

**ANALISIS BISNIS *COOKIES & CATERING* MENGGUNAKAN
PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)*: STUDI PADA UMK
“RNR *COOKIES & CATERING*” DI KOTA CIMAHI**

***BUSINESS ANALYSIS *COOKIES & CATERING* USING *BUSINESS MODEL
CANVAS (BMC)* AT UMK “RNR *COOKIES & CATERING*” CIMAHI CITY***

Dicky Ardian¹⁾, Dr. Ida Nurnida, MM.²⁾

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom^{1,2)}

ardiandicky1@gmail.com¹⁾, idanurnida@gmail.com²⁾

Abstrask

Pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) seperti sekarang ini, sangatlah diperlukan masyarakat-masyarakat yang kreatif dan inovatif dalam bidang ekonomi untuk memenuhi segala kebutuhan yang ada di masyarakat dan membantu pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada di lingkungan masyarakat. wirausaha-wirausaha yang kreatif dan inovatif seperti RnR Cookies & Catering dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memetakan operasional bisnis industri kuliner rumahan dengan studi pada “RnR Cookies & Catering” dengan pendekatan *Business Model Canvas*. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan analisis sembilan blok *Business Model Canvas*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa bisnis model kanvas RnR Cookies & Catering terdapat aspek yang masih lemah pada RnR Cookies & Catering yang perlu diperbaharui, yaitu dari aspek *Channel* yaitu belum adanya toko resmi atau toko offline yang akan berpeluang untuk meningkatkan penjualan, bekerja sama dengan *Event organizer* dan beberapa platform ojek online seperti Grabfood dan Gofood serta meningkatkan promosi melalui sosial media seperti instagram dan youtube dengan mengendorse beberapa influencer. Aspek *Key Resource* yang masih lemah karena terbatasnya jumlah tenaga kerja dari RnR Cookies & Catering. Aspek *Value Proposition* dengan menambahkan produk yang bisa di konsumsi sehari-hari dalam jumlah yang kecil oleh konsumen, membuat *design packaging box* dengan merek RnR Cookies & Catering agar merek mudah diingat dan mendaftarkan produk-produk pada MUI dan BPOM agar dapat meningkatkan kepercayaan konsumen. Serta aspek *Key Activity* dengan membuat database pelanggan agar lebih terstruktur dalam jumlah pengeluaran dan penjualan.

Kata Kunci: Bisnis Model, Bisnis Model Canvas, Bisnis Kuliner, Industri Kreatif

Abstract

In the era of the ASEAN Economic Community (AEC) as it is now, it is very necessary that creative and innovative societies in the economic field meet all the needs that exist in society and assist the government in solving problems that exist within the community. Creative and innovative entrepreneurs such as RnR Cookies & Catering can reduce unemployment and improve people's economic well-being.

The purpose of this research is to describe and map the operational business of the home culinary industry with a study on "RnR Cookies & Catering" with the Business Model Canvas approach. The research method used is a qualitative descriptive analysis using nine Business Model Canvas blocks analysis.

The results showed that the business model of the canvas contained aspects that were still weak in RnR Cookies & Catering which needed to be updated, namely from the Channel aspect that there were no official or offline stores that would have the opportunity to increase sales, collaborate with Event organizers and several online motorcycle taxi platforms such as Grabfood and Gofood and increase promotion through social media such as Instagram and YouTube by endorsing several influencers. The Key Resource aspect is still weak due to the limited number of workers from RnR Cookies & Catering. Value Proposition aspects by adding products that can be consumed daily in small quantities by consumers, making design packaging boxes with RnR Cookies & Catering brands so that brands are easy to remember and registering products in MUI and BPOM in order to increase consumer confidence. As well as aspects of Key Activity by making a customer database to be more structured in the amount of expenditure and sales.

Keywords: Business Model, Business Model Canvas, Culinary Business, Creative Industry

I. Pendahuluan

Krisis ekonomi yang masih melanda negeri ini menyebabkan tingkat pengangguran yang tinggi, karena perusahaan harus efisien dalam menggunakan sumber dayanya, termasuk rekrutasi pegawai. Pada sisi lain, kebutuhan manusia terus mendesak hingga akhirnya manusia mencari jalan untuk keluar dari masalah perekonomiannya agar dapat memenuhi kebutuhan. Mereka berusaha mencari peluang kerja yang sesuai dengan kemampuan mereka. Akan tetapi sangat kecil harapan mereka dalam mendapatkan kesempatan kerja karena perusahaan-perusahaan mulai dari perusahaan kecil hingga perusahaan besar pun berupaya mencegah kebangkrutan dengan cara mengurangi tenaga kerja bukan menambah tenaga kerja, selain itu tingkat persaingan diantara mereka sangatlah tinggi. Hal ini menyebabkan para pengangguran kesulitan untuk lepas dari statusnya sebagai pengangguran.

