

Perancangan Model Bisnis Usulan Bababiya Food dengan Kerangka *Business Model Canvas*

Dwi Cahyaningrum¹, Farda Hasun², Maria Dellarosawati³

^{1,2,3} *Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom Bandung*

Abstrak

Bababiya Food merupakan suatu usaha yang bergerak pada bidang kuliner dengan menu utama yaitu bakso dandang dan mie ayam *box*. Proses penjualan produk Bababiya Food ini dilakukan secara *online* dan *offline*. Saat ini, Bababiya Food mengalami permasalahan berupa turunnya omzet penjualan yang dipengaruhi oleh beberapa faktor baik itu dari sisi pemasaran, proses produksi, fasilitas produksi, dan ketersediaan stok produk. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, diperlukan adanya evaluasi atas model bisnis yang sudah ada untuk kemudian dilakukan proses perancangan model bisnis usulan Bababiya Food. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan model bisnis saat ini, mengevaluasi model bisnis saat ini dengan menggunakan analisis SWOT, dan merancang model bisnis usulan dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Usulan perbaikan model bisnis yang diajukan mencakup berbagai blok. Di blok *value propositions*, diusulkan kemasan yang aman, produk tanpa bahan pengawet, produk bersertifikasi halal, harga terjangkau, produk bervariasi, produk berkualitas, cita rasa enak dan konsisten, serta paket *gift*. Di blok *key activities*, terdapat usulan mengikuti webinar atau pelatihan, melakukan perencanaan persediaan dan perencanaan produksi, serta standarisasi resep. Pembukaan *franchise* diusulkan sebagai perbaikan di blok *revenue stream*, sedangkan di blok *customer relationship* diusulkan program *referral* pelanggan dan adanya layanan pelanggan. Perbaikan lain adalah penambahan mesin produksi pada blok *key resources*.

Kata kunci : *Business Model Canvas*, Bababiya Food, bakso dandang, *Customer Profile*, Analisis SWOT

Copyright (c) 2022 Dwi Cahyaningrum

✉Corresponding author :

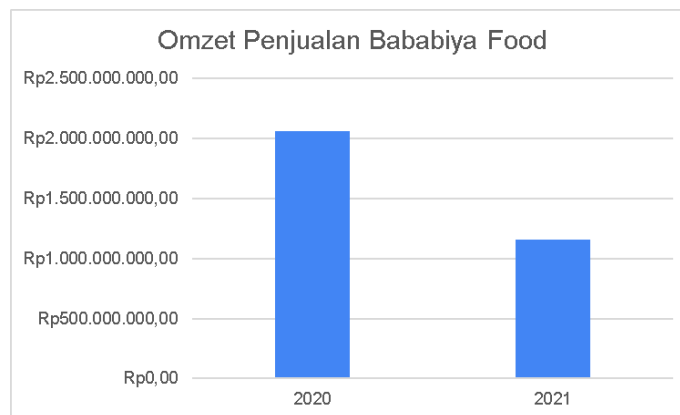
Email Address : dwicahyaningrum5@gmail.com

PENDAHULUAN

Salah satu sub sektor ekonomi yang cukup banyak peminatnya di Indonesia adalah bisnis kuliner. Bisnis kuliner adalah bagian dari industri penyedia makanan di mana kegiatan yang dilakukan mencakup semua hal yang berkaitan dengan memasak di mana estetika dan kreativitas menjadi elemen yang sangat penting. Dengan adanya pandemi yang terjadi saat ini, tidak menutup kemungkinan bahwa banyak pelaku usaha kuliner yang mengalami penurunan pendapatan, namun ada juga usaha-usaha kuliner yang lain justru banyak bermunculan.

Bababiya Food merupakan salah satu usaha kuliner yang ada di Bandung, Jawa Barat. Usaha ini berdiri sejak 23 Desember 2019. Bababiya Food merupakan pengembangan dari bisnis keluarga yaitu pembuatan mie yang mulai dirintis sejak tahun 2003. Berdiri ketika memasuki era pandemi menjadi tantangan sekaligus peluang bagi Bababiya Food. Dengan usaha kuliner yang unik dan praktis, Bababiya Food mampu berkembang sampai sekarang.

