



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 1 Tahun 2024 Page 10454-10469

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

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

## Evaluasi dan Usulan Rancangan Model Bisnis Baru 'Mbok Rini Tour & Travel' Menggunakan Metode *Business Model Canvas*

Maura Nadine Zahira<sup>1✉</sup>, Farda Hasun<sup>2</sup>, Budi Sulisty<sup>3</sup>

Universitas Telkom

Email: [mauranadine1211@gmail.com](mailto:mauranadine1211@gmail.com)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Mbok Rini Tour & Travel adalah salah satu bisnis *travel* dan *tour* yang berlokasi di Kampung Inggris Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, dan berdiri sejak tahun 2016. Bisnis ini menawarkan layanan paket lengkap wisata, *travel* ke berbagai tujuan, dan penyewaan mobil. Saat ini, Mbok Rini Tour & Travel mengalami permasalahan yaitu rata-rata pemasukan per bulan yang lebih rendah dari target. Perbandingan antara rata-rata pemasukan dengan target pemasukan ada di angka 82,45%, atau 17,55% di bawah target. Hal ini disebabkan karena media pemasaran yang kurang efektif, kekurangan sumber daya dan kemampuan pekerja, serta adanya permasalahan pada kendaraan yang digunakan. Oleh karena itu, diperlukan adanya evaluasi dan perancangan model bisnis baru pada Mbok Rini Tour & Travel. Pada penelitian ini, akan digunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) karena metode ini dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi Mbok Rini Tour & Travel secara simultan. Pada proses perbaikan ini, dibutuhkan data mengenai kondisi model bisnis saat ini yang didapat melalui observasi dan wawancara dengan pihak Mbok Rini Tour & Travel, data profil konsumen pelanggan dari proses wawancara, serta data analisis lingkungan bisnis yang didapat melalui studi literatur. Berdasarkan hasil perancangan model bisnis usulan, penambahan yang signifikan berada pada blok *customer segment* yaitu dengan menambah jangkauan konsumen individu ke kecamatan sekitar di Kabupaten Kediri. Penambahan ini akan berdampak pada *value propositions* dengan penawaran layanan baru yaitu layanan dokumentasi pada paket wisata, serta untuk melayani penambahan konsumen dilakukan pembangunan kerja sama dengan mitra bisnis pada blok *key partnerships*. Keseluruhan perubahan yang dilakukan akan berdampak terhadap peningkatan pada blok *revenue streams* di mana terdapat peningkatan pendapatan pada layanan jasa dan adanya usulan pemasukan baru dengan layanan dokumentasi.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, Mbok Rini Tour & Travel, Model Bisnis*

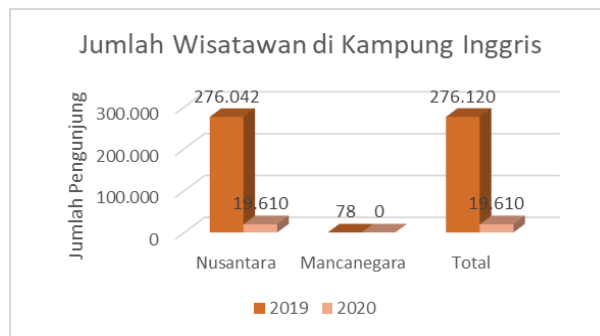
## Abstract

Mbok Rini Tour & Travel is a travel and tour business located in Kampung Inggris Pare, Kediri Regency, East Java, and has been established since 2016. This business offers complete tour package services, travel to various destinations, and car rentals. Currently, Mbok Rini Tour & Travel is experiencing problems, namely the average income per month, which is lower than the target. The comparison between the average income and the income target is 82,45%, or 17,55% below the target. This is due to ineffective marketing media, a lack of resources and worker abilities, and problems with the vehicles used. Therefore, it is necessary to evaluate and design a new business model for Mbok Rini Tour & Travel. In this research, the Business Model Canvas (BMC) method will be used because this method can solve the problems faced by Mbok Rini Tour & Travel simultaneously. In this improvement process, data is needed regarding the current business model conditions obtained through observations and interviews with Mbok Rini Tour & Travel, customer consumer profile data from the interview process, and business environment analysis data obtained through literature studies. Based on the results of the proposed business model design, a significant addition is in the customer segment block, namely by increasing the reach of individual consumers to surrounding sub-districts in Kediri Regency. This addition will have an impact on value propositions by offering new services, namely documentation services on tour packages, and to serve additional consumers, cooperation with business partners is built into the key partnerships block. The overall changes made will have an impact on the increase in the revenue streams block, where there is an increase in revenue in services and a new revenue proposal with documentation services.

