

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 mempengaruhi berbagai sektor, termasuk usaha kecil dan menengah. Sektor penjualan makanan UKM yang masih mengandalkan jualan di warungnya saja, dipaksa untuk berubah dan mengambil saluran pemasaran secara *online*. Hal ini dikarenakan, saat ini semua konsumen melakukan segala aktivitas di rumah untuk mengantisipasi penyebaran virus. Pondok Bakso Mataram yang menjadi objek penelitian ini bahkan harus merumahkan banyak karyawannya karena pengurangan penjualan yang signifikan dan adanya kebutuhan untuk mempersiapkan bisnisnya melayani melalui saluran pemasaran secara *online*. Penelitian ini memetakan model bisnis UKM tersebut menggunakan *framework Business Model Canvas*.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memetakan semua komponen di tiap blok penyusun bisnis pada model bisnis dengan studi pada “Pondok Bakso Mataram di Kota Tebing Tinggi” menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis sembilan blok *Business Model Canvas*.

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa *business model canvas* dapat menggambarkan kondisi usaha Pondok Bakso Mataram di Kota Tebing Tinggi dan terdapat beberapa elemen yang masih perlu adanya perbaharuan pada Pondok Bakso Mataram, yaitu dari elemen *Value Proposition* dimana perusahaan dapat mengadakan potongan harga atau diskon untuk menarik hati pelanggan agar membeli produk Pondok Bakso Mataram terutama pada masa pandemi saat ini. *Channel* yaitu Pondok Bakso Mataram dapat melakukan kerjasama dengan ojek atau umkm yang menyediakan jasa *delivery food* di Kota Tebing Tinggi dan mengikuti pameran atau *event* yang ada di Kota Tebing Tinggi. Pada elemen *Customer Relationship*, Pondok Bakso Mataram dapat membuat kartu tetap untuk pelanggan lama, memberikan informasi lengkap seputar produk yang dijual di sosial media (seperti Instagram), melakukan promosi melalui event atau pameran yang ada di Kota Tebing Tinggi. Elemen *Revenue Stream* dapat menambahkan layanan pada penjualan produk melalui aplikasi online untuk mempermudah pelanggan yang ingin membeli produk kita, tanpa harus keluar rumah. Pada elemen *Key Activities* sangat dibutuhkan perusahaan untuk dapat menjangkau pasar dan memberikan *value proposition* kepada para pelanggan baru maupun pelanggan tetap dengan begitu Pondok Bakso Mataram dapat menambahkan adanya aktifitas pemasaran untuk *social media* seperti: Instagram. Agar pelanggan selalu *update* akan informasi, berita dan promosi menarik yang dilakukan oleh Pondok Bakso Mataram. Elemen *Key Partnership* dengan melakukan kerjasama menggunakan platform online seperti : Grab atau Gojek or umkm pengiriman local di Tebing Tinggi. Pada elemen *Cost Structure*, Pondok Bakso Mataram dapat menambahkan biaya pemasaran (promosi) sebagai dana perusahaan melakukan kegiatan pemasaran guna meningkatkan daya tarik pelanggan akan Pondok Bakso Mataram.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Pandemic Covid-19, Saluran Pemasaran *Online*, Usaha Kecil Menengah