

ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS PADA PT.BONLI CIPTA SEJAHTERA DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

BUSINESS DEVELOPMENT ANALYSIS IN PT. BONLI CIPTA SEJAHTERA USING BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH

Abu Hafs Al Faruq¹, Farah Alfannur²

^{1,2}Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom

abuhafsalfaruq@yahoo.com¹, farahalfannur@telkomuniversity.ac.ad²

Abstrak

PT.Bonli Cipta Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak pada industri kue kering di Indonesia. Saat ini PT.Bonli Cipta Sejahtera sedang mencari strategi baru yang dapat memaksimalkan pendapatan ditengah persaingan industri makanan dan minuman yang terus mengalami pertumbuhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran model bisnis dari PT.Bonli Cipta Sejahtera jika ditinjau dari aspek-aspek pada Business Model Canvas dan mengetahui strategi bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kombinasi karena menggabungkan antara metode kuantitatif dan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera saat ini sudah cukup baik jika ditinjau dari aspek-aspek Business Model Canvas. Saran bagi PT.Bonli Cipta Sejahtera agar menambah media online dan offline untuk lebih menjangkau pelanggan, yang kedua menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui IT, yang ketiga menambah varian jenis kue agar pelanggan tidak bosan, yang keempat memberikan promo-promo khusus kepada pelanggannya, yang kelima membuat *delivery service* agar memudahkan pelanggan melakukan pembelian dan saran yang terakhir membuat anak perusahaan agar menambah pendapatan perusahaan.

Kata kunci : Analisis SWOT, *Business Model*, *Business Model Canvas*, Manajemen Strategi.

Abstract

PT. Bonli Cipta Sejahtera is a company that focused in the pastry industry in Indonesia. Currently PT.Bonli Cipta Sejahtera is lookingfor a new strategy that can maximize their business. This study aims to describe the business model PT,Bonli Cipta Sejahtera and advise to apply to PT.Bonli Cipta Sejahtera. In this study using a combination of research methods for combaining quantitative and qualitative methods. The results showed that picture of business model of PT.Bonli Cipta Sejahtera is now quite good when viewed from the aspect of business model canvas. Advice for PT.Bonli Cipta Sejahtera is adding online and offline media to reach more customers, maintaining goodrelations with customers throuht IT, add a variant type of pastr, giving special promo to customers making delivery service to enable customers purchased the product and create a subsidiary to increase its income.

Keywords : *SWOT Analysis*, *Business Model*, *Business Model Canvas*, *Strategic Management*.

1. Pendahuluan

Ekonomi kreatif di Indonesia merupakan sektor yang menjanjikan karena dapat membawa kemajuan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Indonesia mempunyai potensi yang menjanjikan dalam industri ini karena Indonesia mempunyai beraneka ragam budaya yang bisa menghasilkan kreatifitasnya sendiri. Salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi kreatif adalah sektor kuliner. Sektor kuliner merupakan sektor yang menyumbang pendapatan terbesar dalam industri kreatif. Hal tersebut terjadi karena kuliner merupakan kebutuhan dasar manusia dan juga kuliner di Indonesia mempunyai keanekaragaman yang dapat menarik perhatian wisatawan disetiap daerah.

Industri kue kering adalah salah satu industri kuliner yang ada di Indonesia, industri ini cukup diminati oleh para pelaku usaha di Indonesia, karena orang Indonesia yang mempunyai kebiasaan memberikan sajian kue kering dirumahnya untuk di hidangkan. Permintaan kue kering akan semakin meningkat pada saat hari raya beragama. Untuk dapat bersaing para pelaku usaha ini juga harus dapat memberikan keunggulan-keunggulan agar dapat bertahan pada industri ini ditengah perkembangannya yang cukup pesat. Seperti melakukan pengemasan dengan baik dan selalu berfikir kreatif untuk memodifikasi rasa.