Keywords: *Business Model Canvas, Mbok Rini Tour & Travel, Business Model*

## PENDAHULUAN

Kampung Inggris adalah sebuah daerah yang menjadi pusat pembelajaran Bahasa Inggris yang terletak di Pare, Kediri, Jawa Timur. Tempat ini didatangi oleh pelajar dari berbagai daerah di Indonesia. Kampung Inggris sendiri sudah menjadi objek eduwisata karena menyediakan tempat belajar bahasa sekaligus terdapat banyak paket wisata yang menawarkan liburan ke berbagai daerah. Data pada gambar 1 menunjukkan banyaknya jumlah wisatawan yang berkunjung ke Kampung Inggris pada tahun 2019 sampai 2020 (BPS Kedirikab, 2023). Tingginya jumlah wisatawan domestik ini menunjukkan besarnya peluang bisnis *travel*/ wisata di Kampung Inggris dikarenakan para pelajar di sana ingin sekaligus menikmati indahnya alam Jawa Timur, Jogja, dan Bali tetapi tidak tahu bagaimana cara untuk mengunjungi tempat wisata tersebut.



Gambar 1. Jumlah Wisatawan Di Kampung Inggris

Mbok Rini Tour & Travel adalah salah satu bisnis *travel* dan *tour* di Kampung Inggris yang terletak di Jalan Asparaga No. 10 Tegalsari, Tulungrejo, Pare, Kabupaten Kediri, Jawa Timur, yang berdiri sejak tahun 2016. Mbok Rini Tour & Travel menawarkan berbagai layanan, yaitu paket lengkap wisata, *travel* ke berbagai tujuan, dan penyewaan mobil. Saat ini, Mbok Rini Tour & Travel memiliki permasalahan yaitu rata-rata pendapatan kotor per bulan yang berada di bawah target yang sebesar Rp 90.000.000 per bulan. Dapat dilihat pada gambar 2 bahwa rata-rata pendapatan kotor per bulan dalam rentang waktu antara Mei 2022 hingga April 2023 yang didapat Mbok Rini Tour & Travel hanya sebesar Rp 74.207.500. Perbandingan antara rata-rata pendapatan kotor dengan target pemasukan Mbok Rini Tour & Travel ada di angka 82,45%, atau 17,55% di bawah target.



Gambar 2. Grafik Pendapatan Kotor

Ada beberapa akar permasalahan, yang dalam hal ini diidentifikasi dengan analisis 8P. Dalam kasus Mbok Rini Tour & Travel ini dapat diidentifikasi permasalahan pada 3P yaitu *process*, *people*, dan *promotion* yang menjadi penyebab permasalahan. Pertama, dari sisi *process*. Mbok Rini memiliki empat kendaraan Elf sehingga saat terjadi kenaikan pelanggan akan mengalami kekurangan kendaraan. Selain itu, saat di perjalanan terdapat masalah teknis pada kendaraan seperti mobil yang mogok dan AC (*Air Conditioner*) yang tidak mau menyala sehingga membuat penumpang kecewa. Kedua, dari sisi *people*. Seperti halnya kendaraan, Mbok Rini Tour & Travel hanya memiliki empat *driver* sehingga saat terjadi

kenaikan pelanggan juga mengalami kekurangan *driver*. Selain itu, ada beberapa *driver* yang membuat penumpang tidak nyaman seperti merokok di dalam mobil dan mengangkat telepon dengan suara kencang selagi mengemudi. Selain *driver*, ada juga akar masalah di sisi pekerja Mbok Rini yaitu admin yang kurang responsif dalam membalas pertanyaan pelanggan. Ketiga, dari sisi *promotion*. Saat ini, Mbok Rini Tour & Travel hanya menggunakan media pemasaran berupa penyebaran brosur dan status cerita *WhatsApp*. Kedua metode promosi ini kurang efektif dalam penggunaannya untuk menjangkau pelanggan. Salah satu solusi yang diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang dihadapi oleh Mbok Rini Tour & Travel adalah mengevaluasi dan menerapkan model bisnis baru, yang dapat memfasilitasi penyelesaian masalah secara menyeluruh, simultan dan memperhatikan keterkaitan antar elemen. Salah satu kerangka yang dapat digunakan adalah BMC atau *Business Model Canvas*.

Tinjauan literatur yang digunakan pada penelitian ini adalah *business model canvas*, analisis *7 questions*, analisis SWOT, *value proposition canvas*, dan *business model environments*. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), *Business Model Canvas* (BMC) adalah bahasa yang dimaksudkan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, menilai, dan mengubah model bisnis agar mudah dipahami oleh semua orang. Terdapat sembilan blok pada BMC, yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resource*, *key activity*, *key partnership*, dan *cost structure*. Menurut Osterwalder (2011), sebelum model bisnis diuji langsung di pasar, dapat melakukan penilaian terlebih dahulu. Penilaian ini adalah menggunakan tujuh pertanyaan yang melampaui fokus konvensional pada produk dan segmen pasar. Tujuh pertanyaan yang termasuk dalam analisis *7 questions* ini adalah *switching cost*, *scalability*, *recurring revenue*, *earning vs spending*, *others who do the work*, *protection from competition*, dan *game-changing cost structure*. Menurut Wiswasta (2018) SWOT adalah metode perencanaan model, perencanaan strategi, dan cara pengembangan usaha yang dilakukan dengan jalan mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada suatu bisnis. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), *value proposition canvas* merupakan kanvas yang menggambarkan bagaimana suatu produk atau layanan ditawarkan untuk memberikan nilai pada pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. *Value proposition canvas* terdiri atas dua bagian, yaitu *customer profile* dan *value map*. *Customer profile* terdiri atas *customer jobs*, *pains*, dan *gains*. *Value map* terdiri atas *gain creators*, *pain relievers*, dan *products and services*. Lingkungan model bisnis adalah sebuah bentuk pemodelan bisnis yang diimplementasikan pada lingkungan.

