

ABSTRAK

PT Ayam Potong Nusantara (APN) merupakan perusahaan distributor ayam potong segar dengan kualitas ayam broiler premium dengan *tagline*-nya “*broiler premium quality*”. PT APN saat ini memasok kebutuhan daging ayam untuk hotel, restoran, *café*, pabrik olahan daging ayam, instansi pemerintahan dan swasta, sampai pada kebutuhan rumah tangga. Terdapat 5 titik lokasi gudang yaitu Jatiasih, Pondok Aren, Batuceper, Bekasi Utara, dan Pasar Minggu. Namun, penelitian ini berfokus membahas permasalahan yang ada di PT APN Gudang Pondok Aren. Gudang Pondok Aren ini berlokasi di Jl. Bintaro No. 100, Kel. Parigi Baru, Kec. Pd. Aren, Kota Tangerang Selatan. Dalam menjalankan bisnisnya, PT APN Gudang Pondok Aren memiliki permasalahan utama yakni adanya penurunan penjualan yang disebabkan oleh adanya penurunan total pelanggannya. Melalui masalah utama tersebut, didapatkan *fishbone* yang berisi akar- akar permasalahan dari faktor *man, method, facility, information, dan product*. Berdasarkan permasalahan utama dan akar- akar permasalahan, maka untuk mengatasi masalah yang ada pada PT APN perlu dilakukan evaluasi dan perancangan usulan model bisnis baru yang dapat berkontribusi dalam pengembangan bisnis kedepannya.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penyelesaian masalah yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Terdapat landasan teori pendukung seperti teori model bisnis, *Business Model Canvas* (BMC), strategi lingkungan bisnis, analisis SWOT, matriks SWOT, *value proposition canvas*, dan teknik pengambilan data. Tahapan proses penyelesaian masalah ini diawali dengan pendahuluan yang membahas latar belakang, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat penulisan, dan sistematika penulisan. Tahap kedua dilakukan penjabaran landaran teori dengan lanjutan metodologi penelitian. Tahap ketiga dilakukan pengumpulan dan pengolahan data kondisi eksisting perusahaan beserta identifikasi profil pelanggan. Selanjutnya dilakukan analisis mengenai model lingkungan bisnis. Analisis SWOT beserta matriks TOWS dilanjut dengan perancangan *value map*. Lalu, ketika didapatkan strategi usulan, maka dilakukan proses perancangan model bisnis usulan. Terakhir, tahapan analisis hasil rancangan dilakukan perbandingan model bisnis eksisting dan

baru, analisis biaya, verifikasi, validasi, evaluasi, dan menjabarkan rencana implementasi hasil rancangan.

Didapatkan hasil berupa strategi usulan yang dipetakan ke dalam sembilan blok *Business Model Canvas* (BMC). Usulan pada blok *value proposition* ditambahkan nilai mengenai ketangguhan terhadap perubahan regulasi kesehatan dan keamanan pangan. Pada blok *customer segments* terdapat usulan peningkatan pelanggan bisnis. Pada blok *channels* terdapat usulan pengurangan *reseller*, peningkatan pada *marketplace*, dan diciptakan iklan media sosial. Pada blok *customer relationships* terdapat usulan yakni ditingkatkannya layanan chat admin 18 jam, diciptakan edukasi mengenai produk melalui platform digital, diciptakan layanan khusus kustomisasi produk, dan diciptakan sistem *memberships* pada pelanggan bisnis. Pada blok *revenue streams* diciptakan produk ayam berbumbu. Pada blok *key activities* diciptakan pelatihan internal perusahaan. Pada blok *key resources* ditambahkan mesin *vacuum sealer* dan penambahan satu orang tim pemasaran. Pada blok *key partners* ditingkatkan pada bagian peternak ayam dan mengeliminasi perusahaan ekspedisi. Terakhir, pada blok *cost structures* ditingkatkan mengenai biaya tenaga kerja, ditingkatkan mengenai plastik *packaging*, diciptakan mengenai biaya produksi yakni adanya bumbu ayam, dan diciptakan untuk biaya pemasaran.

Usulan *Business Model Canvas* (BMC) yang telah dihasilkan bermanfaat dalam memberikan solusi untuk permasalahan utama melalui usulan berupa penambahan layanan, penambahan produk baru, perubahan metode pengemasan, dan usulan dari segi pemasaran produk.

Kata Kunci: PT APN, *Business Model Canvas* (BMC), *value proposition canvas*.