PT.Bonli Cipta Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak pada industri kue kering di Indonesia yang terbentuk dari penggabungan tiga perusahaan yang bergerak pada Industri kue kering yaitu J&C Cookies, Ina Cookies dan Ladifa Cookies yaitu pada tahun 2012. Tujuan dari penggabungan ini adalah untuk dapat saling menunjang agar menjadi perusahaan yang lebih baik. Selain itu dasar disatukannya tiga perusahaan dalam satu atap manajemen PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah karena pemilik ketiga perusahaan memiliki hubungan persaudaraan dan pabriknya yang memang berdekatan. Saat ini PT.Bonli Cipta Sejahtera sedang memperluas keagenan di Indonesia, khususnya diluar pulau Jawa seperti pulau Kalimantan dan wilayah Indonesia bagian Timur karena pada saat ini agen PT.Bonli Cipta Sejahtera sebagian besar berasal dari pulau Jawa saja. Hal tersebut dilakukan selain untuk memaksimalkan pendapatan juga untuk mencapai Visi perusahaan yaitu Menjadi *leader* dalam industri makanan di Indonesia melalui bisnis kue kering

Pendapatan PT.Bonli Cipta mengalami fluktuasi yang sangat signifikan pada saat bulan Ramadhan. Karena pada saat bulan tersebut permintaan kue kering meningkat sangat tajam. Pendapatan PT.Bonli Cipta Sejahtera pada saat bulan Ramadhan yaitu 90 persen dibanding dengan bulan biasa yaitu sepuluh persen. Dengan fluktuasi pendapatan seperti ini PT.Bonli Cipta Sejahtera perlu untuk melakukan pengembangan bisnis agar pendapatan di bulan-bulan biasa selain di Bulan Ramadhan dapat lebih ditingkatkan lagi.

Dengan beberapa data dan fakta yang telah diuraikan di atas, PT.Bonli Cipta Sejahtera ingin mengembangkan strategi bisnis yang cocok untuk menghadapi persaingan dan memaksimalkan pendapatan dibawah manajemen yang relatif masih baru. Selain itu, perlu diketahui belum ada penelitian sebelumnya yang membahas tentang bagaimana PT.Bonli Cipta Sejahtera menghadapi persaingan dan memaksimalkan pendapatan dengan pendekatan *business model canvas*.

1.1 Rumusan Masalah

Mengetahui gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera saat ini dan mengusulkan model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera yang baru.

1.2 Tujuan Penelitian

Untuk Mengetahui gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera dan Mengetahui strategi bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera.

2. Dasar Teori

2.1 Strategi

Menurut [1], Strategi adalah seperangkat perencanaan yang dirumuskan oleh organisasi sabagai hasil pengkajian yang mendalam terhadap kondisi kekuatan dan kelemahan internal serta peluang dan ancaman eksternal.

2.2 Manajemen Strategi

Pengertian Manajemen strategi menurut [3] Manajemen strategi dapat didefinisikan sebagai seni dan pengetahuan dalam merumuskan, mengimplementasikan, serta mengevaluasi keputusan-keputusan lintas fungsional yang memungkinkan sebuah organisasi mencapai tujuannya.

2.3 Bisnis

Menurut [2] bisnis merupakan suatu aktivitas yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang untuk menyediakan barang atau jasa dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan.

2.4 Model Bisnis

Menurut [5], model bisnis adalah gambaran hubungan antara keunggulan dan sumber daya yang dimiliki perusahaan, serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan untuk mengakuisisi dan menciptakan nilai, yang mampu membuat perusahaan mampu menghasilkan laba.

2.5 Analisis SWOT dalam Business Model Canvas

Penggunaan analisis SWOT dalam Business Model Canvas dikemukakan oleh [4] sebagai berikut:

“Analisis SWOT digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dan mengetahui potensi peluang dan ancaman. Analisis ini merupakan sebuah alat bantu yang atraktif karena kesederhanaanya, meskipun penggunaannya dapat mengarah kepada diskusi yang kabur karena hanya memberikan sedikit petunjuk tentang aspek-aspek organisasi yang perlu dianalisis.

2.6 Bisnis Model Canvas

Menurut [4] *Business Model Canvas* (BMC) merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Lalu [4] menjelaskan mengenai *business model canvas* bahwa konsep ini dapat dijadikan bahasa bersama yang dapat dimanipulasi untuk menciptakan alternatif strategi baru melalui sembilan *building blocks* yang mencakup empat bidang utama dalam suatu bisnis.