Perusahaan dapat memperoleh nilai lebih dari aspek ini karena memperoleh informasi akan kebutuhan dan kekompetitifan yang terjadi di lingkungan sekitar. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), *business model environment* dibagi ke dalam empat area, yaitu *market forces*, *industry forces*, *key trends*, dan *macro-economic forces*.

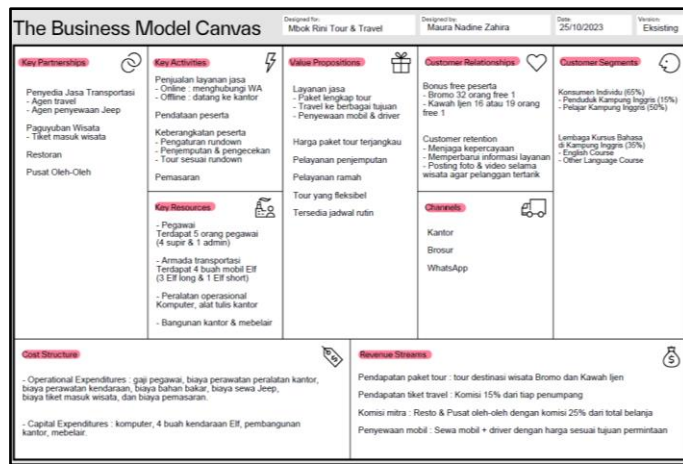
## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan fokus untuk menghasilkan usulan perbaikan model bisnis pada Mbok Rini Tour & Travel. Terdapat berbagai tahapan yang dilakukan untuk merancang usulan model bisnis ini, yaitu dimulai dengan pengumpulan data, pengolahan data, analisis *7 questions* dan analisis SWOT, perumusan strategi, perancangan *value proposition canvas*, dan perancangan *business model canvas* usulan. Tahap pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama pemilik Mbok Rini Tour & Travel untuk memetakan model bisnis saat ini, wawancara bersama tiga belas pelanggan Mbok Rini untuk menyusun *customer profile*, dan melakukan studi literatur pada data sekunder untuk memetakan kondisi lingkungan bisnis yang dihadapi. Kemudian, analisis awal dilakukan dengan menggunakan analisis *7 questions* untuk mengevaluasi bagian mana dari model bisnis yang dapat ditingkatkan secara signifikan dan dilanjutkan dengan melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi peluang perbaikan secara lebih detail. Analisis SWOT dilakukan dengan mengidentifikasi faktor-faktor SWOT dan menyebarkan kuesioner kepada pengelola Mbok Rini Tour & Travel untuk melakukan penilaian atas faktor SWOT yang telah diidentifikasi. Setelah dilakukan penilaian oleh pihak Mbok Rini Tour & Travel, selanjutnya dilakukan analisis penyusunan strategi usulan menggunakan matriks TOWS. Berdasarkan strategi usulan yang telah dirancang, selanjutnya dilakukan perancangan *value proposition canvas* dan *business model canvas* usulan, serta dilakukan proses verifikasi dan validasi hasil rancangan dengan pihak Mbok Rini Tour & Travel untuk menghasilkan *business model canvas* tervalidasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Business Model Canvas* Saat Ini

Berdasarkan data yang didapat dari hasil observasi dan wawancara dengan pemilik Mbok Rini Tour & Travel, berikut merupakan *business model canvas* saat ini pada Mbok Rini Tour & Travel.

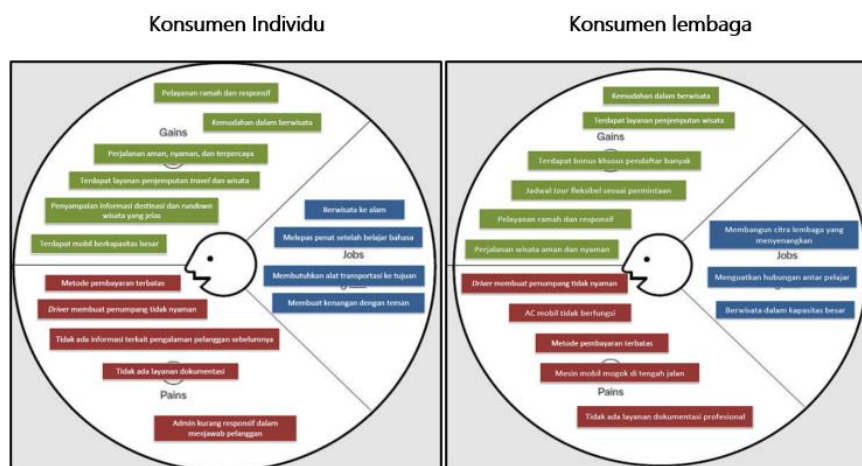


Gambar 3. Business Model Canvas Saat Ini

Kedaaan model bisnis saat ini dapat dilihat pada Gambar 3, diketahui bahwa pada segmen konsumen individu memiliki cakupan yang kecil di mana hanya terdapat pelajar dan penduduk Kampung Inggris. Saluran pemasaran yang digunakan juga kurang bisa menjangkau calon pelanggan karena tidak memanfaatkan sosial media dengan baik. Selain itu, pada sumber daya pekerja dan kendaraan mengalami kekurangan saat terjadi kenaikan pelanggan.