Pada era Masyarakat Ekonomi ASEAN (MEA) seperti sekarang ini, sangatlah diperlukan masyarakat-masyarakat yang kreatif dan inovatif dalam bidang ekonomi untuk memenuhi segala kebutuhan yang ada di masyarakat dan membantu pemerintah dalam menyelesaikan permasalahan yang ada dilingkungan masyarakat seperti pengangguran. *Association of South East Asia Nation* (ASEAN) adalah perkumpulan negara-negara dikawasan Asia Tenggara yang dibentuk untuk mewujudkan berbagai kerjasama antar negara dikawasan ini, khususnya dibidang ekonomi. Bermunculan wirausaha-wirausaha yang kreatif dan inovatif dapat mengurangi pengangguran dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat dinegara ini.

Pengertian dari MEA sendiri adalah sebuah sistem perekonomian yang melibatkan kerja sama antar negara-negara ASEAN. Sistem ini mengakibatkan adanya pola perdagangan lebih bebas di antara negara-negara tersebut, yang dalam bahasa lain, MEA dikenal dengan istilah AEC (*ASEAN Economy Community*).

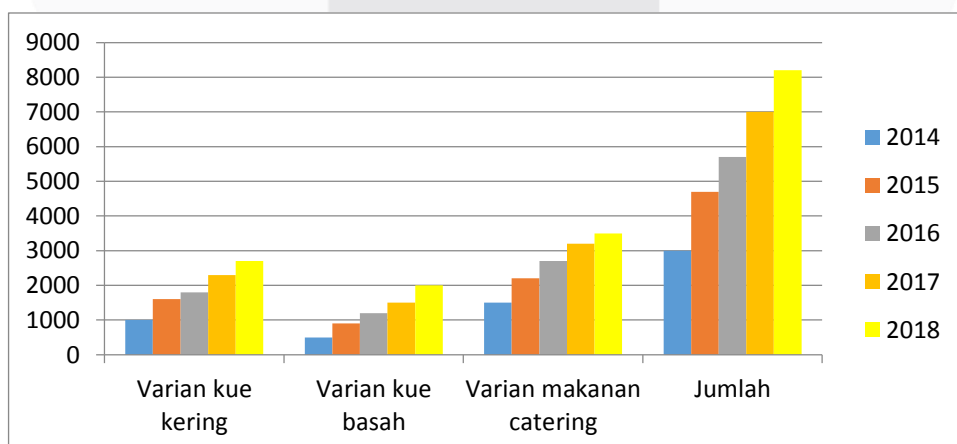
MEA sendiri dibentuk dengan tujuan sebagai upaya dalam membantu pertumbuhan perekonomian negara ASEAN. Sehingga setiap negara ASEAN yang ada mampu memiliki perekonomian yang stabil, makmur, dan juga berdaya saing. Masyarakat ekonomi ASEAN sendiri memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Memiliki kawasan perekonomian yang kompetitif, sehingga dapat menumbuhkan daya saing ekonomi setiap negara.
2. Memiliki kawasan pembangunan perekonomian merata
3. Semua negara ASEAN akan terintegrasi dalam sebuah pasar Global

Dilihat dari tiga ciri-ciri diatas diperlukan banyaknya Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah yang berkembang dan berkualitas untuk mengurangi tingginya tingkat pengangguran dan memenuhi kriteria MEA agar dapat bersaing dalam pasar global. RnR Cookies & Catering adalah salah satu jenis usaha berskala mikro dengan omset rata-rata Rp.338.000.000 per tahun. Berdasarkan UU No 20/2008 jika jumlah omset lebih dari Rp.300.000.000 sampai dengan Rp.2.500.000.000 maka termasuk ke dalam kriteria usaha kecil. RnR Cookies & Catering sebagai salah satu unit Usaha Mikro yang merupakan bagian dari usaha berskala mikro, kecil dan menengah (UMKM). Berikut adalah:

TABEL 1.1 JUMLAH PENJUALAN RnR COOKIES & CATERING TAHUN 2014-2018

(dalam satuan toples/pack)



RnR Cookies & Catering adalah salah satu unit dari banyaknya Usaha Mikro yang telah berkembang cukup pesat di Indonesia. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya penjualan dan omset beberapa tahun terakhir yang semakin meningkat sebagaimana dapat dilihat pada tabel 1.1 . Banyaknya pesaing baru yang lebih inovatif dan meningkatnya jumlah unit usaha di sektor kuliner, maka akan sangat mempengaruhi RnR Cookies & Catering mengalami penurunan dalam usahanya.

