian mitra kerja [11]. Perusahaan yang membentuk kemitraan dengan berbagai alasan dan kemitraan menjadi landasan dari berbagai model bisnis. Perusahaan menciptakan aliansi untuk mengoptimalkan model bisnis, mengurangi risiko, atau memperoleh sumberdaya mereka [12]. Cost Structure (Struktur Biaya), struktur biaya ialah gambaran yang mengilustrasikan biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan suatu bisnis.

Berdasarkan permasalahan yang telah dijabarkan, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan *Business Model Canvas* pada Salad Buah Kak Yunie?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan metode penelitian deskriptif analisis dengan pendekatan studi kasus, metode ini digunakan sebagai bahan ilustrasi atau gambaran informasi mengenai produk yang kami pilih. Lokasi penelitian ini kami tinjau berdasarkan tempat yang strategis dan paling banyak di datangi oleh konsumen, penelitian ini dilakukan di toko buah seberang Pinang Kencana arah Uban pada usaha Salad Buah Kak Yunie. Untuk waktu penelitian pada usaha UMKM Salad Buah Kak Yunie ini kami lakukan dalam jangka waktu kurang lebih selama 6 bulan atau selama 1 semester perkuliahan.

Pada tahapannya hal yang perlu diperhatikan yaitu dalam menentukan komponen pada model bisnis untuk usaha Salad Buah Kak Yunie dalam beberapa komponennya kami akan melakukan uji penyesuaian terhadap usaha salad tersebut dan akan melihat apakah ada perubahan dalam proses perbaikannya mengikuti komponen model canvas yang di dasarkan pada berbagai masukan yang ada. Tahapan akhir dalam proses perancangannya kami akan menganalisis hal apa saja yang diperlukan dari hasil uji model canvas tersebut. Sedangkan sumber data yang digunakan yaitu, person (orang)/melalui jurnal, place (tempat)/menganalisis tingkat strategis dari sisi letak demografisnya dan proposal yang telah kami buat. Teknik pengumpulan data yang telah kami gunakan dalam penelitian ini ialah observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bussiness Model Canvas pada UMKM "Salad Buah Kak Yunie"

Gambar 1

Bisnis Model Canvas Salad Buah Kak Yunie

<p>Key Activities</p> <ul style="list-style-type: none"> Menjual salad buah Pencatatan penjualan Marketing dan distribusi Menggunakan bahan pokok berkualitas tinggi 	<p>Key Partnership</p> <ul style="list-style-type: none"> Pemasok buah-buahan Toko plastik dan toko klontong Swalayan <p>Key Resouces</p> <ul style="list-style-type: none"> Tenaga kerja Alat masak Internet Kendaraan 	<p>Value Proposition</p> <ul style="list-style-type: none"> Harga yang terjangkau oleh semua kalangan Bahan-bahan salad yang higienis. Salad buah sebagai alternatif makanan sehat dan enak 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> Giveaway Melayani konsumen dengan baik Gratis ongkir <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> Brosur Media sosial Memasarkan produk 	<p>Customer Segmen</p> <ul style="list-style-type: none"> Anak-anak Remaja Dewasa Orangtua
<p>Customer Structure</p> <ul style="list-style-type: none"> Produksi Sewa stan Marketing 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> Keuntungan dari penjualan salad buah Ongkos kirim setiap delivery Penjualan buah-buahan segar 		

Copyright @ Zul haqqi Hafiz, Dwi Suci Ananda chandra, Laura Atalia, Ayu Wardani,

Reza Resmaliana

1. Customer segment

Pada segmentasi konsumen usaha Salad Buah Kak Yunie yang menjadi target produk yang di tawarkan adalah semua kalangan di mulai dari anak-anak, orang tua, remaja dan orang dewasa, Salad Buah Kak Yunie menjadikan semua kalangan sebagai penikmat produknya, hal ini di karenakan salad buah sudah pasti bisa di nikmati oleh semua kalangan.

