

STRATEGI PERANCANGAN MODEL BISNIS BARU PADA USAHA WARUNG SAMBAL ONTOHOD DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

NEW BUSINESS MODEL DESIGN STRATEGY IN WARUNG SAMBAL ONTOHOD WITH CANVAS MODEL BUSINESS APPROACH

Aliza Bragasta Lazuardy¹, Budi Praptono², Bobby Hera Sagita³

^{1,2,3}Prodi S1 Teknik Industri, Fakultas Rekayasa Industri, Universitas Telkom

¹Bragastalazuardy@student.telkomuniversity.ac.id, ²budipraptono@telkomuniversity.ac.id,

³bobyhs@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Warung sambal Ontohod merupakan rumah makan sederhana dengan ciri rumah makan khas sunda yang berlokasi di jalan terusan Pasir Koja kota Bandung, Segmen pelanggan yang disasar oleh warung sambal Ontohod saat ini merupakan penduduk di sekitar kota Bandung terutama segmen pelanggan individu. Dalam bisnis, terdapat banyak cara perusahaan untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model bisnis saat ini dan memberikan usulan model bisnis baru pada warung sambal Ontohod menggunakan Business model canvas, model bisnis ini memungkinkan pemetaan dengan menggunakan sembilan blok yang saling berhubungan. Langkah yang diperlukan untuk memetakan model bisnis ini terlebih dahulu melakukan analisis lingkungan bisnis dan membuat Customer Profile. Langkah selanjutnya melakukan analisis SWOT untuk merancang strategi sebagai pertimbangan untuk melakukan perancangan model bisnis. Hasil dari langkah ini digunakan untuk merancang Value Proposition dan Business Model Canvas secara lengkap. Terdapat beberapa perbaikan dalam kesembilan blok model bisnis, yaitu: memperluas customer segmen, mengembangkan value proposition, menambahkan channels dan customer relationship serta melakukan beberapa penyesuaian di blok lain untuk mengembangkan usaha pada bisnis rumah makan tersebut.\

Kata Kunci : Model bisnis, *Business Model Canvas*, Analisis lingkungan bisnis, *Customer profile*, SWOT, *Value propositions Canvas*, Rumah Makan.

Abstract

Warung Sambal Ontohod is a simple restaurant with the characteristics of a Sundanese restaurant located on the terusan Pasir Koja , Bandung city. The customer segment targeted by the Ontohod chili sauce shop is currently residents around the city of Bandung, especially the individual customer segment. In business, there are many ways companies create, deliver, and capture value. This study aims to determine the current business model and to propose a new business model for the Ontohod chili shop using the Business Model Canvas, this business model allows mapping using nine interconnected blocks. The steps needed to map this business model are first to analyze the business environment and create a Customer Profile. The next step is to conduct a SWOT analysis to design a strategy as a consideration for designing a business model. The results of this step are used to design a complete Value Proposition and Business Model Canvas. There are several improvements in the nine blocks of the business model, namely: expanding customer segments, developing value propositions, adding channels and customer relationships and making some adjustments in other blocks to expand the business in the restaurant business.

Keywords: *Business model, Business Model Canvas, business environment analysis, Customer profile, SWOT, Value propositions Canvas, Restaurant.*

1. Pendahuluan

Menurut data Kementerian Koperasi Kecil dan Menengah yang diolah dari data Badan Pusat Statistik untuk perkembangan UMKM di Indonesia mencapai 80% dengan jumlah unit UMKM pada tahun 2017 (62.928.077) unit dan pada tahun 2018 (64.199.606) sehingga total perkembangan unit dari tahun 2017-2018 yaitu 1.271.529 unit UMKM di Indonesia[1]

Persaingan bisnis yang semakin ketat melibatkan industri dibidang kuliner dipicu oleh perubahan pola makan masyarakat kota yang sering makan di luar rumah, dan jumlah penduduk Indonesia yang semakin hari semakin bertambah merupakan daya tarik yang mendorong berbagai kalangan pengusaha untuk melakukan investasi pada bidang kuliner. Dengan semakin bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia khususnya di kota Bandung akan memberikan peluang bagi bisnis rumah makan untuk berkembang. Industri rumah makan merupakan industri yang akan selalu berkembang karena hal ini disebabkan oleh aktivitas masyarakat yang semakin banyak dan cenderung dilakukan di luar rumah, sehingga pada akhirnya memperbesar kemungkinan untuk makan dirumah makan terdekat. Aktivitas makan sudah menjadi gaya hidup seseorang bahkan tidak hanya memenuhi kebutuhan pokok saja, namun menjadi tren seseorang disamping memenuhi rasa laparnya. Bahkan saat ini banyak orang-orang yang berkunjung ke tempat-tempat makan demi memenuhi rasa ingin tahu terhadap rasa makanan yang disajikan, ataupun untuk memenuhi keinginan untuk menghilangkan rasa lapar mereka dengan memesan menu yang mereka inginkan.