Peneliti akan melakukan analisis dengan metode Business Model Canvas karena peneliti menganggap metode ini merupakan cara yang paling tepat untuk melakukan mapping atau gambaran kondisi existing (sekarang) terhadap usaha yang sedang berjalan agar dapat menjadi usaha yang lebih maju dan berkembang dengan sembilan blok terpisah yang akan membuat usaha menjadi lebih terstruktur dalam segi apapun. Peneliti menggunakan metode analisis Business Model Canvas untuk memberikan usulan pengembangan usaha. Pendekatan yang digunakan dalam pengembangan model bisnis adalah pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Model bisnis ini dikembangkan oleh Alexander Osterwalder & Yves Pigneur yang disajikan dalam bentuk visual berupa suatu kanvas lukisan sehingga mudah untuk dimengerti oleh pembaca yang memungkinkan perusahaan untuk mendeskripsikan bisnisnya. *Business Model Canvas* (BMC) terdiri dari sembilan elemen yaitu *Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Cost Structure, Key Resource, Key Activity, Revenue Stream, Key Partner*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Strategi

Menurut Pearce dan Robinson (2011: 5) manajemen strategi adalah cara dalam melakukan tindakan untuk menghasilkan formulasi strategi dan mengimplementasikan dari apa yang telah direncanakan untuk tujuan perusahaan.

2.2 Macam-Macam Strategi

Menurut David (2009, 252) Strategi dikelompokkan menjadi 4 kelompok strategi berdasarkan model strategi generic, yaitu:

- a. Strategi Integrasi: Strategi ini menghendaki agar perusahaan melakukan pengawasan yang lebih terhadap distributor, pemasok dan para pesaingnya
 - 1) Strategi Integrasi Kedepan: Strategi ini menghendaki agar perusahaan mempunyai kemampuan yang besar terhadap pengendalian para distributor.
 - 2) Strategi Integrasi Kebelakang: Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pemasok perusahaan.
 - 3) Strategi Integrasi Horizontal: Strategi yang mengupayakan kepemilikan atau kendali yang lebih besar atas pesaing perusahaannya.
- b. Strategi Intensif: Strategi ini memerlukan usaha-usaha yang intensif untuk meningkatkan posisi persaingan perusahaan melalui produk yang ada
 - 1) Strategi Penetrasi Pasar: Strategi yang mengusahakan peningkatan pangsa pasar untuk produk atau jasa yang ada dipasar saat ini melalui upaya-upaya pemasaran yang lebih besar.
 - 2) Strategi Pengembangan Pasar: Strategi ini bertujuan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang ada ke daerah-daerah yang secara geografis merupakan daerah baru.
 - 3) Strategi Pengembangan Produk: Strategi yang mengupayakan peningkatan penjualan dengan cara memperbaiki atau memodifikasi produk atau jasa yang ada saat ini.
- c. Strategi Diversifikasi: Strategi ini dimaksudkan untuk menambah produk baru
 - 1) Strategi Diversifikasi Terkait: Bisnis dikatakan terkait ketika rantai nilai bisnis memiliki kesesuaian strategis lintas bisnis yang bernilai secara kompetitif
 - 2) Strategi Diversifikasi Tak Terkait: Bisnis dikatakan tak terkait ketika rantai nilai bisnis sangat tidak mirip
- d. Strategi Bertahan: Strategi ini dilakukan untuk menyelamatkan perusahaan agar terlepas dari kerugian yang lebih besar
 - 1) Strategi Penciutan: Strategi ini dilakukan melalui reduksi biaya dan asset perusahaan
 - 2) Strategi Divestasi: Pengurangan salah satu divisi
 - 3) Strategi Likuidasi: Strategi ini melakukan sebuah pengakuan dari suatu kegagalan

2.3 Model Bisnis

Secara umum, model bisnis adalah suatu cara yang paling mudah dan sederhana untuk menggambarkan bisnis yang Anda pikirkan. Biasanya model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana sebuah perusahaan menciptakan nilai-nilai sosial, ekonomi atau bentuk nilai lainnya.

Osterwalder dan Pigneur (2012:14), menyatakan bahwa “sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai”.

2.4 Business Model Canvas

Berdasarkan apa yang tercantum dalam bukunya, *Business Model Generation* (Pigneur, 2012) dijelaskan bahwa *Business Model Canvas* adalah media untuk menciptakan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis. Terdapat sembilan blok bangunan dasar yang memperlihatkan aspek-aspek tertentu tentang bagaimana cara perusahaan menjalankan kegiatannya untuk memperoleh keuntungan. Kesembilan blok tersebut terdiri dari segmen pelanggan, proporsi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama, dan struktur biaya.