Value propositions : Blok bangunan Proporsi Nilai menggambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai untuk Segmen Pelanggan spesifik. *Value proposition* menciptakan nilai untuk segmen pelanggan melalui paduan elemen-elemen berbeda yang melayani kebutuhan segmen tersebut. *Value* yang dihasilkan dapat bersifat kuantitatif (misalnya harga dan kecepatan layanan) atau kualitatif (misalnya desain dan pengalaman pelanggan).

Revenue streams : Blok bangun arus pendapatan menggambarkan uang yang dihasilkan perusahaan dari masing-masing segmen pelanggan.

Cost Structure : Struktur biaya menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

Key resources : Blok bangun sumber daya utama menggambarkan aset-aset terpenting yang diperlukan agar sebuah model bisnis dapat berfungsi.

Key activities : Blok bangun aktivitas kunci menggambarkan hal-hal terpenting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat bekerja

Key partnership : Blok bangunan kemitraan utama menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja.

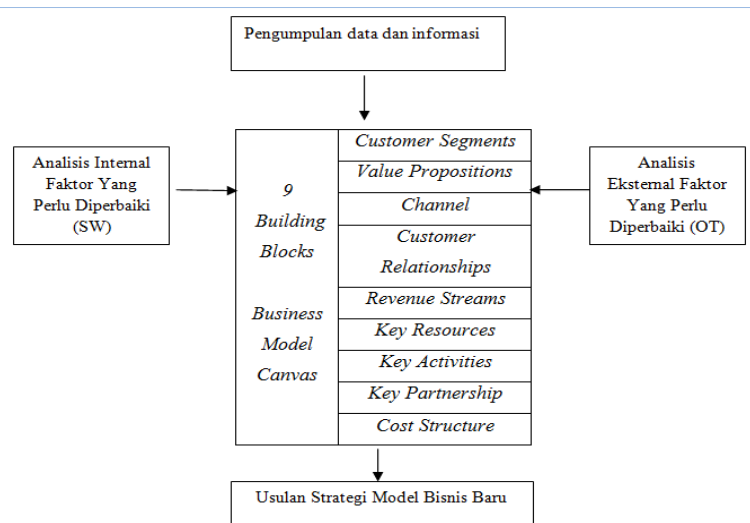
Customer segments : Blok bangunan segmen pelanggan menggambarkan sekelompok orang atau berbeda yang ingin dijangkau atau dilayani oleh perusahaan.

Channels : Blok bangun saluran menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan berkomunikasi dengan segmen pelanggannya dan menjangkau mereka untuk memberikan psoporsi nilai.

Customer relationships : Blok bangun hubungan pelanggan menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan yang spesifik.

2.7 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat dilihat melalui Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