Dalam merintis bisnisnya Bababiya Food melakukan penjualan secara *online* terlebih dahulu. Dari hasil penjualan *online* tersebut ternyata mendapatkan respon yang sangat baik dari konsumen, sehingga keuntungan yang diperoleh cukup besar. Namun, lambat laun penjualan Bababiya Food mengalami penurunan. Tahun 2021 Bababiya Food mendirikan kedai untuk berjualan secara *offline*. Penjualan secara *offline* ini pun mendapatkan respon yang baik pula dari konsumen. Akan tetapi, respon dari Bababiya Food dalam menerima pesanan *offline* yang cukup banyak masih belum baik. Bababiya Food cukup sering menolak pesanan secara *offline* karena produk tidak tersedia. Ketika jumlah permintaan melebihi jumlah ketersediaan produk, penjualan *offline* akan ditutup sementara kurang lebih 2-3 jam untuk mempersiapkan bahan yang habis dan apabila memungkinkan akan dibuka kembali ketika sudah siap. Gambar 1 berikut menunjukkan omzet penjualan Bababiya Food dari tahun 2020 sampai dengan tahun 2021.



Gambar 1. Omzet Penjualan Bababiya Food Tahun 2020 dan 2021

Penurunan omzet penjualan Bababiya Food ini dipengaruhi dari beberapa faktor, mulai dari produksi yang belum maksimal, promosi yang masih belum intens, dan permintaan pelanggan yang belum terpenuhi.

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh Bababiya Food, dapat dilihat bahwa perlu adanya evaluasi bisnis yang tidak hanya dari satu sisi, namun juga melibatkan semua komponen bisnis yang saling terkait satu sama lain. Perbaikan dengan mempertimbangkan keseluruhan komponen bisnis tersebut dapat dilakukan dengan mengevaluasi model bisnis saat ini sehingga diperoleh model bisnis usulan yang lebih baik. Salah satu kerangka yang dapat digunakan untuk merancang model bisnis adalah *Business Model Canvas*. Penelitian ini bertujuan untuk memetakan model bisnis saat ini, mengevaluasi model bisnis saat ini dengan menggunakan analisis SWOT, dan merancang model bisnis usulan dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

METODE PENELITIAN

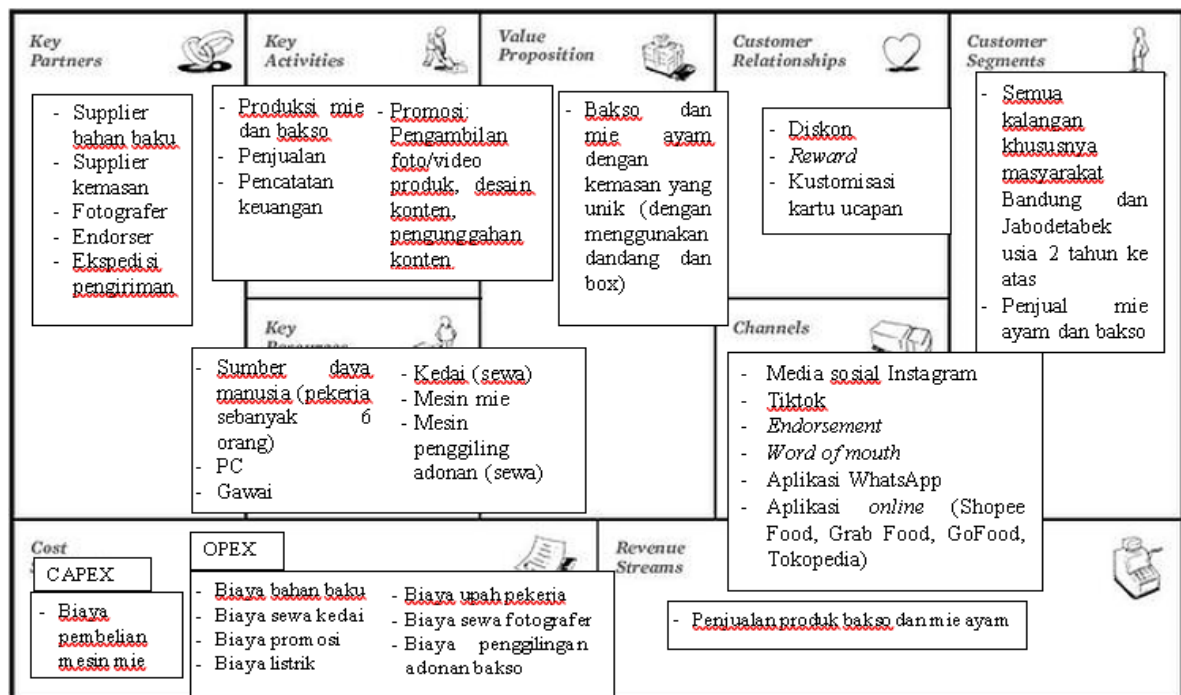
Metode penelitian yang digunakan adalah dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Langkah penelitian yang dilakukan dimulai dengan memetakan model bisnis saat ini dengan data yang diperoleh melalui proses wawancara dengan pemilik Bababiya Food, yang dilanjutkan dengan memetakan profil pelanggan dengan data yang diperoleh dari proses wawancara terhadap sepuluh pelanggan Bababiya Food. Langkah selanjutnya adalah melakukan analisis lingkungan bisnis di mana pengambilan datanya dilakukan melalui studi literatur. Keseluruhan data yang diperoleh selanjutnya akan digunakan untuk melakukan analisis SWOT. Tahap pertama dari analisis ini adalah mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Hasilnya kemudian dikonfirmasi ke