### Customer Profile

Dari hasil wawancara dengan pelanggan Mbok Rini Tour & Travel sebanyak sepuluh orang konsumen individu dan tiga orang konsumen lembaga kursus bahasa di Kampung Inggris yang dilaksanakan pada 26 - 28 Oktober 2023, dilakukan proses *coding*, dan berikut adalah *customer profile* dari kedua segmen pelanggan.

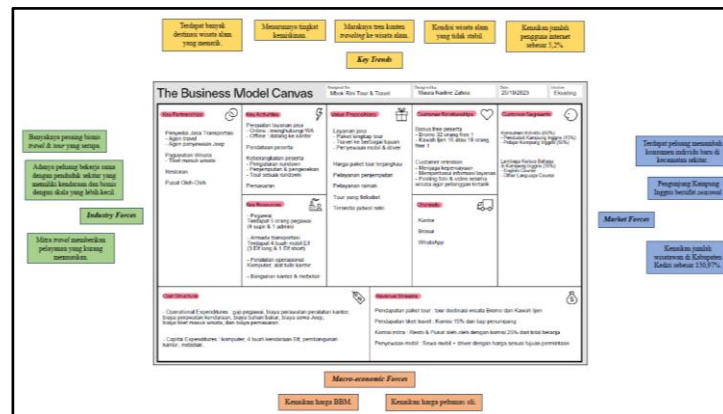


Gambar 4. Customer Profile

Berdasarkan hasil wawancara dengan sepuluh konsumen individu dan tiga konsumen lembaga kursus, didapat hasil *customer profile* seperti yang tertera pada Gambar 5.

## Business Model Environments

Berikut merupakan lingkungan bisnis dari Mbok Rini Tour & Travel yang berisi *market forces*, *industry forces*, *key trends*, dan *macro-economic forces*, yang diperoleh melalui studi literatur.



Gambar 5. Business Model Environments

Berdasarkan hasil analisis lingkungan bisnis yang dapat dilihat pada Gambar 7, diperoleh bahwa keadaan eksternal perusahaan dapat dijadikan sebagai peluang atau ancaman untuk perkembangan bisnis. Pada *market forces*, terdapat peluang menambah konsumen individu baru di kecamatan sekitar dan peluang dari adanya kenaikan jumlah wisatawan di Kabupaten Kediri sebesar 150,97%, serta terdapat ancaman di mana pengunjung Kampung Inggris bersifat *seasonal*. Pada *industry forces*, terdapat peluang bekerja sama dengan penduduk yang memiliki kendaraan dan bisnis dengan skala yang lebih kecil serta terdapat ancaman yaitu semakin banyaknya pesaing bisnis *travel* dan *tour* yang menawarkan layanan serupa dan mitra *travel* yang memberikan pelayanan kurang memuaskan pada pelanggan. Pada *key trends*, terdapat peluang banyaknya destinasi wisata alam yang menarik, menurunnya tingkat kemiskinan, maraknya tren konten *traveling*, dan kenaikan jumlah pengguna internet sebesar 5,2%, serta terdapat ancaman yaitu kondisi alam tempat wisata yang tidak stabil. Pada *macro-economic forces*, terdapat ancaman kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak) dan kenaikan harga pelumas.

## Analisis 7 Questions

Dengan melakukan analisis pertanyaan ini, kita dapat melakukan penilaian pada model bisnis saat ini sehingga mengetahui aspek mana yang bisa dilakukan perbaikan agar model bisnis menjadi lebih baik. Berikut merupakan hasil penilaian dari model bisnis saat ini Mbok Rini Tour & Travel:

Tabel 1. Analisis 7 *Questions*

No	<i>Questions</i>	Skor	Keterangan
1	<i>Switching Costs</i>	4	Pada layanan jasa Mbok Rini tidak ada hal yang sangat kuat untuk dapat menahan pelanggan agar tidak berpindah.
2	<i>Recurring Revenues</i>	4	Layanan jasa <i>travel &amp; tour</i> ini tidak memproduksi pembelian berulang karena tidak ada pendapatan tambahan yang dihasilkan dari penjualan awal secara signifikan.
3	<i>Earning vs Spending</i>	7	Mbok Rini mengharuskan pelanggan yang akan menggunakan layanan untuk membayar 100% dahulu sebelum keberangkatan.
4	<i>Game-changing Cost Structure</i>	7	Saat ini, biaya Mbok Rini lebih rendah dari biaya yang dikeluarkan oleh kompetitor sehingga Mbok Rini bisa menerapkan harga 20% lebih murah kepada konsumen dibanding kompetitor nya.
5	<i>Others Who Do the Work</i>	5	Saat ini, Mbok Rini sudah memiliki beberapa mitra bisnis. Namun, untuk layanan wisata dan penyewaan mobil, armada dan <i>driver</i> masih disediakan sendiri oleh Mbok Rini.
6	<i>Scalability</i>	3	Jika ingin memperluas jangkauan bisnis, maka akan memerlukan sumber daya dan upaya yang lumayan besar. Terutama untuk membeli kendaraan, menambah supir, dan melakukan pemasaran.
7	<i>Protection from Competition</i>	4	Saat ini di Kampung Inggris semakin banyak bisnis yang bergerak di bidang yang sama dengan tawaran destinasi wisata yang sama juga.

Dari ketujuh pertanyaan yang ada pada Tabel 1 untuk menilai model bisnis, terdapat dua hal yang dapat ditingkatkan oleh Mbok Rini Tour & Travel agar model bisnis nya menjadi lebih baik. Kedua hal tersebut adalah *scalability* dan *others who do the work*.

Analisis SWOT, Matriks TOWS, dan Usulan Strategi

Analisis SWOT dilakukan dengan menggunakan data *business model canvas* saat ini, *customer profile*, dan *business model environments* yang telah dianalisis sebelumnya. Identifikasi SWOT dilakukan untuk setiap blok model bisnis, lalu dilakukan proses penilaian oleh pihak Mbok Rini Tour & Travel yang kemudian dipetakan dalam matriks TOWS. Berikut

merupakan tabel matriks TOWS dan usulan strategi untuk *value proposition* Mbok Rini Tour & Travel.

Tabel 2. Matriks TOWS *Value Propositions*

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Value Proposition</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan dalam berwisata. (5)</li> <li>• Harga paket wisata yang terjangkau. (5)</li> <li>• Kualitas pelayanan baik dan ramah. (4.75)</li> <li>• Terdapat layanan penjemputan. (4.25)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tidak ada layanan dokumentasi profesional. (-4)</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah destinasi wisata dengan harga yang tetap terjangkau. (S1, S2, O2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah layanan dokumentasi pada paket wisata. (W1, O1)</li> </ul>
<i>Threat</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banyaknya pesaing bisnis layanan <i>tour &amp; travel</i> yang serupa. (-4.5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Meningkatkan kualitas pelayanan dan fasilitas agar tetap bisa bersaing. (S3, S4, T1)</li> </ul>

Berikut merupakan tabel matriks TOWS dan usulan strategi untuk *cost/revenue* Mbok Rini Tour & Travel.

Tabel 3. Matriks TOWS *Cost/Revenue*

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Cost/Revenue</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Terdapat pembelian berulang pada konsumen lembaga (4.75)</li> <li>• Layanan jasa memiliki harga terjangkau (5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Penjualan layanan jasa belum mencapai target (-4.5)</li> </ul>

<p><i>Opportunity</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kenaikan jumlah wisatawan di Kabupaten Kediri sebesar 150,97% (5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memaksimalkan peluang penjualan segmen konsumen lembaga. (S1, O1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memperluas daerah penjualan ke kecamatan sekitar. (W1, O1)</li> </ul>
<p><i>Threat</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kondisi wisata alam yang tidak stabil. (-4.75)</li> <li>• Kenaikan harga BBM (-4.5)</li> <li>• Kenaikan harga pelumas oli (-3.75)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Merubah harga jual sesuai dengan kenaikan harga dan membandingkan dengan pesaing agar tetap terjangkau. (S2, T2, T3)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Menambah penjualan ke destinasi wisata dengan kondisi alam yang lebih stabil. (W1, T1)</li> </ul>

Berikut merupakan tabel matriks TOWS dan usulan strategi untuk *infrastructure* Mbok Rini Tour & Travel.

Tabel 4. Matriks TOWS *Infrastructure*

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Infrastructure</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Memiliki kantor fisik dengan peralatan kantor. (4.25)</li> <li>• Memiliki berbagai <i>partner</i> untuk menunjang bisnis. (4.75)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kekurangan kendaraan dan <i>driver</i>. (-5)</li> <li>• Sumber daya manusia kurang terampil. (-4.5)</li> <li>• Kendaraan bermasalah saat di jalan. (-4.75)</li> <li>• Metode pembayaran terbatas. (-4.25)</li> </ul>
<i>Opportunity</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adanya peluang bekerja sama dengan penduduk sekitar yang memiliki kendaraan dan bisnis dengan skala yang lebih kecil. (4.75)</li> <li>• Kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 5,2%. (4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekerja sama dengan penduduk dan mitra bisnis untuk memperoleh lebih banyak <i>resources</i>. (W1, O1)</li> <li>• Menggunakan kendaraan dengan kondisi bagus dan melakukan pengecekan sebelum digunakan. (W3, O1)</li> <li>• Menambah metode pembayaran <i>cashless</i>. (W4, O2)</li> </ul>

<p><i>Threat</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Mitra <i>travel</i> memberikan pelayanan yang kurang memuaskan. (-5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menyeleksi dan bekerja sama dengan mitra yang memberi pelayanan lebih baik. (S2, T1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Memberi peraturan dan pengarahan pada SDM sebelum melayani pelanggan. (W2, T1)</li> </ul>
---	--	--

Berikut merupakan tabel matriks TOWS dan usulan strategi untuk *customer interface* Mbok Rini Tour & Travel.