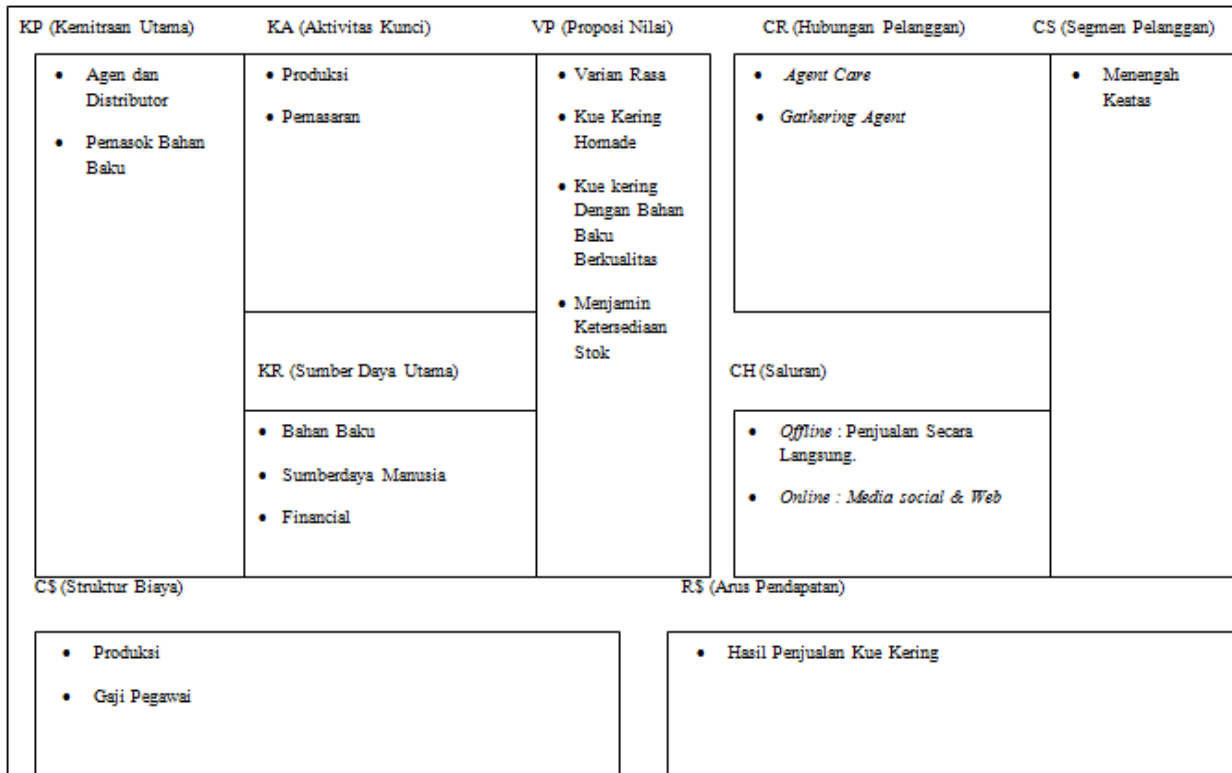
2.8 Data dan Teknik Analisis

Data dalam penelitian ini diperoleh melalui wawancara dan menyebarkan kuesioner. responden terdiri dari lima orang dari internal PT. Bonli Cipta Sejahtera. Data diolah menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang serta ancaman bisnis dan menggunakan *Business Model Canvas* untuk memetakan model bisnis.

3. Pembahasan

3.1 Gambaran *Business Model Canvas* Saat Ini

Berikut ini merupakan gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera dilihat dari aspek-aspek *business model canvas* yang berasal dari hasil wawancara.



Gambar 2. *Business Model Canvas* PT.Bonli Cipta Sejahtera saat ini

Gambaran *Business Model Canvas* PT.Bonli Cipta Sejahtera saat ini dapat dilihat pada setiap blok pada Gambar 2 yang telah memiliki karakteristik masing-masing. Berikut ini penjelasan kesembilan blok *Business Model Canvas*.

1. *Value propositions*

PT.Bonli Cipta Sejahtera memberikan proporsi nilai berupa produk kue kering *homade* dengan bahan baku yang berkualitas. Selain itu PT.Bonli Cipta Sejahtera juga menawarkan varian rasa yang bermacam-macam untuk para pelanggannya. Ketersediaan stok juga diberikan kepada pelanggan PT.Bonli Cipta Sejahtera.

2. *Revenue streams*

Arus pendanaan yang didapatkan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah melalui penjualan kue kering yang dilakukan oleh agen dan distributor serta melalui outlet-outlet dari PT.Bonli Cipta Sejahtera.

3. *Cost structure*

Struktur biaya yang dikeluarkan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah untuk gaji pegawai dan produksi. Gaji pegawai merupakan biaya yang dikeluarkan setiap bulannya oleh perusahaan. Sedangkan produksi menjadi biaya yang harus dikeluarkan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera dalam proses pembuatan kue kering.

4. *Key Resource*

Sumber daya utama bagi PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah sumberdaya manusia, finansial dan juga bahan baku. Sumberdaya manusia seperti pekerja pembuat kue ataupun karyawan PT.Bonli Cipta Sejahtera seperti manager dan direksi. Sumberdaya finansial seperti modal perusahaan untuk menjalankan bisnisnya. Dan sumberdaya bahan baku seperti bahan dasar pembuatan kue kering seperti tepung, keju dan butter.