Berdasarkan Hasil Observasi wawancara di dapatkan data laba Warung Sambal Ontohod dari bulan Desember 2019 sampai November 2020 dapat dilihat bahwa penjualannya mengalami fluktuasi dan cenderung mengalami penurunan, pada penjualan bulan Desember hingga bulan Maret tren mengalami peningkatan, dan penurunan yang sangat drastis terjadi pada bulan April dan Mei dikarenakan dampak dari pandemi Covid-19 juga adanya pelaksanaan PSBB sehingga kedai dianjurkan untuk mengikuti peraturan pemerintah dengan menutup kedai dan kegiatan jual beli hanya bisa dilakukan dengan sistem take away. Pada bulan Juni mengalami peningkatan penjualan tetapi pada bulan Juli sampai November mengalami penurunan kembali. Hal ini yang menjadi masalah dan harus membutuhkan penanganan yang tepat untuk membuat perusahaan dapat bertahan dan berkembang dengan merancang model bisnis yang dibutuhkan



Permasalahan yang terdapat pada Warung Sambal Ontohod yaitu seperti hal yang pertama, meningkatnya kompetitor yang menawarkan produk dan jasa yang serupa membuat persaingan industri menjadi semakin ketat, sehingga diperlukan perancangan strategi untuk membentuk Value Proposition yang akan diberikan oleh perusahaan terhadap pelanggan agar pelanggan tersebut tetap menggunakan produk dan jasa perusahaan. Kedua, kurang memanfaatkan peluang pasar yang disebabkan oleh kegiatan promosi yang belum bisa dikelola dengan baik, oleh karena itu penjualan produk perusahaan tidak dapat mencapai target sehingga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan dalam bisnis kuliner. Ketiga, sumber daya yang dimiliki Warung Sambal Ontohod yang berakibat pada kegiatan produksi perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik. Keempat, kurangnya pemanfaatan teknologi yang tersedia untuk melakukan pemasaran produk perusahaan. Kelima, penjualan produk yang mengalami fluktuasi yang cenderung menurun yang berdampak pada profit perusahaan. Dari kelima permasalahan utama tersebut menandai bahwa Warung Sambal Ontohod memiliki tantangan yang harus

dihadapi dalam mengatasi masalahnya terutama dalam persaingan industri kuliner dikota Bandung agar dapat mempertahankan eksistensi dalam menghadapi pesaing baru.

Sebuah model bisnis menggambarkan tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. *Business Model Canvas* dapat menggambarkan itu semua dengan menggunakan elemen sembilan blok bangunan[2]

Tujuan dari penelitian ini adalah memetakan dan merancang model bisnis usulan bagi Warung sambal Ontohod menggunakan *business model canvas*, dengan mempertimbangkan model bisnis eksisting, *customer profile*, dan lingkungan bisnis yang dihadapi perusahaan.

2. Metodologi Penelitian

Proses perancangan model bisnis ini terdiri dari sembilan elemen mencakup Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnership dan Cost Structure. Dalam proses penelitian ini yang pertama diperlukan data internal perusahaan, data lingkungan bisnis yang mencakup (Market economy force, Market force, Key Trend, Industry Force) dan Data Konsumen yang akan membentuk data internal dari Warung Sambal Ontohod, lalu setelah mendapatkan data internal maka dapat diketahui pendekatan model bisnis yang terbentuk yaitu Business Model Canvas eksisting Warung Sambal Ontohod yang nantinya dari model bisnis tersebut akan dihasilkan suatu analisis SWOT yang dibutuhkan untuk merancang strategi usulan model bisnis yang baik. Dibutuhkan data *Customer Profilling* dari Warung Sambal Ontohod sehingga akan didapatkan Value Proposition Canvas yang akan digunakan untuk membantu merancang strategi model bisnis.