perusahaan. Setelah dikonfirmasi, maka akan disusun kuesioner untuk melakukan penilaian atas setiap komponen SWOT. Dari hasil kuesioner ini kemudian dibuat matriks TOWS dan strategi bisnis yang dapat ditempuh oleh Bababiya Food. Setelah itu, berdasarkan strategi yang telah dirumuskan, akan dilakukan perancangan *value propositions canvas* hingga akhirnya akan dirancang *business model canvas* usulannya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Model Bisnis Saat Ini

Proses pengumpulan data untuk membuat model bisnis saat ini dilakukan melalui wawancara untuk memperoleh informasi terkait bisnis yang sedang dijalankan. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, gambar 2 berikut merupakan model bisnis Bababiya Food saat ini.



Gambar 2. Business Model Canvas Saat Ini

2. Customer Profile

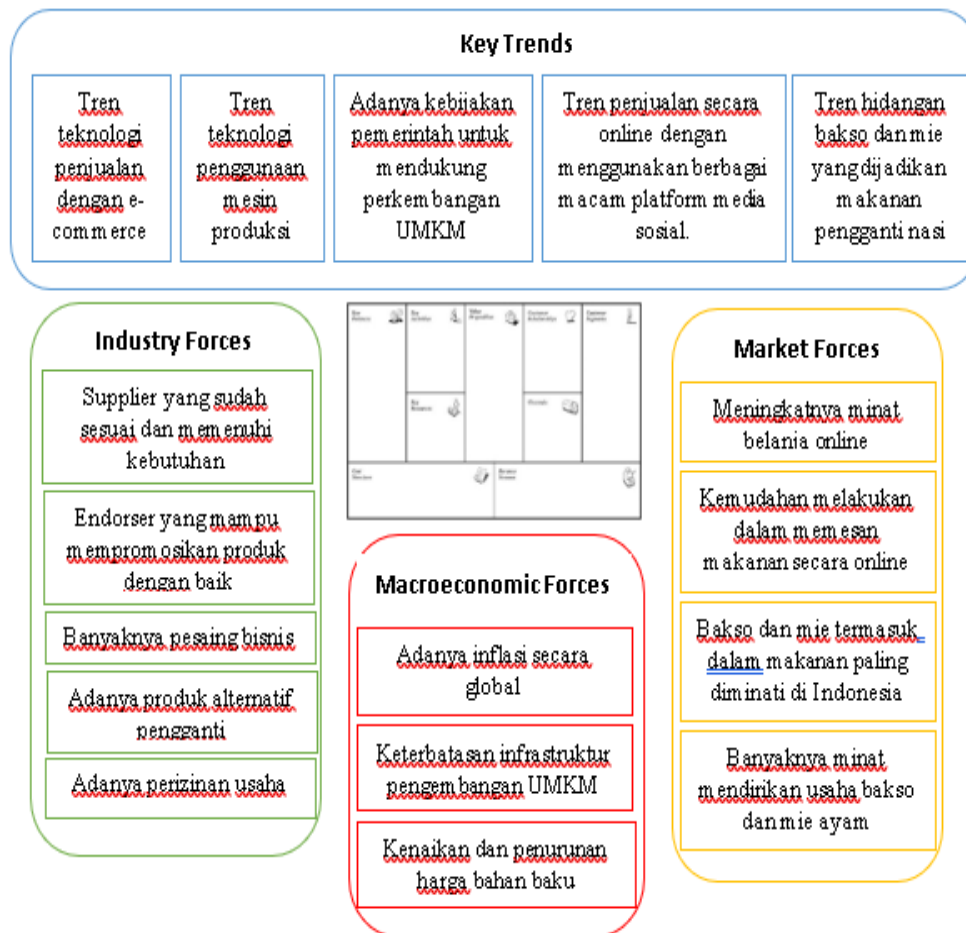
Data *customer profile* diperoleh melalui wawancara dengan sepuluh pelanggan Bababiya Food. Pertanyaan ditujukan guna menggambarkan *jobs*, *pains*, dan *gains* pelanggan. Gambar 3 berikut merupakan *customer profile* dari Bababiya Food.