5. Key Activities

Aktivitas kunci perusahaan yang dilakukan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah pada proses produksi yaitu aktivitas pengolahan pembuatan kue kering. Aktivitas lainnya yaitu penjualan dimana penjualan merupakan aktivitas dimana PT.Bonli Cipta Sejahtera mendapatkan pendapatan. Selain itu aktivitas kunci lainnya adalah ada pada proses pemasaran, proses pemasaran menjadi aktivitas kunci karena pemasaran dapat menganalkan dan juga menjual produk dari PT.Bonli Cipta Sejahtera kepada pelanggan.

6. Key Partnership

Mitra utama PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah agen dan distributor. Agen dan distributor sangat berperan dalam penjualan dari PT.Bonli Cipta Sejahtera. Karena sebagian besar penjualan dari PT.Bonli Cipta Sejahtera melalui agen dan distributor yang tersebar di Indonesia. Selain itu mitra utama dari PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah pemasok dimana pemasok sangat berperan besar dalam proses produksi sebagai pemasok bahan baku.

7. Customer segments

Segmen pelanggan yang menggambarkan pangsa pasar yang diambil oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera yaitu segmen menengah keatas. Jenis pasar yang diambil oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah segmented.

8. Channels

Saluran yang digunakan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah saluran langsung dimana pelanggan melakukan pembelian langsung di outlet ataupun pada agen dan distributor PT.Bonli Cipta Sejahtera. Selain itu PT.Bonli Cipta Sejahtera juga menjangkau pelanggannya secara online melalui media social dan website.

9. Customer Relationship

PT.Bonli Cipta Sejahtera selalu menjaga hubungan baik dengan para agen dan distributor ataupun dengan pelanggannya. Salah satu caranya adalah dengan mengadakan gathering agent dimana acara tersebut bermaksud untuk memperkenalkan produk baru dari PT.Bonli Cipta Sejahtera dan juga tempat bertemunya antara agen dan distributor kepada perusahaan. Selain itu juga terdapat agent care yang berfungsi untuk menerima keluhan ataupun ketidakpuasan yang dialami oleh pelanggan ataupun agen dan distributor.

3.2 Kesimpulan Hasil Kuisisioner

Hasil kuisisioner mengenai *strength, weakness, opportunity, threat* PT.Bonli Cipta Sejahtera dengan *nine blocks business model canvas* telah mendapatkan kesimpulan seperti pada Tabel 1.