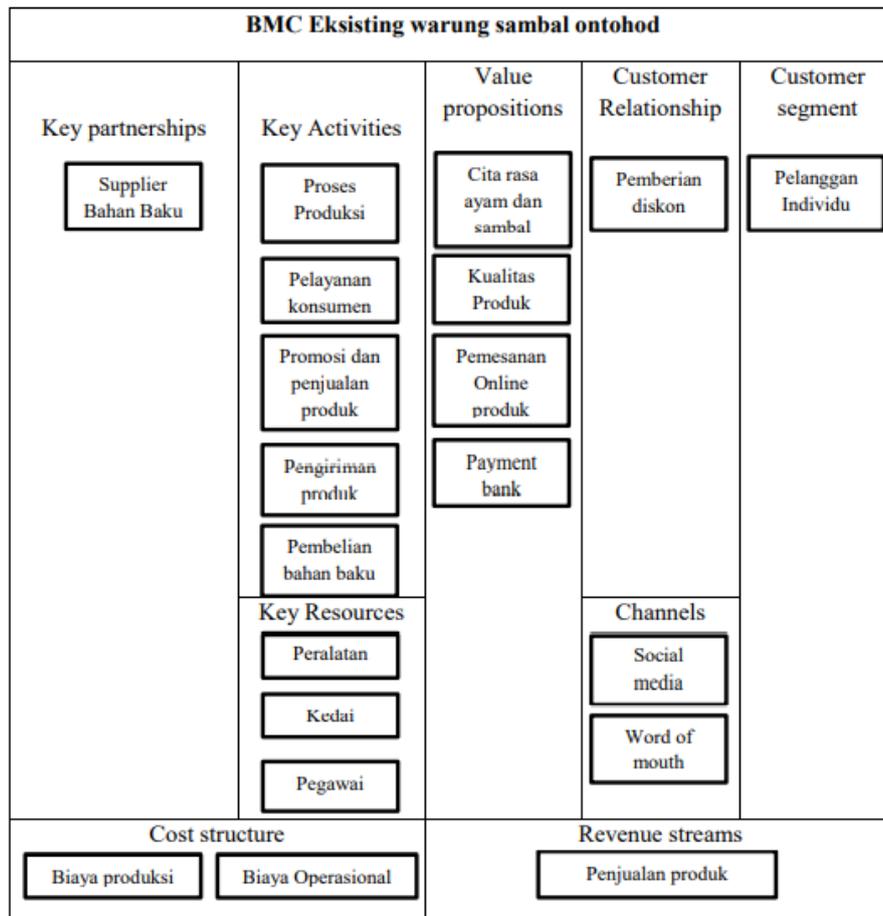
Setelah memperoleh tiga data tersebut kemudian akan masuk ke proses analisa untuk bisa melakukan perancangan konsep model bisnis baru dari Warung Sambal Ontohod. Dilakukan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan yang berasal dari faktor internal Warung Sambal Ontohod maupun peluang dan ancaman yang berasal dari faktor eksternal. Hasil analisis SWOT kemudian akan dikonfirmasi kepada pihak Warung Sambal Ontohod. Jika telah dikonfirmasi, maka faktor-faktor SWOT tersebut akan dikelompokkan menjadi 4 variabel, yaitu *Proposisi nilai, Biaya dan pendapatan, Infrastruktur, dan Hubungan pelanggan*. Lalu, akan dibuat kuesioner dan disebar ke pihak Warung sambal Ontohod untuk melakukan proses pembobotan dan Pemberian Skor untuk menilai setiap elemen SWOT menggunakan skala 1 sampai dengan 5.

Berdasarkan hasil dari proses pembobotan dan Skor, akan dirancang strategi bisnis usulan. Selanjutnya, dari strategi bisnis usulan tersebut dilakukan perancangan *value proposition* untuk memberikan nilai tambah bagi perusahaan sesuai dengan keinginan pelanggan, dimana dilakukan pencocokan antara *value map* dengan *customer profile* [3]. Langkah terakhir yaitu melakukan perancangan *business model canvas* usulan bagi Warung sambal Ontohod. Dalam penelitian ini melaksanakan wawancara agar mendapatkan pendapat langsung dari konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk dari Warung Sambal Ontohod. Pengambilan Wawancara dilakukan dengan menggunakan metode sampling [4]. Teknik sampling yang digunakan yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling. Purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Alasan menggunakan teknik Purposive Sampling karena tidak semua sampel memiliki kriteria yang sesuai dengan fenomena yang diteliti, yang ditentukan menjadi sampel yaitu sebanyak 3 responden pegawai warung sambal ontohod dan 40 responden Customer.

3. Pembahasan

a. Model Bisnis Warung Sambal Ontohod

Pada membuat model bisnis saat ini diperlukan data-data yang diperoleh dengan observasi dan wawancara kepada pemilik Warung Sambal Ontohod, selanjutnya data-data tersebut akan dipetakan ke dalam 9 blok dasar pada *business model canvas*. *Business model canvas* Warung Sambal Ontohod Eksisting dapat dilihat pada gambar 2 di bawah ini.



Gambar 2 Model Bisnis Eksisting

Customer Segments

Warung Sambal Ontohod memiliki 1 segmen pelanggan yaitu segmen pelanggan individu yang terdiri dari Remaja dewasa dan Keluarga .

Value Propositions

Terdapat beberapa nilai yang ditawarkan oleh Warung Sambal Ontohod. Yang pertama yaitu Cita rasa ayam dan sambal yang ditawarkan karena produk yang dihasilkan mempunyai ciri khas dari perusahaan yang merupakan pembeda dari kompetitor lain. Kedua, Kualitas produk Warung Sambal Ontohod diproduksi tidak menggunakan bahan pengawet,mentega dan minyak. Langsung dibalur dengan kecap pilihan dan dipanggang oleh tingkat kematangan yang khas/sempurna. Ketiga ,Pemesanan produk online warung Sambal Ontohod secara online melalui social media. Keempat Payment bank untuk menunjang kemudahan untuk melakukan transaksi dengan menggunakan payment bank seperti alat transaksi Bank BCA/Mandiri.