Gambar 2. Customer Profile

3. Analisis Lingkungan Bisnis

Analisis lingkungan bisnis ini dilakukan dengan melakukan studi literatur dari sumber-sumber terpercaya guna menganalisis faktor eksternal yang dapat mempengaruhi model bisnis yang dijalankan. Gambar 4 merupakan hasil analisis lingkungan bisnis Bababiya Food.



Gambar 4. Analisis Lingkungan Bisnis Bababiya Food

4. Analisis SWOT dan Strategi

Analisis SWOT yang dilakukan pada Bababiya Food kali ini diperoleh dari data model bisnis Bababiya Food saat ini, *customer profile*, dan *business model environment* yang telah diperoleh sebelumnya. Klasifikasi SWOT dilakukan dalam empat grup variabel yaitu *value proposition*, *cost and revenue* yang mencakup blok *cost structure* dan *revenue stream*, *infrastructure* yang mencakup blok *key resources*, *key activities* dan *key partnership*, serta *customer interfaces* yang mencakup blok *customer segment*, *channels* dan *customer relationships*. Tabel 1 hingga 4 menunjukkan matrik TOWS yang dihasilkan dari proses yang dilakukan, yaitu identifikasi elemen SWOT, konfirmasi elemen SWOT yang diidentifikasi ke perusahaan, penyusunan dan penyebaran kuesioner untuk melakukan penilaian atas tiap elemen SWOT yang telah dikonfirmasi, dan penyusunan matriks TOWS. Angka di dalam kurung yang terdapat di akhir setiap elemen menunjukkan hasil penilaian setiap elemen SWOT yang dilakukan oleh responden yang berasal dari pihak pengelola perusahaan.

Tabel 1. Grup Variabel *Value Propositions*

Value Propositions	Strengths • Produk dengan kemasan unik (5) • Produk makanan dengan harga terjangkau (4,8) • Produk tanpa bahan pengawet (5) • Produk menggunakan bahan baku berkualitas (5) • Produk makanan dengan porsi besar (4,2) • Produk makanan yang bisa digunakan sebagai hadiah/parsel (5) • Produk makanan yang dapat dikirimkan ke tempat yang cukup jauh (3)	Weaknesses • Produk yang kurang bervariasi (-4,2) • Produk belum terdapat label halal (-4,8)
	Opportunities • Adanya peluang menjual produk bakso dan mie ayam yang lebih bervariasi (4,7) • Adanya peluang menjual produk bakso dan mie dengan porsi yang lebih bervariasi (4,7)	• Menambahkan variasi produk dari segi porsi dan menu
	Threats • Adanya kekhawatiran masyarakat terhadap bahan pengawet pada produk makanan yang beredar di pasaran (-5) • Terdapat produk alternatif pengganti bakso dan mie ayam (-4,5)	• Produk bersertifikasi halal

