

**IMPLEMENTASI *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA
BISNIS KULINER MAEM BREAD AND MILK**

Muhamad Nafis Khan ¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas
muhamadnaviskhan@gmail.com

Rici Solihin ²

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ekuitas
rici.solihin@ekuitas.ac.id

Abstract

Culinary is the second largest sub-sector of the creative economy with a percentage of 13.94% and is also a separate market for creative economy actors, especially in the city of Bandung, West Java with a percentage of 17.59%, ranking first as the largest city/district in the distribution of creative economy actors. in West java. Competition in the culinary cafe business in the city of Bandung is very tight, this is because many entrepreneurs are starting cafe businesses in the city of Bandung due to the increasingly strong perception of the city of Bandung as a culinary center, therefore by applying the Business Model Canvas to companies, explain what factors are be considered by company managers, and explain what are the advantages and limitations faced in implementing the Business Model Canvas in companies that will help companies compete. Nine blocks of Business Model Canvas which include customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue relationship, key resources, key activities, key partnership, cost structure.

Keywords: *Implementation, Business, Culinary, Business Model Canvas*



JEMPER (Jurnal Ekonomi
Manajemen Perbankan)
Volume 5
Nomor 1
Halaman 52 - 58
Bandung, Jan - Juni 2023

p-ISSN : 2655 - 2922
e-ISSN: 2656 - 632X

Tanggal Masuk :
11 Maret 2023
Tanggal Revisi :
15 Maret 2023
Tanggal Diterima :
15 Maret 2023

Abstrak

Kuliner merupakan subsektor ekonomi kreatif terbesar ke dua dengan persentase 13,94% dan juga menjadi pasar tersendiri bagi para pelaku ekonomi kreatif khususnya di Kota Bandung, Jawa Barat dengan persentase 17,59% menempati urutan pertama sebagai Kota/Kabupaten terbesar dalam sebaran pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat. Persaingan Bisnis kuliner kafe di kota bandung sangat ketat, hal ini dikarenakan banyaknya pengusaha yang memulai bisnis kafe di kota bandung dikarenakan semakin kuatnya persepsi kota bandung sebagai pusat kuliner, oleh karena itu dengan menerapkan *Business Model Canvas* pada perusahaan, menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan manajer perusahaan, dan menjelaskan apa saja kelebihan dan keterbatasan yang dihadapi dalam implemetasi *Business Model Canvas* di perusahaan akan membantu perusahaannya bersaing. Sembilan *block Business Model Canvas* yang meliputi *customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue relationship, key resources, key activities, key partnership, cost structure.*

Kata kunci: *Implementasi, Bisnis, Kuliner, Business Model Canvas*

PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan salah satu dari subsektor industri kreatif di Indonesia. Potensi berhasil bagi pelaku ekonomi kreatif usaha kuliner di Indonesia memang sangat tinggi. Karena pada dasarnya kuliner itu sendiri merupakan sebuah kebutuhan dalam menyambung keberlangsungan hidup. Dengan begitu, kuliner menjadi pasar tersendiri bagi para pelaku ekonomi kreatif khususnya di Kota Bandung, Jawa Barat.

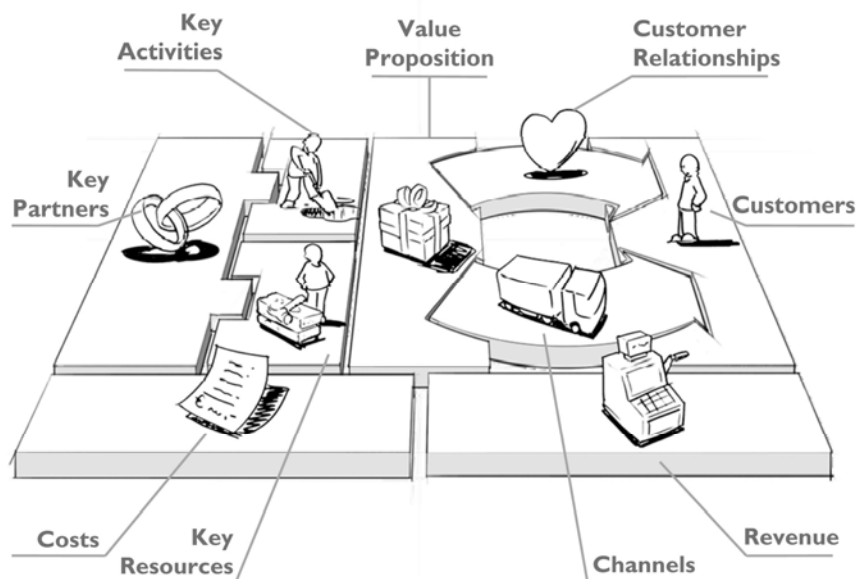
Kuliner merupakan subsektor ekonomi kreatif terbesar ke dua dengan persentase 13,94% dan juga menjadi pasar tersendiri bagi para pelaku ekonomi kreatif khususnya di Kota Bandung, Jawa Barat dengan persentase 17,59% menempati urutan pertama sebagai Kota/Kabupaten terbesar dalam sebaran pelaku ekonomi kreatif di Jawa Barat. (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020)