Customer Relationships

Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan warung sambal ontohod memberikan diskon dengan margin penjualan yang membeli paket makan, mendapatkan potongan harga sebesar 5% sehingga mendapatkan pemotongan harga.

Channels

Terdapat beberapa cara Warung Sambal Ontohod untuk menyampaikan informasi terhadap pelanggan. Yang pertama adalah Social media, menggunakan distribusi social media seperti instagram dan whatsapp. Kedua, Word Of (WOM) Cara ini dinilai cukup efektif karena berinteraksi dengan pelanggan secara langsung dapat memberikan pelayanan dan kualitas produk yang baik sehingga dapat terciptanya suatu kepuasan pelanggan.

Revenue Streams

Arus pendapatan yang didapatkan tergantung dari margin penjualan pada produk.

Key Resources

Warung Sambal Ontohod mempunyai sumber daya utama yang pertama,Peralatan guna untuk menunjang segala kegiatan produksi. Kedua, Pegawai Warung Sambal Ontohod saat ini berjumlah 5 karyawan yang membantu didalam proses bisnis. Ketiga,Kedai Warung Sambal Ontohod yang berlokasi di Jalan Terusan Pasirkoja untuk pelayanan pelanggan yang ingin menikmati hidangan secara langsung di tempat.

Key Activities

Aktivitas yang dilakukan Warung Sambal Ontohod yang pertama, Proses produksi karena aktivitas tersebut dilakukan untuk memenuhi pesanan dari pelanggan. Kedua, Pelayanan konsumen yang datang ke kedai yang dilakukan dengan sebaik mungkin. Ketiga, penjualan produk dan promosi dilakukan disocial media. Keempat, pengiriman Produk terhadap pelanggan yang memesan makan secara online.

Key Partnerships

Warung Sambal Ontohod melakukan hubungan kerja sama dengan mitra untuk memperlancar kegiatan bisnisnya. Mitra yang dimiliki adalah *supplier* bahan baku seperti ayam, beras dan minyak, bahan bumbu, buah-buahan, minuman.

Cost Structure

Biaya yang dikeluarkan oleh Warung Sambal Ontohod terdiri dari biaya operasional dan biaya produksi. Biaya operasional yaitu biaya untuk gaji karyawan, biaya pembayaran listrik, dan biaya perawatan peralatan kompor dan wajan yang digunakan. Sementara biaya produksi yaitu biaya untuk pembelian bahan baku.

b. Customer Profile

Pada pembahasan *customer profile* membahas mengenai kebutuhan dan keluhan yang dirasakan oleh pelanggan yang datang secara langsung ke lokasi warung sambal ontohod. Berikut merupakan Customer Profile pelanggan Warung Sambal Ontohod :

Customer Jobs

Jobs yang dilakukan adalah melakukan pemesanan Offline/online, memenuhi kebutuhan pelanggan, mencari kenikmatan cita rasa dan mencari Produk yang Halal.

Customer Pains

Pains atau hambatan yang terjadi adalah menu yang kurang variatif, tidak terdapat fasilitas ibadah, pelayanan kurang responsif, lahan parkir yang kurang memadai.

Customer Gains

Gains yang diharapkan adalah Menu makanan yang lengkap, kualitas rasa yang baik, memenuhi kepuasan hidangan makanan, Harga terjangkau, serta metode pembayaran yang bervariasi.

c. Analisis Lingkungan Bisnis

Berikut merupakan hasil analisis dari lingkungan bisnis Warung sambal Ontohod:

Market Forces

Market Forces atau kekuatan pasar merupakan bagian dari lingkungan model bisnis yang memberikan gambaran pengaruh kekuatan pasar terhadap bisnis model perusahaan. Ekonomi digital semakin berkembang hasil penelusuran ekonomi digital saat ini sedang berkembang, seperti yang didapatkan dari sumber mengatakan potensi industri e-commerce di Indonesia memang tidak dapat dipandang sebelah mata. Dari data analisis Ernst & Young, dapat dilihat pertumbuhan nilai penjualan bisnis online di tanah air setiap tahun meningkat 40 persen. Ada sekitar 93,4 juta pengguna internet dan 71 juta pengguna perangkat telepon pintar di Indonesia [5].

Kedua adalah segmen pasar Warung Sambal Ontohod memiliki segmen yaitu pelanggan yang berada disekitar kota Bandung mulai dari kalangan anak-anak hingga dewasa. Segmen pelanggan tersebut dapat memesan produk yang tersedia di Warung Sambal Ontohod.

Ketiga adalah Kemudahan dalam transaksi digital Ditengah pandemi transaksi digital sangat diperlukan karena dengan adanya transaksi digital konsumen tidak harus melakukan aktivitas secara langsung begitu pula menurut sumber yang didapatkan.