Tabel 1. Kesimpulan Hasil Kuisisioner Sembilan Blok *Business Model Canvas*

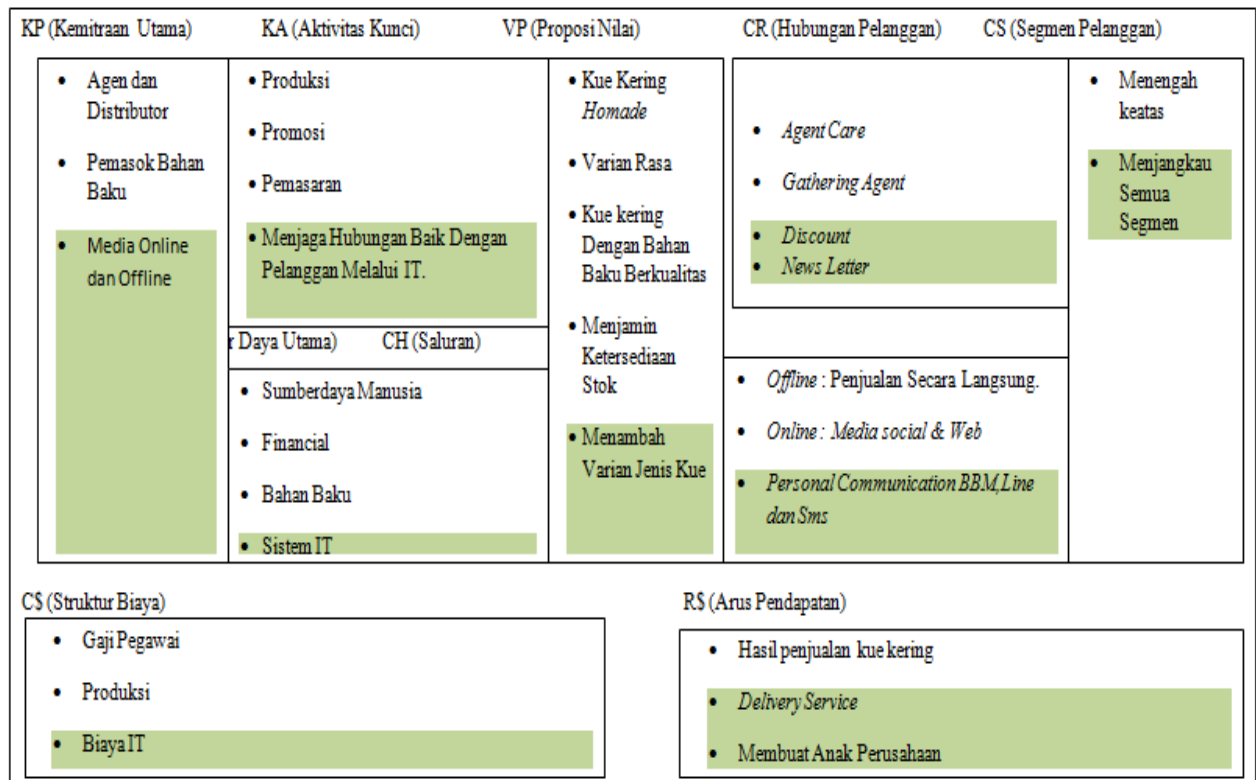
	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
<i>Value Propositions</i>	24 Tinggi	10,75 Rendah	27,8 Sangat Tinggi	18 Cukup Tinggi
<i>Revenue Streams</i>	20,5 Cukup Tinggi	13,8 Cukup Rendah	21,4 Cukup Tinggi	13 Rendah
<i>Cost Structure</i>	24,25 Tinggi	10 Rendah	18,5 Cukup Tinggi	18 Cukup Tinggi
<i>Key Resources</i>	23 Tinggi	10 Rendah	14,75 Rendah	14,5 Cukup Rendah
<i>Key Activities</i>	21 Cukup Tinggi	11 Rendah	24,6 Tinggi	12,5 Rendah
<i>Key Partnerships</i>	27	8	23,6	13

	Sangat Tinggi	Sangat Rendah	Tinggi	Rendah
<i>Customer Segments</i>	25,3 Tinggi	9 Sangat Rendah	25,5 Tinggi	12,3 Rendah
<i>Channels</i>	24,14 Tinggi	11,5 Rendah	26,6 Sangat Tinggi	14 Cukup Rendah
<i>Customer Relationships</i>	26 Sangat Tinggi	8 Sangat Rendah	26,16 Tinggi	11 Rendah

Dapat dilihat pada Tabel 1 hasil kesimpulan kuisioner yang diberikan kepada lima narasumber. Terdapat nilai yang dapat dijadikan acuan dalam mengembangkan model bisnis yang baru. Hal yang perlu diperhatikan pada tabel 1 adalah pada *value propotions* yang ,e,punyai ancaman yang cukup tinggi dan *cost structure* yang memiliki ancaman yang cukup tinggi.

3.3 Business Model Canvas yang Ditawarkan

Rekomendasi *Business Model Canvas* PT.Bonli Cipta Sejahtera yang telah diperaharui dapat dilihat dengan melihat karakteristik masing-masing. Berikut ini merupakan penjelasan Gambar 3. mengenai *Business Model Canvas* yang ditawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera.



Gambar 3. *Business Model Canvas* yang ditawarkan

Rekomendasi *Business Model Canvas* PT.Bonli Cipta Sejahtera yang telah diperaharui dapat dilihat dengan melihat karakteristik masing-masing. Berikut ini merupakan penjelasan Gambar 3 mengenai *Business Model Canvas* yang ditawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera.

1. *Value Propotitions*

Value Propotitions memiliki peluang sangat tinggi dan juga ancaman yang cukup tinggi dari hasil perhitungan kuisioner. Maka dalam penelitian ini ditawarkan agar PT.Bonli Cipta Sejahtera memberikan varian jenis kue baru kepada pelanggannya. Agar pelanggan tidak bosan dengan jenis kue yang sudah ada. Dan juga dapat memberikan perbedaan dengan pesaing.