Tabel 2. Grup Variabel *Costs & Revenue Streams*

Costs & Revenue Streams	Strengths • Adanya pembelian berulang dari pelanggan (5) • Rata-rata margin keuntungan per bulan tinggi (5) • Harga produk yang relatif terjangkau (4,8) • Biaya upah pekerja yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan (5)	Weaknesses • Pendapatan hanya bersumber dari penjualan produk (-4,7)
	Opportunities • Jumlah penikmat bakso dan mie ayam yang meningkat setiap tahun (3) • Adanya peluang menjual produk dengan variasi lain (5) • Terdapat peluang untuk membuka franchise (4)	• Meningkatkan penjualan dengan membuka franchise
	Threats • Adanya kompetitor yang cukup banyak dan akan terus meningkat jumlahnya (-4,3) • Adanya kompetitor yang menjual produk dengan harga lebih murah (-4,3) • Harga bahan baku yang naik-turun (-5)	• Menjual produk dengan variasi porsi yang lebih kecil dengan harga yang lebih murah

Tabel 3. Grup Variabel *Infrastructure*

Infrastructure	Strengths - Kualitas bahan baku yang baik dari supplier (5) - Endorser yang mampu menyampaikan nilai produk dengan baik (5) - Jumlah pekerja yang dapat disesuaikan dengan kebutuhan (5) - Fasilitas penunjang yang memadai (5)	Weaknesses - Mesin produksi mie yang mengalami kendala (-2,7) - Tidak mempunyai mesin produksi yang lengkap (mesin penggiling masih sewa) (-3,2) - Intensitas aktivitas promosi via sosial media belum memadai (-4,5) - Perencanaan persediaan dan perencanaan produksi belum memenuhi permintaan (-4)
Opportunity Adanya dukungan pemerintah terhadap UMKM (5)	Mengikuti webinar atau pelatihan terkait dengan pengelolaan UMKM dengan memanfaatkan fasilitas penunjang ya ada.	- Mengikuti webinar atau pelatihan mengenai perencanaan persediaan dan produksi - Mengikuti program pemerintah seperti PEN (Pemulihan Ekonomi Nasional) dan KUR (Kredit Usaha Rakyat)
Threat Proses produksi yang bergantung dengan penyediaan bahan baku dari supplier (-5)	Meningkatkan kerja sama dengan supplier untuk memastikan ketersediaan bahan baku dan kualitasnya	Melakukan perencanaan persediaan dan perencanaan proses produksi

Tabel 4. Grup Variabel *Customer Interface*

Customer Interface	Strengths - Penggunaan <i>instagram ads</i> (4,8) <i>Word of mouth</i> yang baik (5) - Endorsement yang baik (5) - Diskon (5) - Reward (5) - Kustomisasi kartu ucapan (5) - Memiliki pelanggan tetap (5)	Weaknesses - Pengunggahan konten sosial media yang belum intens (-3,5) - Adanya kritik dan saran dari pelanggan yang belum terselesaikan (-3,8)
Opportunities - Tingkat belanja <i>online</i> semakin meningkat (5) - Kemudahan memesan makanan secara <i>online</i> (5) - Adanya peluang untuk membuka franchise (4) - Adanya peluang memperluas pasar (5)	- Meningkatkan pemanfaatan sosial media (<i>instagram ads</i>, <i>endorsement</i>) untuk menjangkau pasar yang lebih luas - Meningkatkan pemanfaatan layanan pembelian dari aplikasi <i>online</i> (GoFood, ShopeeFood, dll) - Meningkatkan pemanfaatan diskon dan <i>reward</i> untuk pembukaan franchise	Meningkatkan intensitas pengunggahan konten sosial media untuk memperluas jangkauan pasar
Threats Banyaknya minat mendirikan usaha kuliner bakso dan mie sehingga dapat meningkatkan jumlah pesaing bisnis Bababiya Food	- Menjaga pelanggan yang dimiliki saat ini serta memperluas jangkauan pasar - Memperkuat <i>brand</i> melalui jaringan sosial media dan <i>influencer</i> untuk menghadapi pesaing baru	Membuat layanan pelanggan untuk menampung dan menyelesaikan kritik dan saran dari pelanggan sebagai langkah mengembangkan usaha yang mampu bersaing dengan kompetitor.