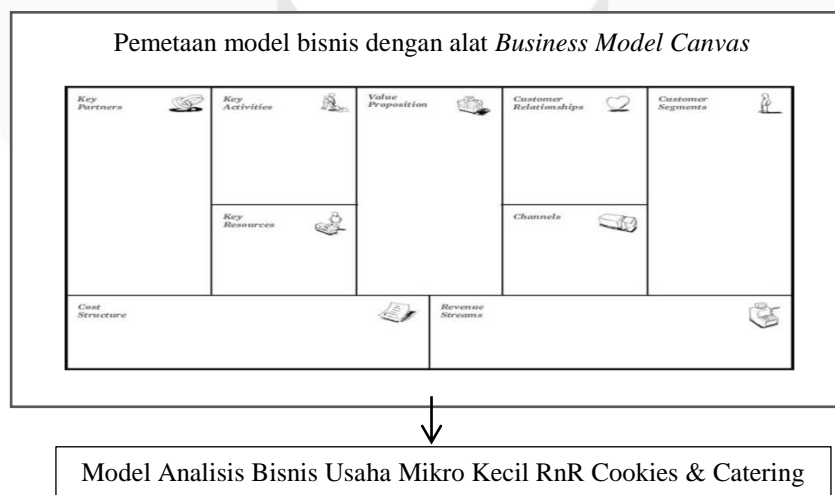
2.5 Peta Empati (Empathy Map)

Peta empati merupakan alat bantu visual yang dikembangkan oleh perusahaan berpikir visual bernama XPLANE (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:131). Alat bantu visual satu halaman ini terdiri dari enam kotak yang terdiri dari berbagai pertanyaan yang memungkinkan perusahaan untuk lebih memahami dengan lebih baik apa yang benar-benar diinginkan oleh pelanggan.

- Apa yang dilihatnya? (*see?*)
- Apa yang didengarnya? (*hear?*)
- Apa yang benar-benar dipikirkan dan dirasakannya? (*think & feel?*)
- Apa yang dikatakan dan dilakukannya? (*say & do?*)
- Sakit hati apa yang dirasakan pelanggan? (*pain*)
- Apa saja perolehan pelanggan? (*gain*)

2.6 Kerangka Pemikiran

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan dan memetakan operasional bisnis secara jelas dengan pendekatan *Business Model Canvas* pada RnR Cookies & Catering agar mengetahui apakah RnR Cookies & Catering sudah menggunakan 9 blok bangunan dalam *Business Model Canvas* secara keseluruhan atau hanya sebagian saja yang telah digunakan. Hal tersebut penting untuk mengevaluasi jalannya bisnis RnR Cookies & Catering selama ini. Selain itu *Business Model Canvas* dapat dijadikan bahan evaluasi bagi RnR Cookies & Catering agar dapat mengembangkan usahanya dan menerapkan sebuah bisnis model yang akan dilakukan oleh peneliti menggunakan metode analisis *Business Model Canvas* (BMC).



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

III. METODE PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Menurut Harmon (dalam Moleong, 2004: 49), paradigma adalah cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang realitas. Bogdan & Biklen (dalam Mackenzie & Knipe, 2006) menyatakan bahwa paradigma adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi, konsep, atau proposisi yang berhubungan secara logis, yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dimana metode ini digunakan untuk melihat lebih dalam dari sebuah fenomena dan ditujukan kepada pengamatan kasus (Indrawan & Yuniawati, 2014:67). Jenis penelitian ini akan menghasilkan gambaran objek penelitian berupa hasil *interview*, catatan kegiatan di lapangan, dan dokumentasi. Waktu pelaksanaan penelitian melalui metode *cross section* dimana penelitian dilakukan pada suatu objek yang memiliki satu atau beberapa variable dengan cara mengolah data pada masa yang sama. Pengukuran dilakukan terhadap karakter tertentu dari suatu objek atau kelompok variable. (Indrawan dan Yuniawati, 2014:54) .

3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian kualitatif menurut Spradley dalam Sugiyono (2013:229) dinamakan situasi sosial yang terdiri dari tiga komponen yaitu *place* (tempat), *actor* (pelaku), dan *activities* (aktivitas).

Berdasarkan pada penjelasan diatas, maka terjadi situasi sosial pada penelitian ini adalah RnR Cookies & Catering yang merupakan objek dari penelitian. Tiga elemen dalam situasi sosial pada penelitian ini yaitu adalah karyawan yang bekerja di RnR Cookies & Catering (*actor*), Rumah produksi RnR Cookies & catering sebagai elemen tempat (*place*), dan aktivitas yang terjadi didalam maupun luar perusahaan yaitu kegiatan dalam memproduksi keseluruhan produk (*activity*).

3.3 Lokasi Penelitian

RnR Cookies & Catering yang menjadi objek dari penelitian ini terletak di Jalan. Kota Mas XI No.18, RT 10 RW 10, kecamatan Cimahi Tengah, kelurahan Padasuka, Kota Cimahi.