2. *Cost Structure*

Cost Structure PT.Bonli Cipta Sejahtera mamiliki ancaman yang cukup tinggi pada perhitungan kuisioner . Maka ditawarkan strategi untuk menambah biaya untuk IT. Penambahan untuk biaya IT ini dirasa penting agar perusahaan dapat mengotomasisasi seluruh kegiatan perusahaan. Seperti kegiatan delivery ataupun kegiatan internal perusahaan yang dapat menjadikan kegiatan tersebut menjadi lebih efisien.

3. *Customer Segments*

Segmen pelanggan yang diambil oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah menengah keatas. Namun dalam penelitian ini manawarkan agar PT.Bonli Cipta Sejahtera menambah segmen menengah kebawah karena terdapat peluang yang dapat diambil untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar.

4. *Channels*

Saluran yang baru yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah personal communication. Dalam hal ini dirasa cukup efektif karena akan lebih tepat sasaran, karena saluran ini akan menyasar kepada pelanggan yang dianggap potensial secara langsung.

5. *Customer Reltionship*

Hubungan antara PT.Bonli Cipta Sejahtera dengan pelanggannya dinilai memiliki peluang yang tinggi. Strategi baru yang ditawarkan yang pertama adalah dengan lebih mengencarkan lagi promo-promo seperti discount. Karena dengan discount dinilai akan lenih membuat PT.Bonli Cipta Sejahtera menjalin hubungan baik dengan pelanggannya. Strategi yang ditawarkan kedua adalah menjalin hubungan dengan menggunakan News Letter. Hal tersebut karena Key Activities mempunyai peluang yang cukup tinggi untuk menggunakan IT sebagai efisiensi perusahaan maka hubungan pelanggan ditambahkan News Letter untuk menjalin hubungan.

6. *Revenue Streams*

Strategi yang ditawarkan dalam penelitian untuk itawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah yang pertama menambah pendapatan dari delivery service . karena pada saat ini pelanggan memerlukan system pembelian yang serba instan makan system delivery diperlukan dalam proses penjualan PT.Bonli Cipta Sejahtera. Strategi yang ditawarkan kedua adalah membuat anak perusahaan dibawah PT.Bonli Cipta Sejahtera. Seperti untuk pembuatan bahan baku utama pembuatan kue kering seperti keju. Hal ini dapat menambah pendapatan perusahaan dan efisiensinya.

7. *Key Resource*

Strategi yang ditawarkan pada sumberdaya utama PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah system IT. Strategi ini ditawarkan agar perusahaan menjadi lebih efisien dan juga dapat bersaing dengan pesaing. System IT pada PT.Bonli Cipta Sejahtera seperti melihat pemesanan, penyetokan ataupun system informasi perusahaan.

8. *Key Activities*

Strategi yang ditawarkan pada aktivitas kunci PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah menjaga hubungan hubungan baik dengan pelanggan melalui IT. Karena PT.Bonli Cipta Sejahtera harus lebih meningkatkan system IT yang dapat membuat perusahaan menjadi lebih efisien. Dengan menjalin hubungan baik dengan pelanggan menggunakan IT diharapkan ndapat menerima masukan dan keluhan dari pelanggan dimanapun dan kapanpun.

9. *Key Partnership*

Strategi yang ditawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sjahtera adalah menjadikan media online dan Offline sebagai mitra utama perusahaan. Hal ini akan menambah pendapatan perusahaan karena produk yang ditawarkan akan lebih dikenal oleh banyak pelanggan dan dapat menambah pelanggan baru. Media online dan offline juga dapat meningkatkan kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera untuk meningkatkan penjualan.