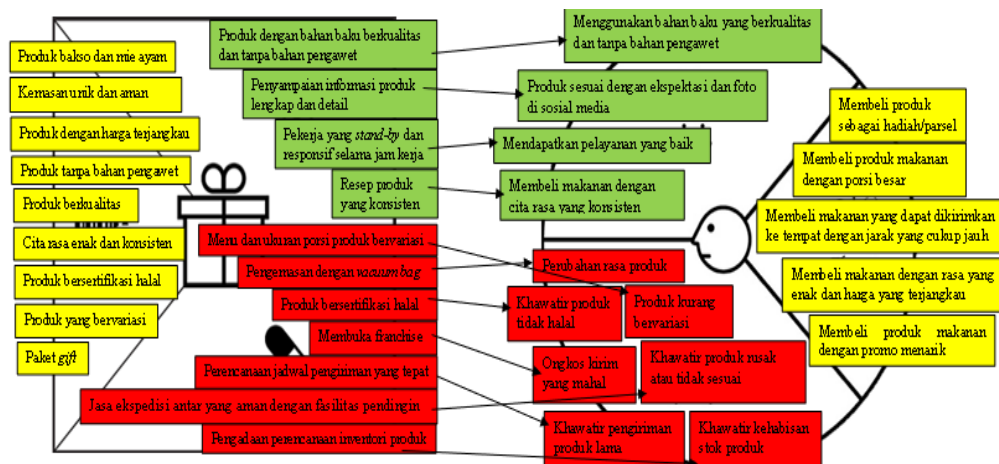
5. Value Proposition Canvas

Setelah menyusun strategi, langkah selanjutnya adalah merancang *value map* untuk merespon *jobs*, *pains*, dan *gains* yang sudah dipetakan oleh *customer profile*. Gambar 5 merupakan *value map* dari Bababiya Food. Setelah *value map* dirancang, kemudian dilakukan

proses pencocokan antara *value map* dengan *customer profile*, yang hasilnya dapat dilihat di gambar 6.



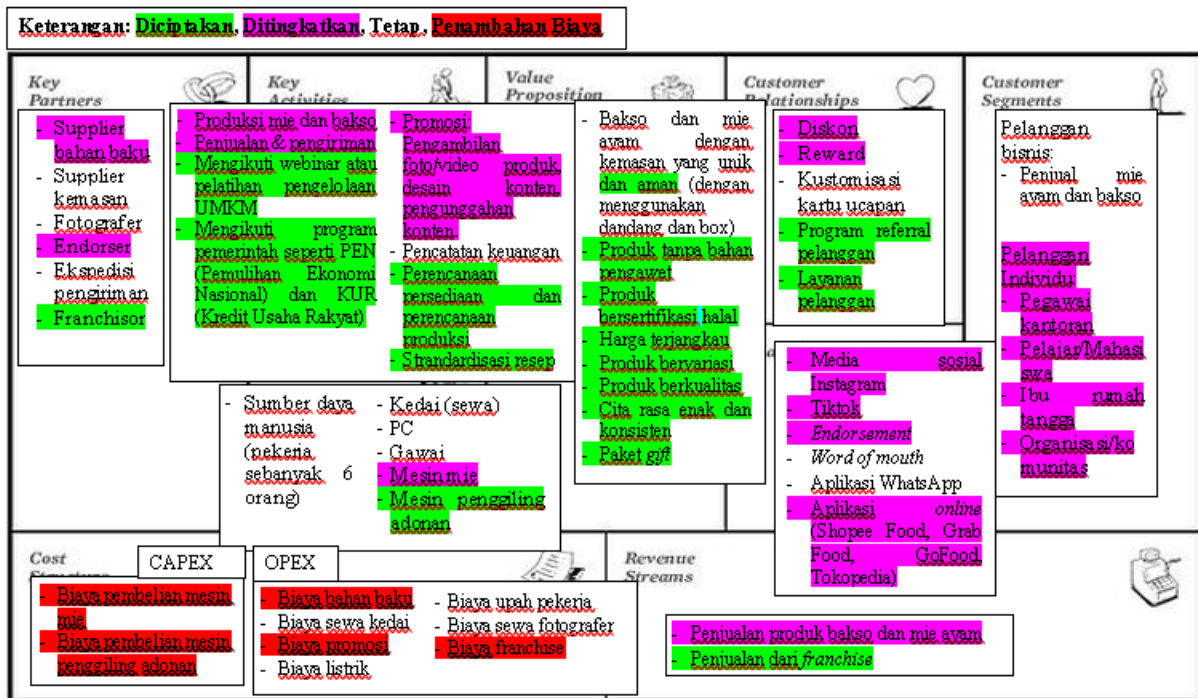
Gambar 5. Value Map



Gambar 6. Fit Value Map dengan Customer Profile

6. Business Model Canvas Usulan

Berdasarkan hasil analisis sebelumnya, maka dilakukan proses perancangan model bisnis usulan untuk Bababiya Food. Gambar 7 menunjukkan *business model canvas* dari Bababiya Food.