Industri kuliner di Kota Bandung dari tahun 2018 hingga tahun 2020 mengalami penurunan pada jenis rumah makan dan restoran, namun kafe di Bandung berkembang dari tahun ke tahun. Berdasarkan jenis industri kuliner di atas menunjukkan bahwa industri kuliner kafe memiliki jumlah terbesar dibandingkan dengan industri kuliner lainnya. (opendata.jabarprov.go.id, 2021)

kafe berasal dari bahasa Prancis, secara harfiah kafe adalah minuman (kopi), namun kemudian menjadi tempat dimana Anda tidak hanya dapat minum kopi, tetapi juga minuman dan makanan lainnya. (Diah Adhairani Nasution & Nuri Aslami, 2022). Saat ini semakin banyak produsen kafe yang terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini memaksa para pengusaha kafe untuk berusaha memahami kebutuhan dan keinginan konsumen. (Putri, L. H., Kumadji, S., & Kusumawati, A., 2014) Persaingan bisnis kafe di kota Bandung sangat ketat, hal ini dikarenakan banyaknya pengusaha yang memulai bisnis kafe di kota Bandung dikarenakan semakin kuatnya persepsi kota Bandung sebagai pusat kuliner.

Dengan menerapkan *Business Model Canvas* pada perusahaan, menjelaskan faktor-faktor apa saja yang menjadi pertimbangan manajer perusahaan, dan menjelaskan apa saja kelebihan dan keterbatasan yang dihadapi dalam implementasi *Business Model Canvas* di perusahaan.

Pada saat ini penelitian mengenai *Business Model Canvas* sudah banyak dilakukan oleh para peneliti dikarenakan penelitian mengenai *Business Model Canvas* mulai berkembang dan sangat membantu bagi perusahaan maupun UMKM, diantaranya terdapat beberapa penelitian terdahulu, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Ananda, 2018) *Business Model Canvas* adalah sebagai metode alternatif dalam pembuatan *Business Plan* bagi pengembangan Warkop Brewok. (Utama, 2018) dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Business Model Canvas* adalah dapat bermanfaat sebagai bahan evaluasi dan perancangan sebuah model bisnis baru yang lebih baik bagi usaha yang dijalankan. (Pratama & Yuana, 2022) mengenai penelitian Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Menggunakan BMC (*Business Model Canvas*) menyatakan bahwa dengan menerapkan metode BMC dapat memetakan apa saja yang dibutuhkan suatu perusahaan untuk mengembangkan bisnis yang dijalani.



Gambar 1 Business Model Canvas

Sumber: (Osterwalder & Pigneur, 2012)

Business Model Canvas dapat menggambarkan hubungan sembilan elemen blok, yang meliputi *customer segment*, *value proposition*, *channel*, *customer relationship*, *revenue relationship*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *cost structure* dari model bisnis yang digambarkan secara visual. dengan demikian akan dilakukan inovasi-inovasi pada model bisnis ini agar perusahaan lebih mudah dipahami dan dimengerti.

Berdasarkan fenomena di atas, diperlukan suatu strategi, oleh karena itu dengan menerapkan *Business Model Canvas* sebagai strategi perusahaan dengan tujuan guna memberikan kontribusi guna pengembangan bisnis dalam menghadapi persaingan bisnis pada saat ini.

LITERATUR

Berikut adalah teori-teori yang berkaitan dengan variabel dalam topik penelitian ini yaitu menurut (Osterwalder & Pigneur, 2012) dalam bukunya "*Business Model Generation*" untuk menggantikan konsep bisnis yang kompleks dengan gambaran yang berisi deskripsi pada lembaran kanvas sederhana. Berikut rencana bisnis sembilan elemen yang terdiri dari:

1. **Customer segment**
Pelanggan adalah kelompok untuk kebutuhan dan penawaran yang berbeda karena menentukan kepada siapa produk atau jasa tersebut akan ditujukan.
2. **Value proposition**
Ini menggambarkan gabungan produk dan layanan yang menciptakan nilai unik untuk segmen pelanggan tertentu.
3. **Channel**
Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan, dimana titik sentuh pelanggan sangat menentukan dalam setiap kejadian yang pelanggan alami.
4. **Customer relationship**

Hubungan yang ingin dibangun perusahaan dengan segmen pelanggannya, dengan hubungan pribadi maupun sosial

5. **Revenue relationship**

Merupakan uang tunai yang diterima perusahaan dari setiap segmen pelanggan dengan pendapatan untuk menghasilkan pendapatan.