Tabel 5. Matriks TOWS *Customer Interface*

	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<p><i>Customer Interface</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mempunyai pelanggan lembaga tetap (4.25)</li> <li>Memiliki <i>direct channels</i> untuk menjangkau calon pelanggan sekitar (4.5)</li> <li>Terdapat bonus <i>free</i> peserta (4)</li> <li>Kepercayaan pelanggan tetap terkait performa pelayanan (4.25)</li> <li>Selalu memperbarui informasi layanan dan membagikan <i>posting-an</i> selama wisata (5)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cakupan konsumen individu kecil (-4.5)</li> <li>Tidak ada informasi terkait pelanggan sebelumnya karena tidak ada sosial media yang menampung informasi (-5)</li> <li>Terdapat komplain atau keluhan dari pelanggan yang belum terselesaikan. (-4.25)</li> </ul>
<p><i>Opportunity</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Terdapat peluang menambah konsumen individu baru di kecamatan sekitar (5)</li> <li>Kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia sebesar 5,2% (4.5)</li> <li>Maraknya tren konten <i>traveling</i> ke wisata alam (4.75)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mengunggah konten wisata yang menarik untuk <i>branding</i> pada sosial media. (S5, O3)</li> <li>Memanfaatkan teknologi internet untuk jasa <i>ads</i> pada sosial media. (S2, O2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Menggunakan sosial media sebagai media penyampaian informasi seperti <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i>. (W2, O2)</li> <li>Menambah jangkauan konsumen individu dari kecamatan sekitar. (W1, O1)</li> <li>Menanggapi keluhan dengan membuat <i>survey</i> kepuasan pelanggan. (W3, O2)</li> </ul>

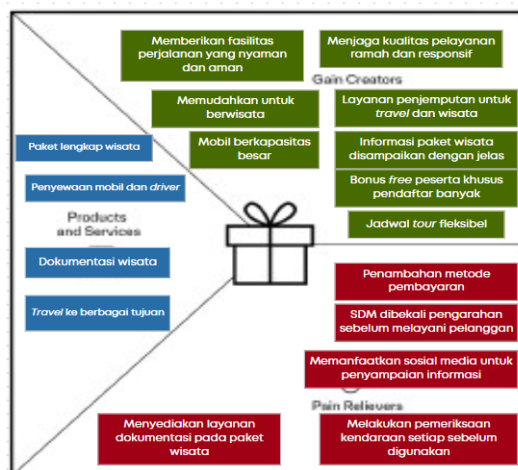
---

*Threat*

- Pengunjung Kampung Inggris bersifat *seasonal* (-4)
  - Bekerja sama dengan lebih banyak lembaga untuk dijadikan konsumen tetap. (S1, T1)
- 

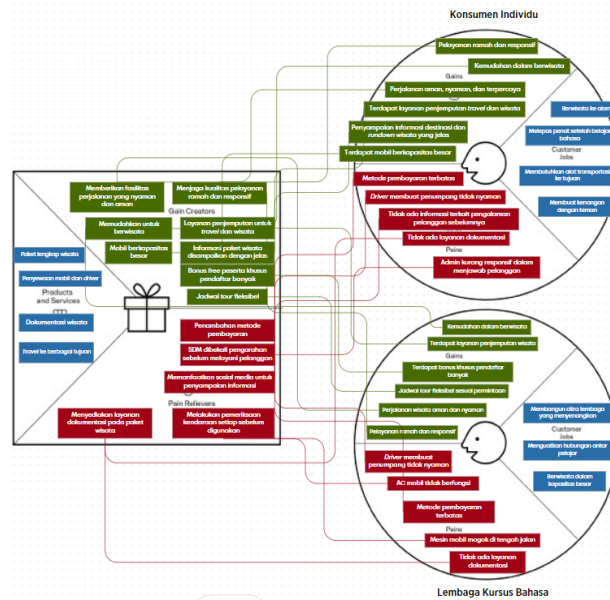
*Value Proposition Canvas*

Setelah dilakukan perumusan strategi usulan, selanjutnya dilakukan perancangan *value proposition canvas* yang terdiri atas dua bagian, yaitu *value map* dan *customer profile*. *Value map* berisi *products or services*, *pain relievers*, dan *gain creators* yang diperoleh dari hasil penyusunan strategi menggunakan matriks TOWS dan menjawab *customer profile* pelanggan yang telah diidentifikasi sebelumnya. Setelah merumuskan *value map*, selanjutnya dilakukan proses *fitting* antara *value map* dengan *customer profile*. Berikut merupakan *value map* dari Mbok Rini Tour & Travel.