3.4 Unit Analisis Penelitian

Pada tahap awal peneliti melakukan persiapan penelitian terlebih dahulu untuk mengidentifikasi masalah dan pemetaan sembilan blok model bisnis RnR Cookies & Catering dengan pendekatan Bisnis Model Kanvas. Tahap kedua adalah pengumpulan data penelitian dengan melakukan observasi, wawancara, dokumentasi, serta Triangulasi. Tahap ketiga dari penelitian ini adalah pengumpulan data melalui wawancara dan menganalisis serta merangkum hasil dari pengumpulan data lalu melakukan penggambaran model bisnis untuk merancang bisnis RnR Cookies & Catering menggunakan Bisnis Model Kanvas. Pada tahap akhir penelitian ini akan disajikan kesimpulan dari hasil penelitian dan saran dari peneliti yang bersifat obyektif dan faktual.

3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Sample

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian adalah wawancara mendalam dan teknik pengambilan sampling sample yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Moleong (1991:135) wawancara dengan tujuan percakapan tertentu, dalam metode ini peneliti dan responden secara langsung (tatap muka) untuk memperoleh informasi secara lisan dengan mendapatkan data tujuan yang bisa menjelaskan masalah penelitian.

Bila dilihat dari sumber datanya, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer dan sumber sekunder. Sumber primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data, dan sumber sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data.

3.6 Informan Kunci

Informan kunci dalam penelitian ini yaitu, pemilik dari RnR Cookies & Catering yaitu Ibu Hj. Mulyati karena mengetahui segala informasi yang ada pada perusahaan, Rukmini sebagai kepala produksi keseluruhan produk, Restu sebagai yang bertugas memasarkan produk, Rizqi sebagai yang bertugas dalam keuangan dan distribusi produk.

3.7 Teknik Analisis Data

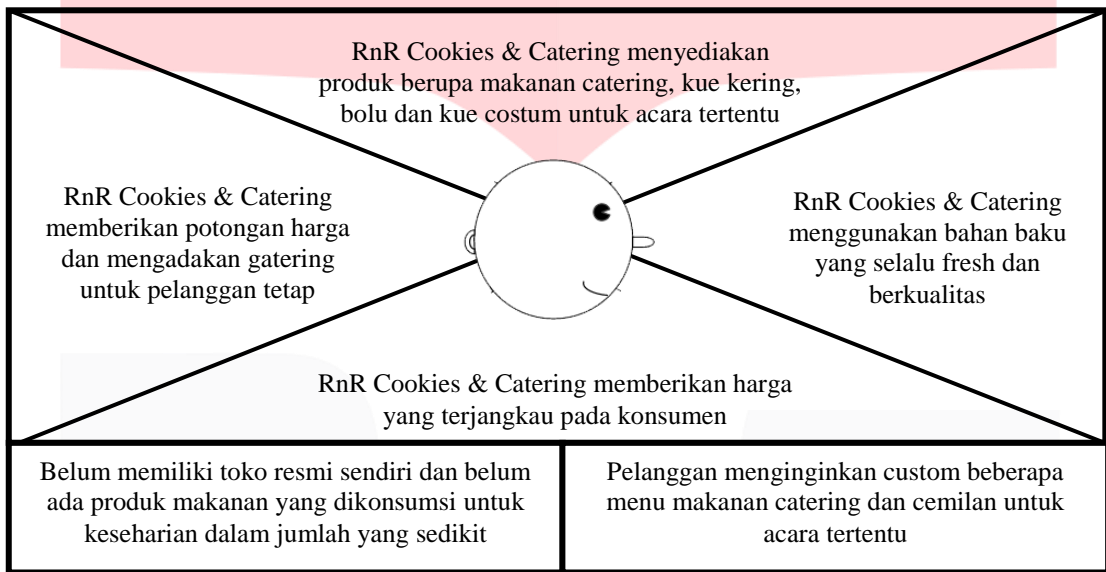
Dalam penelitian kualitatif, data dapat diperoleh dari berbagai sumber, dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang bermacam-macam (Triangulasi) dan dilakukan secara terus menerus hingga data tersebut tepat. Triangulasi yang dimaksudkan disini adalah peneliti menganalisis dari data primer yaitu, hasil observasi, dan hasil wawancara serta dari data sekunder yaitu, hasil dari dokumen atau dokumentasi yang menghasilkan kesimpulan dari setiap elemen blok *Business Model Canvas*.

IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Analisis Peta Empati

Berdasarkan hasil analisis maka peta empati dari Tio Kingdom Sablon dijelaskan sebagai berikut:



Gambar 4.1 Peta Empati RnR Cookies & Catering

4.1.2 Gambaran Business Model Canvas

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa informan dari RnR Cookies & Catering dapat diperoleh informasi mengenai gambaran Sembilan blok Business Model Canvas berikut adalah pemetaan operasional bisnis Tio Kingdom Sablon:

<p>Key Partners</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Pedagang dipasar tradisional 2.Toko alat dan bahan-bahan kue 3.Supermarket 4.Jasa pengiriman barang 	<p>Key Activities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Membuat dan menjaga kualitas produk 2.Maintenance peralatan dapur 3.Pemeliharaan bahan baku <p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Peralatan untuk membuat kue dan makanan 2.Sumber daya manusia 3.Modal pribadi owner 4.Merek 	<p>Value Proposition</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Bahan baku produk menggunakan bahan yang berkualitas dan fresh 2.Memberikan potongan harga atau diskon 3.Respon pemesanan yang cepat 4.Proses produksi yang tepat waktu 5.Memberikan pelayanan yang ramah dan sopan 	<p>Customer Relationship</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Komunikasi yang terjalin erat 2.Menjaga loyalitas pelanggan 3.Mengadakan gatering untuk pelanggan tetap <p>Channel</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Sosial media 2.Buka booth di event-event bazaar 	<p>Customer Segment</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Ibu-ibu komplek 2.Ibu-ibu arisan dan pengajian 3.Karyawan perkantoran
<p>Cost Structure</p> <p>Biaya produksi, gaji pegawai, biaya bahan baku, biaya distribusi, biaya maintenance peralatan dapur, pembelian peralatan kue</p>		<p>Revenue Streams</p> <p>Penjualan kue kering, kue basah, bolu, dan makanan catering</p>		

Gambar 4.2 Gambaran Business Model Canvas RnR Cookies & Catering

4.2 Hasil Pembahasan Business Model Canvas RnR Cookies & Catering

Berdasarkan dari hasil penelitian, hasil wawancara, dan observasi yang dilakukan peneliti kepada Tio Kingdom Sablon dapat dilihat menggunakan pendekatan business model canvas. berikut adalah analisis pembahasan dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

4.2.1 Customer Segment

RnR Cookies & Catering memfokuskan segmen pasar mereka pada orang-orang dewasa di usia sekitar 27-45 tahun yaitu dari kategori karyawan kantoran hingga ibu-ibu dikarenakan pada kategori usia 27-45 tahun yaitu orang-orang dewasa yang masih produktif dan aktif mengadakan acara-acara tertentu, seperti pengajian, arisan, gatering dan syukuran.

4.2.2 Value Proposition

Menurut data yang didapatkan dari pihak RnR Cookies & Catering, proporsi nilai yang dimiliki RnR Cookies & Catering, yaitu:

- a. Bahan baku produk menggunakan bahan yang berkualitas dan fresh
RnR Cookies & Catering selalu memberikan produk dengan bahan baku yang berkualitas dan fresh, seperti bahan yang selalu baru dan fresh langsung dari pemasok atau vendor-vendor pasar tradisional dan supermarket, RnR Cookies & Catering juga selalu memerhatikan kualitas rasa dan kebersihan dari setiap pengerjaan produknya agar produk memiliki cita rasa yang tinggi dan sesuai dengan standar kualitas RnR Cookies & Catering.
- b. Memberikan potongan harga atau diskon
Pelanggan RnR Cookies & Catering khususnya yang memesan untuk acara-acara besar tentunya akan memesan produk dalam jumlah yang sangat besar maka dari itu RnR Cookies & Catering memberikan potongan harga atau diskon yang tentunya akan menguntungkan konsumen yang memesan dalam jumlah besar, dengan cara memberikan potongan harga atau diskon sebesar 10% jika memesan minimal satu lusin toples untuk kue kering dan minimal tiga puluh porsi untuk makanan catering.
- c. Respon pemesanan yang cepat
Respon pemesanan menjadi hal yang sangat penting bagi konsumen karena konsumen cenderung ingin mendapatkan respon yang cepat ketika sedang melakukan pembelian atau pemesanan misalnya dalam chat whatsapp atau line. Jika respon yang diberikan lambat kepada konsumen, maka konsumen akan merasa kesal dan hal tersebut dapat menyebabkan konsumen pindah ke perusahaan yang lain. RnR Cookies & Catering juga sangat terbuka akan saran dan kritik atau jika ada konsumen yang ingin menanyakan harga dan produk.
- d. Proses produksi yang tepat waktu
RnR Cookies & Catering memproduksi dan mengantar pesanan selalu tepat waktu sesuai keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
- e. Memberikan pelayanan yang ramah dan sopan
Pelayanan yang terbaik serta ramah dan sopan tentunya akan membuat konsumen puas dan senang, ketika memesan atau sekedar menanyakan informasi mengenai produk pada perusahaan. RnR Cookies & Catering sangat mengutamakan pelayanan yang terbaik dan komunikasi yang ramah dan sopan terhadap konsumen sehingga membuat konsumen akan terus memesan produk-produk pada perusahaan dan tidak beralih pada perusahaan yang lain.

