

# Evaluasi dan Perancangan Model Bisnis Pada Usaha Dapur Cihuuyy Menggunakan Metode Business Model Canvas

## *Evaluation And Design of Business Models in Cihuuyy's Kitchen Business Using Canvas Model Business Method*

1<sup>st</sup> Almer Ahmad Devison  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

almerahmad@student.telkomuniversity.ac.id

2<sup>nd</sup> Sinta Aryani  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

sintatelu@telkomuniversity.ac.id

3<sup>rd</sup> Meldi Rendra  
Fakultas Rekayasa Industri  
Universitas Telkom  
Bandung, Indonesia

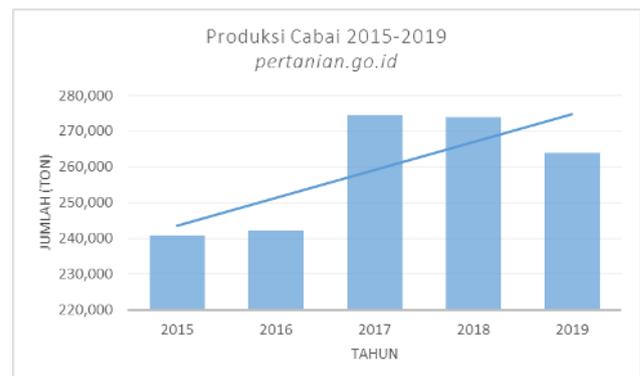
meldirendra@telkomuniversity.ac.id

**Abstrak**— Dapur Cihuuyy merupakan UMKM yang bergerak pada bidang kuliner yang memiliki variasi pilihan menu utama yang terdiri dari olahan daging, olahan sambal, dan olahan minyak bumbu. Namun, pada tahun 2021 trendline hasil pendapatan Dapur Cihuuyy menunjukkan arah menurun. Maka dari itu, diperlukan sebuah evaluasi model bisnis dengan menggunakan pendekatan business model canvas serta analisis SWOT. Hasil dari usulan tersebut bertujuan untuk mengubah dan memperbaiki kondisi bisnis pada blok business model canvas yang terdiri dari penambahan segmentasi konsumen dalam jumlah besar yaitu instansi dan organisasi pada customer segments, pengembangan dan inovasi produk serta penambahan varian rasa yang beragam pada *value proposition*, penambahan product tester pada customer *relationship*, branding oleh key opinion leader pada channels, pembuatan standar produksi pada *key activities*, penetapan *supplier* bahan baku dan kering pada *key partnership*, penambahan sumber daya manusia pada *key resources*, optimalisasi biaya produksi dan pengemasan serta penambahan biaya untuk membuat varian produk yang lebih kecil pada *cost structure*, dan penambahan kerjasama antar bisnis secara *business-to-business* (B2B) pada *revenue streams* yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan dari Dapur Cihuuyy yang mengalami penurunan pendapatan pada tahun 2021.

**Kata kunci**— business model canvas, evaluasi model bisnis, perancangan model bisnis, analisis SWOT

### I. PENDAHULUAN

Dengan melimpahnya keanekaragaman hasil alam, terdapat bumbu yang biasa disajikan dan dikonsumsi hampir setiap hari oleh masyarakat Indonesia dan cabai merupakan salah satu menu wajib tersebut. Tingginya penggunaan dan konsumsi cabai berbanding lurus dengan hasil produksi tahunan yang dihasilkan oleh para petani. Sesuai data Kementerian Pertanian Republik Indonesia, produksi cabai tahunan menunjukkan trendline yang menaik setiap tahunnya menghasilkan hingga ratusan ribu ton



GAMBAR 1 1  
(Grafik Jumlah Produksi Cabai Tahun 2015-2019)