4. Kesimpulan

Gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera saat ini jika ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas*:

PT.Bonli Cipta Sejahtera memiliki *value propositions* yang cukup baik karena memiliki peluang yang sangat tinggi, namun memiliki ancaman yang cukup tinggi yang harus diwaspadai oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera. *Revenue Streams* PT.Bonli Cipta Sejahtera cukup baik namun kekuatan dan peluang masih dapat ditingkatkan agar lebih tinggi dengan memanfaatkan peluang lainnya. *Cost Structure* PT.Bonli Cipta Sejahtera kurang baik karena memiliki ancaman yang cukup tinggi hal ini karena terdapat biaya yang mungkin tidak dapat diprediksi. *Key Resource* PT.Bonli Cipta Sejahtera sudah baik karena memiliki kelemahan yang rendah dan ancaman yang cukup rendah. *Key Activities* PT.Bonli Cipta Sejahtera sudah baik karena memiliki kelemahan yang rendah dan ancaman yang rendah. *Key Partnerships* PT.Bonli Cipta Sejahtera sangat baik karena memiliki kekuatan yang sangat tinggi dan kelemahan yang sangat rendah. *Customer Segment* PT.Bonli Cipta Sejahtera sudah baik, namun terdapat peluang yang tinggi yang harus dimanfaatkan oleh PT.Bonli Cipta Sejahtera. *Channel* PT.Bonli Cipta Sejahtera sudah baik namun memiliki peluang yang sangat tinggi untuk menjangkau pelanggannya lebih baik lagi. *Customer Relationship* PT.Bonli Cipta Sejahtera sangat baik karena memiliki kekuatan yang sangat tinggi.

Gambaran model bisnis yang ditawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera jika ditinjau dari aspek-aspek *Business Model Canvas*.

Customer Segment mengalami penambahan untuk kalangan menengah kebawah karena terdapat peluang yang dapat diambil untuk mendapatkan pendapatan yang lebih besar. *Value Propositions* memiliki peluang sangat tinggi maka ditawarkan agar PT.Bonli Cipta Sejahtera memberikan varian jenis kue baru kepada pelanggannya. Saluran yang baru yang ditawarkan dalam penelitian ini adalah personal communication. Dalam hal ini dirasa cukup efektif karena akan lebih tepat sasaran, *Customer Relationship* dinilai memiliki peluang yang tinggi. Strategi baru yang ditawarkan yang pertama adalah dengan lebih mengencangkan lagi promo-promo seperti *discount*. Karena dengan *discount* dinilai akan lebih membuat PT.Bonli Cipta Sejahtera menjalin hubungan baik dengan pelanggannya. Strategi yang ditawarkan kedua adalah menjalin hubungan dengan menggunakan *News Letter*. *Revenue Streams* yang ditawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera yang pertama menambah pendapatan dari *delivery service* karena pada saat ini pelanggan memerlukan sistem pembelian yang serba instan maka *system delivery* diperlukan dalam proses penjualan PT.Bonli Cipta Sejahtera. Strategi yang ditawarkan kedua adalah membuat anak perusahaan dibawah PT.Bonli Cipta Sejahtera strategi ini dapat menambah pendapatan perusahaan dan efisiensinya. Strategi *Key Resource* yang ditawarkan PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah sistem IT. Strategi ini ditawarkan agar perusahaan menjadi lebih efisien dan juga dapat bersaing dengan pesaing. Strategi *Key Activities* yang ditawarkan pada PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan melalui IT. Karena PT.Bonli Cipta Sejahtera harus lebih meningkatkan sistem IT yang dapat membuat perusahaan menjadi lebih efisien. Strategi *Key Partnerships* yang ditawarkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah menjadikan media online dan Offline sebagai mitra utama perusahaan. Hal ini akan menambah pendapatan perusahaan Strategi *Cost Structure* yang ditawarkan untuk PT.Bonli Cipta adalah menambah biaya untuk IT. Pemabahan untuk biaya IT ini dirasa penting agar perusahaan dapat mengotomasisasi seluruh kegiatan perusahaan.

Daftar Pustaka :

- [1] Akdon. (2011) *Strategic Management For Educational Management*. Bandung: Alfabeta.
- [2] Budiarta, K. (2009) *Pengantar Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media
- [3] David, R. (2010) *Manajemen Strategi*. Jakarta: Salemba Empat
- [4] Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation: Membangun Model Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [5] Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas : Penerapan di Indonesia*. Jakarta: PPM