2. Value propositions

Value propositions yang di tawarkan oleh Salad Buah Kak Yunie adalah harga yang terjangkau oleh semua kalangan, bahan- bahan yang higienis, salad buah sebagai alternatif makanan sehat dan enak, menggunakan bahan pokok yang berkualitas baik.

3. Channels

Pada Salad Buah Kak Yunie ini media channels untuk berkomunikasi kepada konsumen menggunakan media online dan media offline seperti : Brosur, memasarkan salad buah melalui brosur yang di sebarakan kepada masyarakat. Memasarkan melalui media sosial (WhatsApp dan Instagram) agar lebih mudah di jangkau oleh konsumen, dan Memasarkan melalui offline store.

4. Customer relationship

Merupakan cara seorang pelaku usaha membangun hubungan yang baik dan hangat dengan konsumennya, hubungan baik yang di lakukan oleh usaha UMKM ini adalah mengadakan giveaway, melayani konsumen dengan baik, ramah dan menganggap konsumen sebagai teman, dan memberikan gratis ongkir dengan minimal belanja bagi konsumen.

5. Revenue streams

Revenue streams merupakan pendapatan yang di terima oleh pelaku UMKM, pendapatan yang diperoleh dari Salad Buah Yunie yaitu dari penjualan produk. Meskipun harga yang telah ditetapkan adalah fixed namun Salad Buah Kak Yunie memberikan tambahan ongkos kirim pada setiap pengantaran. Selain dari pendapatan tersebut Salad Buah Kak Yunie juga menjual berbagai buah-buahan segar.

6. Key activities

Key activities merupakan kunci dari segala aktivitas bisnis yang di lakukan oleh pengusaha UMKM, key activities pada usaha Salad Buah Kak Yunie dimulai dari menjual salad buah, mencatatkan penjualan setiap harinya, hingga melakukan marketing dan pendistribusian.

7. Key resources

Key resources pada usaha UMKM Salad Buah Kak Yunie adalah tenaga kerja, alat masak untuk memproduksi salad buah, internet yang digunakan untuk memasarkan produk, dan kendaraan.

8. Key partnership

Key partnership dari salad buah kak yunie adalah Ibu Rusiasi yang mengolah serta menjual langsung salad buah tersebut key partnership pada UMKM ini adalah pemasok buah-buahan, toko plastik dan klontong, swalayan.

9. Cost structure

Struktur biaya ialah gambaran yang mengilustrasikan biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan suatu bisnis. Berikut ini adalah tabel struktur biaya yang dapat kami tampilkan atas persetujuan dari peimik usaha.

Tabel 1. Struktur biaya Salad Buah Kak Yunie

NO	JENIS	VOLUME	HARGA/UNIT	JUMLAH (RP)
1	Bahan baku utama			
	a. Berbagai macam buah	Perkantong	Rp. 100.000	Rp. 100.000
	b. Mayonise	1 bungkus	Rp. 87.000	Rp. 87.000
	c. Keju	1 bungkus	Rp. 98.000	Rp. 98.000
	Total per hari			Rp. 285.000
	Total per bulan			Rp. 8.550.000
2	Bahan penolong			
	a. Susu kental manis	3 pcs	Rp. 23.000/pcs	Rp. 69.000
	b. Lemon	3 biji/hari	Rp. 20.000	Rp. 20.000
	c. Cup tempat salad	50 cup	Rp. 65.000	Rp. 65.000
	Total per hari			Rp. 154.000
	Total per bulan			Rp. 4.620.000
	Total seluruh bahan baku			Rp. 13.170.000

Adapun cost structure pada usaha ini adalah :

Business Model Canvas ini merupakan suatu pengembangan yang diharapkan sebagai alternatif strategi untuk kelangsungan hidup dari usaha salad buah di masa mendatang. Dengan kesembilan elemen BMC tersebut maka jangkauan perluasan pemasaran Salad Buah Kak Yunie ini tentunya akan dapat lebih luas jangkauannya, terlebih lagi dengan melakukan berbagai promosi terkait pemasarannya maka akan lebih memperbanyak pelanggan serta akan lebih banyak mendapatkan keuntungan.