Gambar 6. *Value Map*

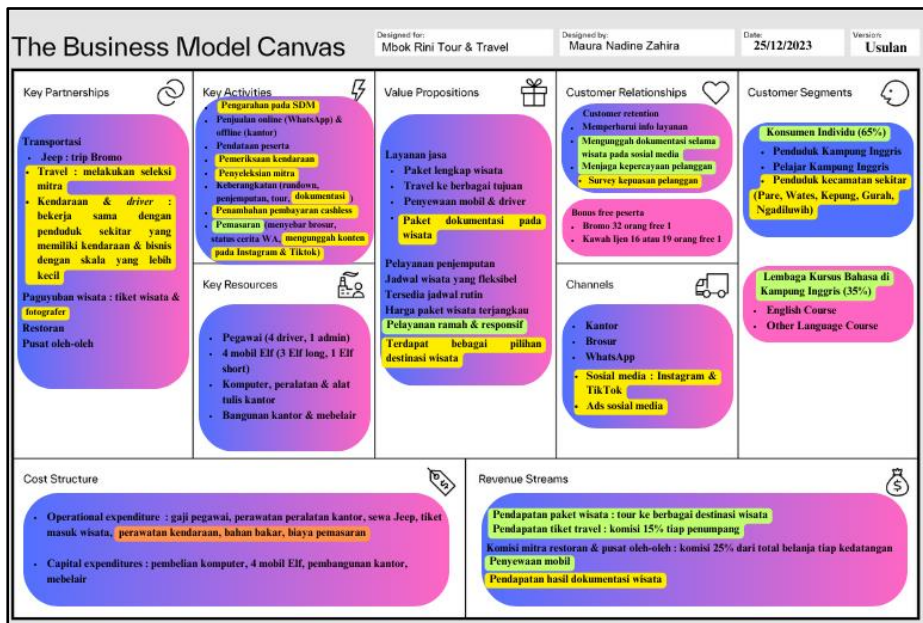
Berikut merupakan *fit customer profile* dengan *value map* yang ada. Didapat bahwa *value proposition* yang baru bisa melayani dan memenuhi seluruh bagian *customer profile*.



Gambar 7. Value Proposition Canvas

Business Model Canvas Usulan

Hasil rancangan *business model canvas* usulan pada Mbok Rini Tour & Travel didapatkan melalui beberapa tahapan yang dilakukan, dan rancangannya dapat dilihat di gambar 8.



Gambar 8. Business Model Canvas Usulan

Keterangan: Berhubungan dengan konsumen individu, berhubungan dengan konsumen lembaga, diciptakan, ditingkatkan/pengurangan biaya, tetap, penambahan biaya

Pada BMC usulan terdapat beberapa perubahan dan penambahan dari model bisnis saat ini. Sebelumnya, *customer segment* hanya menasar konsumen individu dari pelajar dan penduduk kampung inggris saja sehingga cakupan konsumen individu masih kecil.

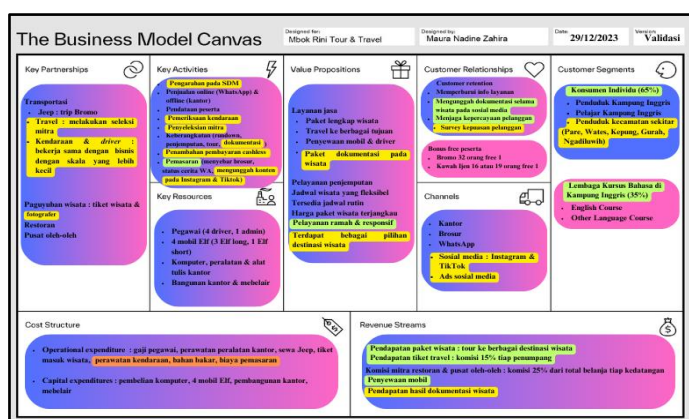
Diusulkan untuk menambah segmen konsumen individu baru agar memperoleh lebih banyak pelanggan yaitu penduduk kecamatan sekitar Kabupaten Kediri, seperti Kecamatan Pare, Wates, Kepung, Gurah, dan Ngadiluwih. Untuk menjangkau pelanggan, saluran pemasaran yang digunakan masih kurang efektif sehingga dilakukan penambahan saluran pemasaran baru, yaitu memanfaatkan sosial media, seperti *Instagram* dan *Tiktok* serta melakukan *paid advertising* pada *Instagram*. Selain itu, juga menawarkan *value proposition* baru yang akan berdampak pada peningkatan pendapatan yaitu layanan dokumentasi pada paket wisata dan menyediakan berbagai pilihan destinasi wisata. Lalu, untuk tetap menjaga hubungan baik dengan pelanggannya, terdapat usulan yaitu membuat *survey* kepuasan pelanggan agar bisa mengetahui dan mengatasi keluhan pelanggan. Untuk menghadapi kenaikan pelanggan, dilakukan aktivitas baru, yaitu memberikan pengarahan pada *driver* dan admin agar sumber daya manusia menjadi terampil, melakukan seleksi mitra untuk memilih mitra yang memberi pelayanan terbaik, memeriksa kendaraan setiap sebelum digunakan untuk mencegah terjadinya kendaraan bermasalah, mengurus dokumentasi dengan mitra fotografer, mengunggah konten pada sosial media untuk *branding*, dan menambah metode pembayaran *cashless* yaitu QRIS. Selain itu, pada *partnerships* untuk mengatasi kekurangan kendaraan dan *driver* dapat bekerja sama dengan penduduk sekitar yang memiliki kendaraan dan mitra bisnis untuk memperoleh lebih banyak *resources*, serta bermitra dengan fotografer di tempat wisata untuk layanan dokumentasi. Dari semua hal yang dilakukan akan dapat meningkatkan pendapatan paket wisata, tiket *travel*, dan penyewaan mobil karena terjadi kenaikan pelanggan serta adanya pendapatan baru yaitu hasil dokumentasi wisata. Namun, juga terdapat penambahan pengeluaran pada biaya perawatan kendaraan karena dilakukan pemeriksaan kendaraan setiap sebelum digunakan, biaya bahan bakar minyak (BBM) karena kenaikan harga BBM, dan biaya pemasaran karena penggunaan *paid advertising*.