4.2.3 Channel

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan maka jenis saluran yang digunakan oleh RnR Cookies & Catering untuk menjangkau pelanggannya dengan menggunakan sosial media dan membuka booth di event-event bazaar kuliner.

4.2.4 Customer Relationship

Hubungan RnR Cookies & Catering dengan pelanggan, antara lain:

- a. Komunikasi yang terjalin erat
Komunikasi adalah hal yang paling penting untuk menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, maka dari itu RnR Cookies & Catering selalu menjaga komunikasi yang baik, ramah dan sopan terhadap pelanggan sehingga respon yang diberikan pelanggan akan merasa puas dan

senang ketika melakukan pemesanan atau sekedar menanyakan informasi mengenai produk terhadap perusahaan.

b. Menjaga loyalitas pelanggan

Dengan menjaga loyalitas pelanggan tentunya pelanggan akan merekomendasikan perusahaan tersebut pada rekan-rekannya dan akan setia pada perusahaan tersebut. RnR Cookies & Catering sangat menjaga loyalitas pelanggan tetap ataupun pelanggan baru dengan menanyakan kabar ataupun memberikan informasi lengkap mengenai promosi yang ditawarkan kepada pelanggan.

c. Mengadakan gatering untuk pelanggan tetap

RnR Cookies & Catering juga mengadakan gatering setiap bulannya untuk pelanggan tetap yang bertujuan untuk menjaga loyalitas dan komunikasi yang baik antara pelanggan tetap dengan perusahaan.

4.4.5 Revenue Stream

Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti pada saat ini sumber pemasukan dan pendapatan yang diperoleh dari RnR Cookies & Catering adalah seluruh kegiatan penjualan produk yaitu penjualan kue kering, kue basah, bolu dan makanan catering. Tetapi penjualan kue kering dan makanan catering merupakan pemasukan terbesar dari RnR Cookies & Catering.

4.4.6 Key Resources

Pada key resources RnR Cookies & Catering mempunyai Sumber Daya Utama yang berbentuk financial, fisik, intelektual dan sumber daya manusia. Financial merupakan modal yang dikeluarkan untuk pembuatan produk, modal tersebut dikeluarkan oleh owner dari RnR Cookies & Catering yaitu Ibu HJ.Mulyati. Modal tersebut terdiri dari pembelian bahan baku produk, maintenance peralatan dapur, biaya distribusi dan pembayaran gaji karyawan. Fisik merupakan peralatan dan mesin-mesin yang digunakan untuk memproduksi produk. Intelektual adalah merek RnR Cookies & Catering itu sendiri, sedangkan sumber daya manusia adalah seluruh karyawan yang bekerja untuk kelangsungan kegiatan bisnis pada RnR Cookies & Catering.

4.4.7 Key Activity

Dalam kegiatan bisnis RnR Cookies & Catering terdapat beberapa aktivitas kunci yang dilakukan untuk dapat memenuhi permintaan konsumen. Aktivitas utama yang dilakukan adalah memproduksi dan mengolah bahan baku hingga menjadi produk yang siap untuk dipasarkan.

4.4.8 Key Partnership

RnR Cookies & Catering memiliki mitra kunci seperti pemasok bahan baku, peralatan dan perlengkapan dapur, yang diantaranya adalah:

- Pedagang di pasar tradisional, pemasok dari pasar tradisional yang dipilih yaitu pedagang di pasar atas dan pasar antri Kota Cimahi. RnR Cookies & Catering memilih pemasok dari pasar tradisional untuk memasok bahan baku khususnya untuk produk makanan catering, karena harganya lebih murah dan kualitas bahan baku yang fresh dan berkualitas.
- Toko alat dan bahan-bahan kue, RnR Cookies & Catering memilih memenuhi beberapa peralatan, perlengkapan dan bahan baku untuk produk kue kering, bolu, dan kue basah pada toko dicky dua saudara dan toko kijing mas yang terletak di Kota Cimahi, karena harga yang ditawarkan lebih murah, lengkap, dan barang yang dibeli dapat langsung diantarkan ke tempat produksi.
- Supermarket yang dipilih yaitu supermarket yang berada di Kota Cimahi dan Kota Bandung, karena ada beberapa bahan baku dan peralatan dapur yang hanya dijual di supermarket, seperti keju parmesan, keju mozzarella, ikan tuna, ikan salmon dan lainnya.
- Jasa pengiriman barang menjadi mitra dari RnR cookies & Catering, karena RnR Cookies & Catering juga mengirimkan pesanan ke berbagai daerah diluar Kota Bandung dan Cimahi, seperti Jakarta, Yogyakarta, Balikpapan dan lainnya.