Gambar 7. Business Model Canvas Usulan

Perbedaan antara model bisnis lama dengan model bisnis usulan terdapat pada beberapa blok, antara lain pada bagian blok *value propositions*, dengan adanya penambahan nilai kemasan yang aman, produk tanpa bahan pengawet, produk bersertifikasi halal, harga terjangkau, produk berkualitas, cita rasa enak dan konsisten, dan paket *gift*. Untuk blok *customer relationship* terdapat penambahan program referral pelanggan dan layanan pelanggan. Kemudian terdapat upaya untuk meningkatkan pendapatan pada blok *revenue streams* dengan adanya pembukaan *franchise*. Dengan adanya pembukaan *franchise* maka pada blok *key partners* terdapat penambahan mitra yaitu *franchisor*. Selain itu terdapat juga penambahan pada blok *key activities* yaitu mengikuti webinar atau pelatihan dari pemerintah, mengikuti program dari pemerintah, perencanaan persediaan dan perencanaan produksi, standarisasi resep, serta terdapat penambahan adanya mesin penggiling adonan dan mesin mie pada blok *key resources*. Usulan-usulan perbaikan ini tentu saja akan mengakibatkan perubahan dalam struktur biaya. Akan ada penambahan biaya berupa biaya *franchise*, biaya pembelian mesin mie, pembelian mesin penggiling adonan, biaya bahan baku dan biaya promosi.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, model bisnis usulan yang dirancang adalah berupa perbaikan pada model bisnis perusahaan saat ini, yaitu penambahan, pengurangan, dan peningkatan pada beberapa blok BMC di mana usulan tersebut bertujuan untuk memecahkan permasalahan yang terjadi pada bisnis Bababiya Food. Untuk permasalahan proses produksi yang belum maksimal dipecahkan dengan solusi berupa penambahan mesin produksi pada *key resources*, untuk promosi yang belum intens dipecahkan dengan adanya peningkatan intensitas pengunggahan konten pada sosial media dan peningkatan pemanfaatan aplikasi *online*, dan untuk produk yang belum memenuhi permintaan dipecahkan dengan adanya aktivitas perencanaan persediaan dan perencanaan produksi.

Selain itu juga ada usulan perbaikan lain seperti yang telah disampaikan di dalam uraian hasil. Berdasarkan hasil diskusi dengan pihak perusahaan, model bisnis usulan yang dirancang dapat direalisasikan namun dilakukan secara bertahap.

Referensi :

- BKPM. (2017). *Upaya Pemerintah Untuk Memajukan UMKM Indonesia*. Retrieved from BKPM: <https://www.bkpm.go.id/id/publikasi/detail/berita/upaya-pemerintah-untuk-memajukan-umkm-indonesia>.
- Bland, D. J & Osterwalder, A. (2019). *Testing Business Ideas: A Field Guide for Rapid Experimentation (The Strategyzer Series)*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Istiqomah & Irsad, A. (2017). Analisis SWOT dalam Pengembangan Bisnis (Studi pada Sentra Jenang di Desa Wisata Kaliputu Kudus). *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*, 5(2): 363-380
- Mudatsir. (2019). *Analisis SWOT dalam Menentukan Strategi Pemasaran guna Meningkatkan Daya Saing pada Café Mr. Yess Coffee di Kota Benteng Selayar*. Tugas Akhir, Makassar: Universitas Negeri Makassar.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Osterwalder, A., Pigneur, Y., Bernarda, G., Smith, A., & Papadacos, P. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- Septyaningsih, L. & Pratiwi, F. (2021). *Menkop: UMKM Kuliner Paling Cepat Pulih dari Dampak Pandemi*. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/r47vna457/menkop-umkm-kuliner-paling-cepat-pulih-dari-dampak-pandemi>
- Yuhdi, R. (2021). *Penerapan Metode Lean Canvas untuk Pengembangan Startup Safir*. Yogyakarta: Universitas Islam Indonesia.