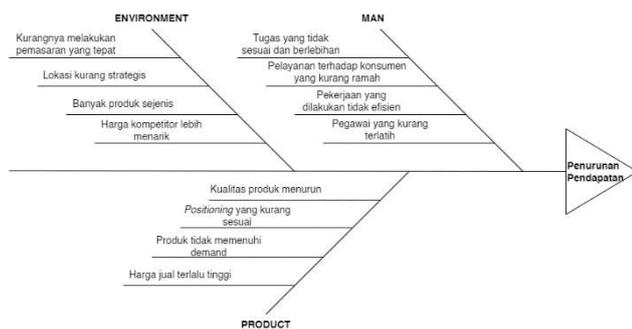
Dengan tingginya minat konsumsi masyarakat terhadap makanan bercita rasa pedas seperti sambal dan melimpahnya hasil cabai setiap tahunnya, membuka peluang yang sangat besar terhadap produk sambal olahan dan membuat banyak masyarakat Indonesia untuk memproduksi dan menjadi produsen sambal olahan. Hal inilah yang menjadi alasan owner Dapur Cihuuyy sebagai pecinta sambal untuk memproduksi dan menjalankan bisnis pada bidang kuliner. Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat produk Dapur Cihuuyy pun menggunakan bahan segar pilihan dan dimasak tanpa menggunakan MSG, sehingga aman dikonsumsi seluruh anggota keluarga.



GAMBAR 2

(Grafik Pendapatan Dapur Cihuyy Tahun 2021)

Setelah owner menjalankan bisnisnya, berdasarkan hasil penjualan pada tahun 2021 mengalami trendline menurun seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.1.2 menunjukkan grafik pendapatan mengalami penurunan. Segala upaya dilakukan untuk mempertahankan dan menaikkan pendapatan pada penjualan Dapur Cihuyy, maka dilakukan identifikasi masalah yang terdapat pada proses bisnis yang telah 3 berjalan agar produk yang dipasarkan dapat tetap bersaing. Bentuk visualisasi akar permasalahan dapat dilihat dalam fishbone berikut:



GAMBAR 3

(Fishbone Diagram Penurunan Pendapatan).

## II. KAJIAN TEORI

### A. Model Bisnis

Pengertian mengenai model bisnis menurut (Osterwalder & Pigneur, 2010) yaitu sebuah deskripsi mengenai alasan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap suatu nilai. Mudah-mudahan, model bisnis digunakan untuk mengetahui bagaimana sebuah bisnis memperoleh keuntungan. [1].

### B. Business Model Canvas

Pengukuran kinerja adalah membandingkan antara hasil Penggunaan Business Model Canvas menurut (Osterwalder & Pigneur, 2010) bertujuan untuk menunjukkan secara visual sederhana mengenai realitas perusahaan dengan proses, struktur, dan sistem yang ada. Dengan kata lain, Business Model Canvas merupakan sebuah informasi mengenai suatu proses bisnis dalam bentuk visual berdasarkan hasil pemetaan yang telah dilakukan menggunakan sembilan blok komponen [1].

### C. Value Proposition Canvas

Komponen yang dimiliki oleh value proposition canvas terdiri dari value map yang berada pada sisi kiri yang berfungsi untuk mengetahui mengenai gambaran nilai proposisi dari model bisnis secara lebih detail dan terstruktur [1].

### D. Business Model Environment

Memiliki dan menjalankan sebuah bisnis pastinya dipengaruhi banyak faktor lingkungan seperti keadaan ekonomi negara hingga konflik dunia yang terjadi. Keadaan lingkungan tersebut mempengaruhi jalannya proses bisnis yang dimiliki, hal ini terkandung pada business model environment yang berguna untuk mengetahui keadaan kondisi luar dari sebuah bisnis dan terbagi menjadi empat bagian yang terdiri dari market forces, industry forces, macro-economic forces dan key trends [1].

### E. SWOT (Strength, Weakness, Opportunities, Threats)

AHP adalah sebuah metode untuk memeringkat alternatif keputusan dan memilih yang terbaik dengan beberapa kriteria. AHP mengembangkan satu nilai numerik untuk memeringkat setiap alternatif keputusan, berdasarkan pada sejauh mana tiap-tiap alternatif memenuhi kriteria pengambil keputusan [1].

### F. Sistem Manajemen Organisasi Industri (SMOI)

Menurut (Stephen P. Robbins dan Mary Coulter, 2017) bahwa manajemen melibatkan suatu pengawasan serta koordinasi pada kegiatan kerja seseorang sehingga kegiatan tersebut dapat diselesaikan dengan baik dan tepat [2].