Keempat adalah Keamanan dalam melakukan transaksi digital Selain dalam kemudahan dalam melakukan transaksi digital di era pandemi ini transaksi digital sangat diperlukan maka dari itu kepentingan keamanan dalam transaksi digital menjadi faktor utama dalam menjalankan sebuah bisnis.

Kelima adalah Pemberian diskon ditengah pandemi covid-19, dengan memanfaatkan pemberian diskon ini diperlukan untuk bisa memberikan diskon atau promo namun tentunya tidak bisa sembarangan.

Keenam adalah Pemesanan makanan online sedang berkembang dikarenakan terjadinya pandemi menurut sumber yang didapatkan Food Delivery atau jasa antar makanan kini makin digemari.

Industry Forces

Industry Forces merupakan bagian dari lingkungan model bisnis yang memberikan gambaran pengaruh kekuatan industri terhadap model bisnis lingkungan Warung Sambal Ontohod. Yang pertama yaitu Pesaing serta produk dan jasa pengganti dapat menimbulkan persaingan yang menyebabkan ancaman terhadap perusahaan.

Yang kedua adalah Pemasok dan pelaku value chain, pemasok utama warung Sambal Ontohod yaitu dari Pasar Cicadas dan Pasar Andir.

Yang ketiga adalah *stakeholder* yang berpengaruh dalam kegiatan bisnis yaitu jasa pengiriman Warung Sambal Ontohod sendiri sudah menggunakan berbagai jasa layanan pengiriman yang ada dan terus menjaga kepercayaan pelanggan dengan melakukan survei pasar terkait jasa pengiriman tersebut.

Key Trends

Key trends atau tren kunci adalah bagian dari lingkungan model bisnis yang menjelaskan terdapat pengaruh dari tren di masyarakat atau di pasar bagi Warung Sambal Ontohod yang terdiri dari beberapa faktor. Yang pertama Perkembangan market retail yang berkembang, Perkembangan ritel makanan di Indonesia sedang meningkat menurut sumber yang didapatkan Ketua Umum Himpunan Penyewa Pusat Perbelanjaan Indonesia (Hippindo) Budihardjo Iduansjah berujar, sejak 3 tahun terakhir, peritel dari segmen makanan dan minuman (mamin) atau foods and beverages (F&B) berhasil mencatatkan pertumbuhan pendapatan hingga 18%. [6]

Kedua adalah tren regulasi yang ada di Indonesia. Kebijakan pemerintah terhadap rumah makan ditengah pandemic kebijakan pemerintah terhadap usaha rumah makan ditengah pandemi Covid-19, telah tertera pada surat Edaran Kementerian Perdagangan Nomor 12 Tahun 2020 Tentang Pemulihan Aktivitas Perdagangan Yang Dilakukan Pada Masa Pandemi Corona Virus Disease 2019 (Covid-19) Dan New Normal (SE Kemendag No 12/2020), memberikan persyaratan yang harus dipenuhi oleh pelaku usaha warung makan/restoran/kafe yang ingin beroperasi kembali. Pada UU no 2008 mengatur pemberdayaan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yaitu mewujudkan struktur perekonomian nasional yang seimbang, berkembang, dan berkeadilan. Pada UU no 2014 Pada undang-undang ini tentang Perindustrian adalah tatanan dan segala kegiatan yang bertalian dengan kegiatan industri. Pada UU No 7 2014 Pada undang-undang ini mengatur mengenai perdagangan yang terdiri dari pengaman pembangunan nasional di bidang ekonomi yang disusun dan dilaksanakan untuk bisa memajukan perekonomian nasional dan kesejahteraan umum melalui pelaksanaan demokrasi ekonomi dengan prinsip kebersamaan, efisiensi berkeadilan, berkelanjutan, berwawasan lingkungan, kemandirian, dan keseimbangan kemajuan dan kesatuan ekonomi nasional

Ketiga adalah tren masyarakat dan budaya seperti Perilaku masyarakat memesan makanan secara online perilaku ini sangat lah membantu, menurut Kepala BPS Suhariyanto mengungkapkan hal ini merupakan bukti adanya peralihan pola konsumsi rumah tangga. Gaya hidup Konsumtif perilaku konsumtif terjadi karena ingin tampak berbeda dengan ikut-ikutan hal tersebut yang menjadi dasar mengapa remaja berperilaku konsumtif. [7].

Kemempat adalah tren sosio-ekonomi dimana dampak corona virus terhadap food and bavarage Industri F&B merupakan industri yang paling terdampak COVID-19, melihat dampaknya yang tersebar paling banyak.

Macro Economic Forces

Macro economic forces bertujuan untuk menjelaskan bahwa lingkungan bisnis Warung Sambal Ontohod dapat dipengaruhi oleh kekuatan ekonomi makro yang terdiri dari beberapa faktor. Faktor pertama adalah Perkembangan pasar global, Pemerintah di sejumlah kesempatan sudah menyatakan bahwa ekonomi Indonesia sepanjang 2019 hanya mampu tumbuh di kisaran 5,04% -5,07% di bawah target APBN sebesar 5,3%.