#### Verifikasi Hasil Rancangan

Tahap verifikasi hasil rancangan *business model canvas* dilakukan dengan berdiskusi bersama dosen pembimbing tugas akhir terkait hasil usulan rancangan model bisnis menggunakan metode *business model canvas*. Verifikasi dilakukan dengan menguji kesesuaian antara kesembilan blok model bisnis secara logis. Berdasarkan hasil verifikasi yang dilakukan, model bisnis yang dirancang sudah sesuai dan memenuhi kondisi model bisnis Mbok Rini Tour & Travel.

## Validasi Hasil Rancangan

Validasi hasil usulan rancangan Mbok Rini Tour & Travel yang dilakukan hanya mencakup validasi dari segi *feasibility* dengan tujuan mengurangi resiko kegagalan dari hasil usulan rancangan. Validasi ini dilakukan dengan cara berdiskusi dengan pemilik Mbok Rini Tour & Travel yang bertujuan agar memperoleh umpan balik dari pihak Mbok Rini Tour & Travel terkait *business model canvas* usulan yang telah dirancang. Berdasarkan hasil diskusi, Mbok Rini Tour & Travel memberi respon bahwa hasil usulan pada blok *customer segment*, *customer relationship*, *channel*, *value proposition*, *key activities*, *cost structure*, dan *revenue stream* memungkinkan untuk direalisasikan. Namun, untuk blok *key partnership* pada bagian bekerja sama dengan penduduk sekitar menurut pihak Mbok Rini tidak memungkinkan untuk dilakukan karena Maurya Nadya kendaraan penduduk yang digunakan untuk pribadi lebih susah dilakukan daripada kendaraan yang memang digunakan untuk bisnis *travel* dan *tour* sehingga untuk kendaraan dan *driver* hanya akan bekerja sama dengan mitra bisnis dengan skala yang lebih kecil. *Business model canvas* validasi dari Mbok Rini Tour & Travel dapat dilihat di Gambar 9.



Gambar 9. *Business Model Canvas* Validasi

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, didapatkan rancangan *business model canvas* usulan untuk memperbaiki dan meningkatkan *business model canvas* saat ini. Perubahan yang diusulkan terdapat dalam beberapa blok BMC yang diharapkan dapat diimplementasikan oleh Mbok Rini Tour & Travel. Hasil dari penelitian ini ditemukan adanya peluang menambah konsumen individu baru yaitu penduduk kecamatan sekitar pada *customer segment* dan menciptakan *revenue streams* baru yaitu layanan dokumentasi pada paket wisata. Beberapa usulan memiliki resiko adanya peningkatan biaya pengeluaran, tetapi penambahan ini diperkirakan masih bisa ditangani oleh bisnis

dan tidak akan menyebabkan kerugian. Berdasarkan hasil diskusi validasi, diperoleh bahwa Mbok Rini Tour & Travel mungkin untuk mengimplementasikan usulan yang telah dirancang sehingga diharapkan bisa meningkatkan pendapatan agar berada di atas target.

#### DAFTAR PUSTAKA

BPS. (2021). *Statistik Wisatawan Nusantara 2021*.

BPS KediriKab. (2023). *Jumlah Wisatawan di Kabupaten Kediri Menurut Asal Wisatawan dan Objek Tempat Wisata 2020-2022*. kedirikab.bps.go.id

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation - Canvas. In *Wiley*. <http://www.businessmodelgeneration.com/canvas>

Osterwalder, A. (2011, September). 7 Questions to Assess Your Business Model Design. *Strategyzer*. <https://www.strategyzer.com/library/7-questions-to-assess-your-business-model-design>

Wiswasta, I. G. N. A., Agung, I. A. A., & Tamba, I. M. (2018). *Analisis SWOT (Kajian Perencanaan Model, Strategi, dan Pengembangan Usaha)*.