### G. Job Description

Seperti yang diungkapkan oleh Armstrong yang dikutip oleh Karlina (2019) menjelaskan bahwa "Sebuah deskripsi jabatan menjelaskan hal apa saja yang perlu dilakukan oleh pimpinan dalam melakukan pekerjaan, tugas, dan kegiatannya.". Mudah-mudahan, penggunaan job description memudahkan pemangku suatu jabatan untuk mengerti apa saja yang perlu dilakukan dan syarat-syarat yang dilakukan agar suatu pekerjaan dapat terselesaikan dengan baik [3].

### H. Pelatihan

Sesuai dengan yang dikatakan oleh H. John Bernandian dan Joyce E.A. Russel yang dikutip oleh Yuli (2014) bahwa "Pelatihan merupakan sebuah usaha dengan tujuan untuk memperbaiki performa suatu pekerjaan dalam suatu cakupan" [4].

### I. Manajemen Pemasaran

Dalam suatu bisnis, diperlukan suatu proses pemasaran yang digunakan untuk menganalisa, merencanakan, mengimplementasikan, dan mengendalikan kegiatan pemasaran yang bertujuan untuk mencapai suatu target pada perusahaan. Menurut (Handayani, 2021) [5].

### J. Komunikasi Pemasaran

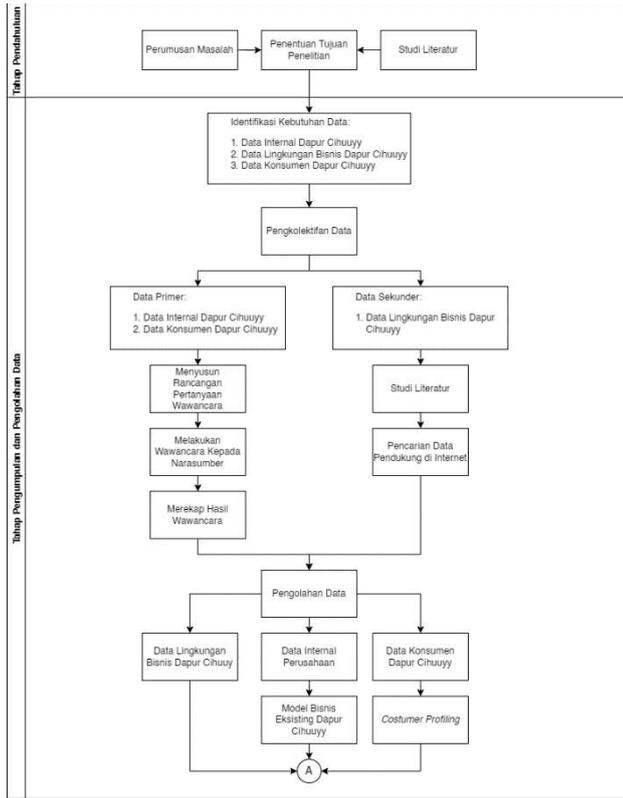
Penggunaan komunikasi pemasaran adalah sebagai sarana yang digunakan suatu perusahaan yang bertujuan untuk menginformasikan, mengingatkan, dan membujuk konsumen baik secara langsung maupun secara tidak langsung terhadap produk yang ditawarkan (Kotler & Keller, 2016). [6].

## III. METODE

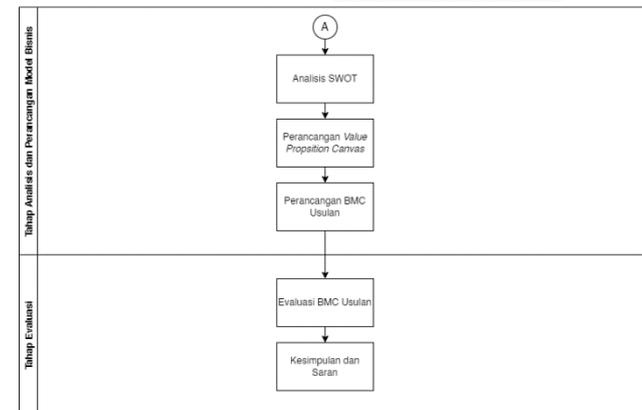
### A. Sistematis Perancangan

Sistematis perancangan merupakan skema yang menggambarkan setiap tahapan dalam melakukan penelitian.