4.4.9 Cost Structure

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, RnR Cookies & Catering memiliki struktur biaya pengeluaran seperti biaya produksi, gaji pegawai, biaya bahan baku, biaya distribusi, biaya maintenance peralatan dapur, dan pembelian peralatan ku

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya dapat ditarik kesimpulan bahwa RnR Cookies & Catering sudah sesuai dengan konsep sembilan elemen dari Business Model Canvas yang saling berkaitan, tetapi masih ada kelemahan-kelemahan pada beberapa elemennya.

1. Proporsi nilai ini adalah alasan yang membuat pelanggan beralih dari perusahaan ke perusahaan lain. Alasan customer memilih RnR Cookies & Catering karena RnR Cookies & Catering memiliki beberapa nilai yaitu bahan baku produk menggunakan bahan yang berkualitas dan fresh, selalu memberikan potongan harga atau diskon, respon pemesanan yang cepat, proses produksi yang tepat waktu dan juga memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada konsumen.
2. Untuk memberikan proporsi nilai RnR Cookies menggunakan saluran secara langsung dengan membuka booth di event-event bazaar dan secara tidak langsung yang melalui sosial media.
3. Blok elemen revenue stream atau arus pendapatan menggambarkan semua pemasukan yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggannya. Inilah yang menentukan berapakah hasil dari pendapatan yang dihasilkan dari customer RnR Cookies & Catering.
4. Sumber daya utama ini adalah blok yang mendukung dari aktivitas kunci karena jika sumber daya utama seperti peralatan dan perlengkapan untuk membuat produk, sumber daya manusia, modal, dan merek tidak ada maka suatu bisnis tidak dapat berjalan dengan baik.
5. Kemitraan ini saling berkaitan dengan aktivitas kunci karena RnR Cookies & Catering membeli bahan baku produk kue kering, bolu, kue basah, dan makanan catering dari mitranya yang akan diolah menjadi produk yang bisa dikonsumsi konsumen.
6. Struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis. Struktur biaya ini adalah biaya yang dikeluarkan dalam key resource seperti biaya pembelian bahan baku, biaya gaji karyawan setiap bulannya, biaya produksi, biaya maintenance peralatan dapur, biaya distribusi dan biaya pembelian peralatan kue..
7. Hubungan dengan konsumen yaitu salah satu blok elemen business model canvas yang menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun bersama customer segmen. Untuk mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama maka RnR Cookies & Catering selalu membangun hubungan dengan konsumen yang terjalin erat, menjaga loyalitas pelanggan dan mengadakan gatering untuk semua pelanggan khususnya pelanggan tetap.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Bagi RnR Cookies & Catering

Beberapa saran dari peneliti untuk perusahaan RnR Cookies & Catering agar dapat meningkatkan penjualan, efektivitas dan efisiensi dari proses biasanya, yaitu:

- a. Menambahkan jenis produk atau menu makanan, cemilan dan minuman yang bisa di konsumsi konsumen sehari-hari dan dipesan dalam jumlah yang kecil, seperti thai tea, es kopi susu, ayam geprek, seblak, nasi udak, nasi timbel, kue balok.
- b. Menambahkan sumber daya manusia seperti karyawan untuk proses memasak dan proses packing agar dapat mempercepat proses produksi.
- c. Memperluas saluran pemasaran melalui media sosial seperti mengendorse influencer dan mendaftar pada platform ojek online seperti Grabfood dan Gofood.
- d. Mendaftarkan produk pada MUI dan BPOM agar dapat meningkatkan kepercayaan dan minat pembelian konsumen.
- e. Membuka toko resmi atau toko offline agar dapat meningkatkan penjualan.
- f. Membuat design packaging dengan merek sendiri agar mudah diingat oleh pelanggan.
- g. Melakukan pencatatan database pelanggan agar jumlah pengeluaran dan penjualan dari RnR Cookies & Catering dapat lebih terstruktur.

5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

- a. Melakukan penelitian lanjutan pada bisnis RnR Cookies & Catering dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif.
- b. Melakukan objek penelitian berbeda seperti pesaing yang ada agar penelitian selanjutnya bisa melakukan perbandingan model bisnis perusahaan secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- [2] Barokah, B. A. (2018). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas.
- [3] Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis*. Bandung: PT Refika Aditama.
- [4] Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- [5] Kompasiana. (2017, Agustus 11). *Usaha Mikro Kecil (UMK) Masih Menjadi Motor Penggerak Perekonomian Nasional*. Dipetik April 25, 2019, dari www.kompasiana.com
- [6] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2013). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [7] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Canvas*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [8] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2014). *Business Model Generation*. Kompas Gramedia.
- [9] Sugiyono. (2014). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [11] Yunus, E. (2016). *Manajemen Strategis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.