Kedua Perkembangan pasar modal Perkembangan pasar modal saat ini bergejolak semenjak Pandemi Covid19.

Ketiga adalah Komoditas dan Sumber daya Komoditas ekspor Indonesia tentunya memiliki peranan yang sangat penting karena harus bisa menjaga neraca perdangan negara agar terhindar dari deficit walaupun ditengah pandemi seperti ini ekspor barang harus terus dilakukan. Pembangunan objek wisata dikota Bandung Menurut informasi yang didapatkan wisata kota Bandung saat ini sedang dikembangkan salah satunya terdapat pemabangunan wisata kebun binatang di gedebage kota bandung (Money.kompas.com, 2020).

d. Analisis SWOT dan Strategi

Setelah melakukan analisis pada *business model canvas* Eksisting, *customer profile*, dan analisis lingkungan bisnis, selanjutnya ketiga data tersebut digunakan untuk melakukan analisis SWOT dan penyusunan strategi usulan. Berikut merupakan hasil analisis SWOT beserta strategi usulan untuk Warung Sambal Ontohod:

Matrix SWOT menentukan Strategi SWOT Variabel Value Proposition

Variabel *value proposition* pada kuadran diversifikasi besar-besaran (S-T) hasil dari analisis diketahui perusahaan memerlukan strategi diversifikasi besar-besaran terhadap produk. Diversifikasi dalam bisnis juga merupakan tahap ekspansi perusahaan terhadap kualitas produk dan layanan.

Matrix SWOT menentukan Strategi SWOT Variabel Hubungan Pelanggan

Variabel hubungan pelanggan pada variabel hubungan pelanggan berada pada kuadran Pertumbuhan cepat (S-O) yang berada kuadran Pertumbuhan cepat sendiri merupakan suatu strategi pengembangan perusahaan dengan cara melakukan peningkatan pada program layanan dan variasi pasar, selain meningkatkan pertumbuhan cepat juga memerlukan menciptakan program perusahaan didalam variabel hubungan pelanggan

Posisi dan Strategi SWOT Variabel Biaya dan Pendapatan

Variabel biaya dan pendapatan pada variabel biaya dan pendapatan berada pada kuadran Pertumbuhan stabil (S-O) Dalam hal ini perlu adanya pertumbuhan stabil dari perusahaan, selain itu dalam bisnis perusahaan perlu adanya ekspansi terhadap biaya dan pendapatan.

Posisi dan Strategi SWOT Variabel Infrastruktur

Variabel infrastruktur pada variabel infrastruktur berada pada kuadran pertumbuhan cepat (S-O) Hasil ini menunjukkan bahwa perusahaan harus mengambil langkah untuk bisa melakukan pertumbuhan secara cepat terhadap produk maupun layanan dari perusahaan

Value Proposition

Berdasarkan strategi usulan dari analisis SWOT, berikut merupakan *value proposition* Warung Sambal Ontohod:

Pain Relievers

Pain relievers mendeskripsikan bagaimana produk atau jasa yang ditawarkan dapat meringankan penderitaan konsumen. Berdasarkan pains yang sudah didapatkan dari perusahaan pada data profil konsumen yaitu yang pertama, menu makanan yang kurang variatif yang harus dilakukan perusahaan yaitu dengan menambahkan variasi terhadap menu seperti terdapat ayam, bebek, ikan, sayur-sayuran dan frozen food. Kedua, tidak terdapat fasilitas untuk penunjang ibadah dengan memenuhi kebutuhan yang pelanggan perlu menambahkan fasilitas ibadah serta peralatan yang dibutuhkan untuk melakukan ibadah. Ketiga, pelayanan kurang responsif dapat ditangani dengan memunculkan pelayanan yang responsif dan teliti serta menambahkan customer service bagi pelanggan yang ingin memberikan kritik dan saran. Keempat, lahan parkir yang kurang memadai dapat ditangani dengan membangun lahan parkir yang lebih luas dan memisahkan antara parkir kendaraan roda 2 dan roda 4.