Tahapan penelitian dimulai dari tahap pertama yaitu tahap pengumpulan data, kedua yaitu tahap percangan dan validasi.



GAMBAR 4 (Sistematika Perancangan Tugas Akhir)

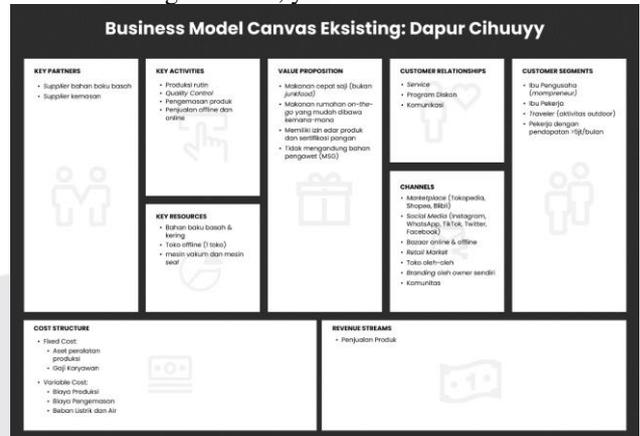


GAMBAR 5 (Sistematika Perancangan Tugas Akhir (Lanjutan))

2.	<i>Value Proposition</i>	Keunggulan dan kelebihan apa saja yang ditawarkan oleh Dapur Cihuyy terhadap konsumen?
3.	<i>Channels</i>	Media apa saja yang digunakan Dapur Cihuyy untuk menjangkau pelanggan baik itu melakukan komunikasi bahkan promosi?
4.	<i>Customer Relationship</i>	Bagaimana cara Dapur Cihuyy untuk menarik pelanggan baru tetapi tetap menjaga loyalitas pelanggan agar kembali membeli produk yang ditawarkan?
5.	<i>Revenue Stream</i>	Apa saja sumber pendapatan yang dimiliki dari Dapur Cihuyy?
6.	<i>Key Resources</i>	Sumber daya apa saja yang dimiliki oleh Dapur Cihuyy untuk memenuhi produksi dan kebutuhan pelanggan harian?
7.	<i>Key Activities</i>	Aktivitas apa saja yang dilakukan untuk menunjang bisnis utama dari Dapur Cihuyy?
8.	<i>Key Partners</i>	Siapa saja mitra yang dimiliki Dapur Cihuyy selama menjalankan bisnis?
9.	<i>Cost Structure</i>	Biaya penting apa saja yang dibutuhkan agar bisnis tetap berjalan dengan lancar?

B. Business Model Canvas Eksisting

Berikut ini merupakan gambaran eksisting dari *business model canvas* pada bisnis Dapur Cihuyy saat ini setelah dilakukan proses pengolahan data berdasarkan hasil wawancara dengan *owner*, yaitu:



GAMBAR 6 (Business Model Canvas Eksisting Dapur Cihuyy)

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Data Model Bisnis Eksisting Perusahaan

Untuk mengetahui data pemetaan model bisnis eksisting dari Dapur Cihuyy diperlukan wawancara untuk mengetahui data internal perusahaan yang menjadi tolak ukur utama dalam pembuatan *business model canvas* eksisting.

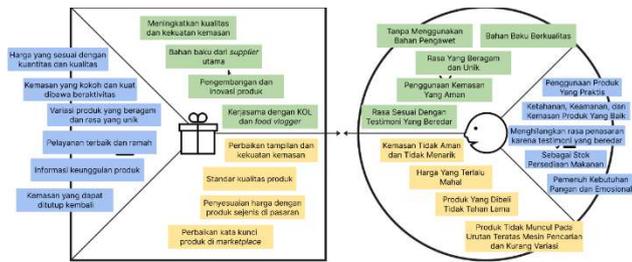
TABEL 1

(Daftar Pertanyaan Wawancara Business Model Canvas Eksisting)

No	Komponen <i>Business Model Canvas</i>	Pertanyaan
1.	<i>Customer Segment</i>	Siapa saja konsumen utama yang dituju dari bisnis ini?