SIMPULAN

Dengan adanya Bisnis Model Canvas atau BMC diharapkan dapat memberikan kemudahan kepada perusahaan atau suatu usaha dalam mengembangkan bisnisnya. Usaha Salad Buah Kak Yunie sudah berkembang dengan pesat dan menghasilkan omset atau

keuntungan yang meningkat setiap harinya, namun masih terdapat kekurangan pada elemen *Value Propositioning*. Salad yang dijual oleh Salad Buah Kak Yunie belum memiliki keunikan dari banyaknya pelaku usaha sejenis. Belum ada inovasi atau modifikasi yang dilakukan oleh pelaku usaha agar memiliki kesan tersendiri dibenak pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Kominfo@tanjungpinangkota.go.id, "TINGKATKAN PEREKONOMIAN, RAHMA-ENDANG SIAPKAN PROGRAM PRO RAKYAT," 2022.
- Elmi Ulin Nafi'ah and R. Suryaningsih, "Analisis Swot Sebagai Upaya Menentukan Strategi Pemasaran Pada Usaha Depo Air Minum Isi Ulang Tirto Utomo Siwalan Mlarak Ponorogo," *Niqosiya J. Econ. Bus. Res.*, vol. 2, no. 1, pp. 43–62, 2022, doi: 10.21154/niqosiya.v2i1.665.
- M. F. Abdulaziz, K. Sudiana, and S. E. Fitria, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Strength , Weakness , Opportunity , Dan Threats (Swot) Pada Usaha Kecil Kue Ny Lina Di Kota Bogor Analysis Of Business Development Strategy Using Business Model," vol. 9, no. 2, pp. 161–171, 2022.
- I. Hendarsih, "ANALISIS PENERAPAN STRATEGI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) PADA JASA ZIGZAG LASERWORK SEMARANG JAWA TENGAH," 2021.
- A. Nur Baumassepe, "MODUL PELATIHAN BUSINESS MODEL CANVAS," 2017. [Online]. Available: <https://www.researchgate.net/publication/344892276>
- N. Hairiyah, "PENINGKATAN PRODUKTIVITAS PEMASARAN YAMNI HONEY DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) DAN ANALISIS SWOT," *J. Teknol. Ind. Pertan.*, vol. 15, pp. 3–12, 2021.
- H. Warnaningtyas, "EKOMAKS : Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif dan Bisnis; E-ISSN: 2580-0043 Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun," 2020. [Online]. Available: <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- D. Natallia, L. W. Susanti, H. Herisen, and M. Malind, "Business Model Canvas Bagi Umkm Moii Foods," *Semin. Nas. Pariwisata dan Kewirausahaan*, vol. 1, pp. 154–160, 2022, doi: 10.36441/snpk.vol1.2022.33.
- T. A. Saputra, P. M. Bisnis, P. S. Manajemen, U. K. Petra, and J. Siwalankerto, "IMPLEMENTASI DESIGN THINKING DALAM MEMBANGUN INOVASI MODEL BISNIS PERUSAHAAN PERCETAKAN," no. 2008, pp. 833–844, 2016.
- L. Chiquito, C. Wijayangka, P. A. Bisnis, U. Telkom, M. Bisnis, and K. K. Neal, "ANALISIS BISNIS MODEL KANVAS PADA KEDAI KOPI NEAL BEKASI ANALYSIS BUSINESS MODEL CANVAS ON NEAL ' S COFFEE BEKASI," vol. 7, no. 2, pp. 6025–6032, 2020.

- F. N. Purnomo and T. A. Sandy, "Analisis Business Model Canvas pada Usaha Mikro Kecil Menengah Obat Tradisional : Studi Kasus UMKM Omah Jamu Novi di Yogyakarta," vol. 3, no. 5, pp. 226–235, 2022.
- B. R. Sukarno, U. Sunan, and A. Surabaya, "IMPLEMENTASI STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN BUSINESS MODEL CANVAS Muhamad Ahsan," 2021.