Gain Creators

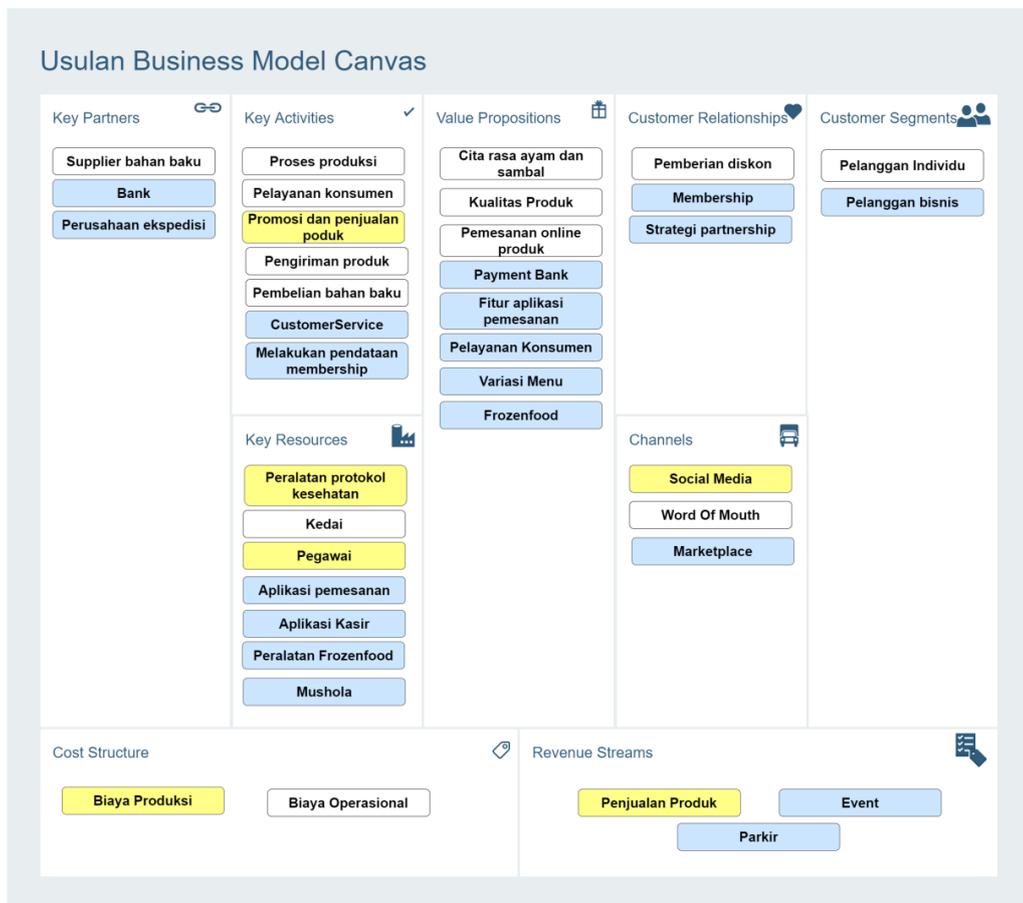
Gain creators mendeskripsikan bagaimana produk atau jasa dapat menciptakan keuntungan bagi konsumen. Berdasarkan gains yang diharapkan oleh perusahaan pada data profil konsumen yaitu pertama, menu makanan yang lengkap dengan menambahkan variasi menu seperti terdapat ayam, bebek, ikan, sayur-sayuran serta frozen food. Kedua, kualitas rasa yang baik dengan meningkatkan kualitas rasa dan memberikan ciri khas yang berbeda dengan kompetitornya. Ketiga, memenuhi kepuasan hidangan makanan dengan meningkatkan daya tarik terhadap hidangan yang disajikan terhadap konsumen yang melakukan pemesanan secara offline maupun didalam segi pengemasan pemesanan online yang didesain sebaik mungkin dan menggunakan bahan yang tidak mudah rusak yang dapat mengurangi kualitas produk. Keempat, harga yang terjangkau dengan memperthankan harga yang tetap terjangkau dengan target pasar yang disasar dan memberikan strategi membership untuk pelanggan setia dan terbiasa makan di warung sambal ontohod seperti pekerja kantor yang melakukan pembelian produk berulang pada satu minggu tersebut agar mendapatkan harga yang khusus. Kelima, metode pembayaran yang bervariasi dengan menambahkan dan memanfaatkan fitur-fitur cashless yang tersedia seperti penggunaan DANA, OVO, ShopeePay, Go-Pay dll untuk memberikan kebutuhan didalam transaksi pembayaran

Product and Services

Product and services yang ditawarkan dari warung sambal ontohod berdasarkan pain reliever dan gain creators yang telah dibuat sebelumnya adalah memberikan kenyamanan serta kepuasan terhadap konsumen dengan biaya yang rendah. Strategi membership untuk pelanggan yang melakukan pembelian berulang dengan memberikan harga yang terjangkau sesuai dengan gains yang didapatkan dari konsumen. Penambahan variasi menu yang ditawarkan dan membuat Frozen food agar penjualan produk dapat menggunakan marketplace dan pengiriman jarak jauh agar makanan masih tetap segar. Serta menciptakan fasilitas penunjang bagi pelanggan seperti lahan parkir yang ditata ulang dan fasilitas dan peralatan ibadah.

e. Perancangan Model Bisnis Usulan

Perancangan Usulan *Business Model Canvas* yaitu untuk memvisualisasikan ide-ide dari model bisnis yang akan dirancang. Langkah selanjutnya adalah merancang 9 blok dasar pada *business model canvas* sehingga menjadi model bisnis usulan[8]



Gambar 3 Model Bisnis Usulan

*Keterangan : Diciptakan, Ditingkatkan, Tetap

Customer Segments

Segmen pelanggan yang dimiliki Warung Sambal Ontohod terdiri dari anak-anak, remaja, dewasa, dan keluarga. Menciptakan pelanggan bisnis seperti mempunyai franchise dan reseller maupun pemasok terhadap event