C. *Fit Customer Profile* dengan *Value Map*

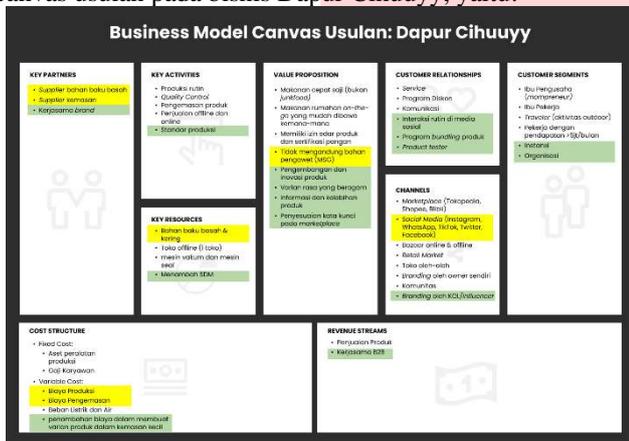
Setelah melakukan proses pemetaan dan memperoleh informasi terkait *customer profile* dan *value map* dari bisnis Dapur Cihuyy, selanjutnya dilakukan proses penyesuaian atau *fit customer profile* dengan *value map* untuk mengetahui kecocokan antara kebutuhan pelanggan dengan produk dan jasa yang ditawarkan. Berikut merupakan hasil *fit customer profile* dengan *value proposition* pada bisnis Dapur Cihuyy, yaitu:



GAMBAR 7 (Fit Customer Profile dengan Value Map)

D. Hasil Rancangan

Setelah melakukan analisis SWOT pada bisnis dan perumusan strategi usulan dengan fit customer profile dengan value proposition, kemudian dapat dilakukan perancangan model bisnis usulan. Pemetaan bertujuan untuk menggambarkan model bisnis usulan untuk bisnis Dapur Cihuuy. Berikut merupakan hasil rancangan business model canvas usulan pada bisnis Dapur Cihuuy, yaitu:



GAMBAR 8 (Business Model Canvas Usulan Dapur Cihuuy)

V. KESIMPULAN

Hasil pengolahan data yang telah dilakukan kemudian dirangkum menjadi sebuah penjabaran mengenai jawaban atas rumusan masalah yang telah ditetapkan pada bagian kesimpulan. Berikut merupakan kesimpulan dari hasil perancangan model bisnis pada Dapur Cihuuy, yaitu:

- A. Perancangan business model canvas eksisting pada bisnis Dapur Cihuuy diperoleh melalui proses wawancara yang dilakukan bersama dengan owner mengenai keadaan bisnis saat ini.
- B. Pengolahan data business model canvas usulan menggunakan informasi yang telah diperoleh, yaitu menggunakan data business model canvas eksisting, customer profile, business environment, identifikasi analisis strength, weakness, opportunity, dan threats (SWOT). Kemudian, dilakukan pemetaan strategi usulan berdasarkan hasil yang diperoleh melalui matrik SWOT tersebut dan dilakukan perancangan value proposition canvas yang kemudian dapat dilakukan proses perancangan business model canvas usulan terhadap bisnis Dapur Cihuuy.

REFERENSI

- [1] Y. P. Alexander Osterwalder, Business Model Generation, John Wiley & Sons, Inc, 2010.
- [2] M. C. Stephen P. Robbins, Management 14E, Pearson Education, 2017.
- [3] N. M. K. Karlina Pitaloka, "PENGARUH JOB DESCRIPTION DAN JOB SPESIFICATION TERHADAP KINERJA KARYAWAN (Suatu Studi Pada PT.Pos Indonesia Cabang Ciamis)," Business Management and Entrepreneurship Journal, p. 44, 2019.
- [4] Y. P. G. B. A. S. Alex Osterwalder, Value Proposition Design, John Wiley & Sons, Inc, 2014.
- [5] M. T. Handayani, "Manajemen pemasaran: Pengertian, tujuan, tugas, dan strateginya," 08 October 2021. [Online]. Available: ekrut.com.
- [6] K. L. K. Philip Kotler, Marketing Management 15th Global Edition, Pearson Education, 2016.