Value Propositions

Terdapat beberapa penambahan nilai yang ditawarkan oleh Warung sambal ontohod seperti Cita rasa produk, kualitas Produk, pemesanan online produk, payment bank, fitur aplikasi pemesanan, Menciptakan pelayanan konsumen, Menciptakan penambahan lahan parkir, Menciptakan Variasi menu, Menciptakan Frozenfood

Customer Relationships

Customer relationships yang diperlukan yaitu Pemberian diskon, menciptakan membership untuk pelanggan loyal atau melakukan produk secara berulang, Menciptakan strategi partnership seperti penambahan fitur cashless terhadap transaksi pembayaran

Channels

Terdapat beberapa saluran yang perlu diperbaharui di antaranya adalah meningkatkan dan menciptakan penggunaan social media seperti facebook, instagram, whatsapp bisnis, aplikasi pemesanan. Word of mout (WOM), Menciptakan Marketplace karena mengusulkan produk frozenfood.

Revenue Streams

Pendapatan dapat diperoleh melalui peningkatan penjualan produk, menciptakan pasar terhadap event, jasa Parkir karena telah memberikan usulan terhadap penambahan lahan parkir.

Key Resources

Berdasarkan hasil terdapat beberapa yang perlu diciptakan aplikasi pemesanan Guna menambahkan value propositions sekaligus branding perusahaan, Menciptakan aplikasi kasir untuk mempermudah merekap data hasil penjualan, mencetak invoice penjualan, serta dapat mengetahui hasil kinerja kasir, Menambahkan mushola, fasilitas dan peralatan untuk beribadah untuk menunjang fasilitas yang dibutuhkan pelanggan.

Key Activities

Terdapat beberapa aktivitas yang perlu ditingkatkan maupun ditambahkan seperti meningkatkan atau memperkuat strategi promosi untuk memperluas jangkauan pelanggan, Menciptakan fitur customer service melalui fitur chat. Agar konsumen dapat menyampaikan keluhan dan saran untuk dijadikan evaluasi perusahaan, Melakukan proses pendataan *membership* Karena dengan menambahkan usulan *membership* maka aktivitas perusahaan bertambah dengan melakukan pendataan konsumen *membership*.

Key Partnerships

Terdapat beberapa mitra yang perlu ditingkatkan dan ditambahkan, Karena dengan menambahkan usulan pada value proposition serta penambahan fasilitas penunjang untuk konsumen sehingga perlu memikirkan modal untuk memenuhi usulan tersebut perlu menambahkan mitra Bank. melakukan kerjasama dengan perusahaan perusahaan ekspedisi guna memenuhi kebutuhan pelanggan yang memesan *Frozenfood*.

Cost Structure

Dalam menerapkan strategi usulan yang dilakukan akan mempengaruhi struktur biaya pada Warung Sambal Ontohod seperti penambahan untuk biaya produksi pada produksi *frozenfood*.

4. Diskusi

Pada *business model canvas* usulan terdapat strategi yang dapat mengatasi permasalahan yang dihadapi dengan menciptakan segmen pelanggan baru sehingga dapat mengatasi permasalahan pendapatan dan penjualan yang menurun. Terdapat proposisi nilai yang baru untuk menarik minat pelanggan dalam bertransaksi dan menjaga loyalitas pelanggan agar tidak beralih ke pesaing. Aktivitas kunci, mitra kerja, dan sumber daya pada Warung Sambal Ontohod terdapat peningkatan dan penambahan sehingga mempengaruhi struktur biaya yang dikeluarkan. Hal tersebut menjadi perhatian Warung Sambal Ontohod dalam menjalankan model bisnis usulan., Warung Sambal Ontohod dapat lebih bersaing secara kompetitif dan dapat menghadapi perubahan lingkungan bisnisnya.

REFERENSI

- [1].BPS Statistik (2017). Unit Kementrian Koperasi Kecil dan Menengah
- [2].Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. NEW JERSEY: John Wiley & Sons,inc
- [3]. A. Osterwalder, Y. P. G. Bernarda and A. Smith, Value Proposition Design, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc., 2014.
- [4]. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. NEW JERSEY: John Wiley&Sons,inc
- [5].kominfo.go.id. (2015, november 22). Indonesia Akan Jadi Pemain Ekonomi Digital Terbesar di Asia Tenggara. Dipetik Desember 11, 2020,
- [6].bisnis.com. (2019, maret 19). Kumpul Tak Kumpul Asal Makan : PertumbuhanPesat Ritel F&B. Dipetik desember 11, 2020
- [7].Assuari. (2014, oktober 31). Tren Gaya Hidup Konsumtif. Dipetik desember 15, 2020, dari wartakota.tribunnews.com
- [8]. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. NEW JERSEY: John Wiley & Sons,inc