6. **Key resources**

Merupakan gambaran aset paling penting yang diperlukan untuk model bisnis yang berfungsi yang memungkinkan perusahaan menciptakan dan menawarkan proporsi nilai, menjangkau pasar, memelihara hubungan pelanggan, dan menghasilkan pendapatan.

7. **Key activities**

Menentukan keberhasilan model bisnis, yang menggambarkan kegiatan sebagai hal terpenting yang harus dilakukan agar model bisnis dapat bekerja dengan sukses

8. **Key partnership**

Kemitraan menggambarkan jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berfungsi. karena perusahaan merupakan landasan dari berbagai model bisnis. mengoptimalkan model bisnis, mengurangi risiko, atau memperoleh sumber daya mereka

9. **Cost structure**

Mengenai biaya untuk keperluan operasional bisnis.

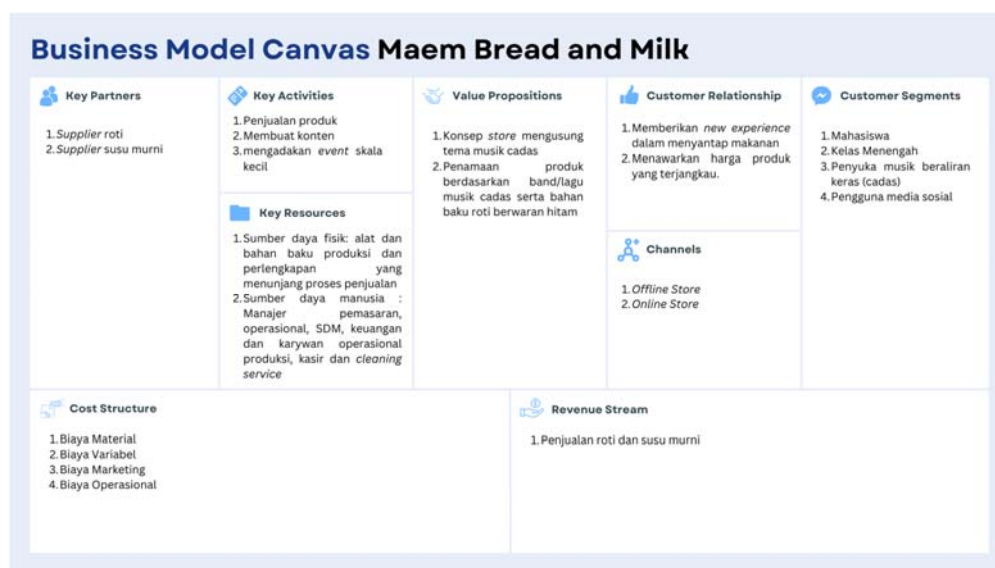
METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu dengan metode kualitatif deskriptif, menurut (Rukin, 2019) penelitian kualitatif deskriptif cenderung menggunakan analisis dengan pendekatan induktif. Namun menurut (Sugiyono, 2022) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang melukiskan menggambarkan, atau memaparkan keadaan objek yang diteliti sebagai apa adanya, sesuai dengan situasi dan kondisi ketika penelitian tersebut dilakukan. Proses penelitian dan penggunaan kerangka teori dilakukan sedemikian rupa sehingga fokus penelitian relevan dengan fakta di lapangan. Selain itu bermanfaat untuk memberikan gambaran tentang latar belakang teori penelitian dan sebagai bahan pembahasan hasil penelitian.

Metode pengumpulan data yang digunakan penelitian ini dapat di bagi menjadi dua bagian, [1] Data primer ini melalui wawancara dengan pihak perusahaan Maem Bread and Milk [2] Data sekunder ini melalui berbagai sumber literatur, seperti buku, internet, jurnal dan lainnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis implementasi *Business Model Canvas* pada bisnis Maem Bread and Milk terdiri dari 9 *block* yang dilakukukan dalam penelitian ini yang dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2 Business Model Canvas Maem Bread and Milk

Sumber: Diolah Oleh Peneliti (2023)

1. *Customer segment*

Pada *block Customer Segment* dari bisnis ini terdiri dari 3 bagian, diantaranya: [1] Segmentasi Demografis, pada segmentasi demografis ini, konsumen yang akan disasar dibagi dalam kelompok-kelompok berdasarkan usia 18-24, jenis kelamin pria, pekerjaan mahasiswa dan tingkat pendapatan Rp.50.000-Rp.4.000.000. [2] Segmentasi Psikografis, pada segmentasi psikografis ini menggunakan psikologis konsumen dalam menyasar pasar, seperti kelas social kelas menengah, gaya hidup seperti menyukai musik beraliran cadas dan pengguna media sosial.

2. *Value proposition*

Value yang diberikan oleh bisnis Maem Bread and Milk adalah konsep *store* mengusung tema musik cadas dengan music yang keras bertujuan agar konsumen mendapatkan *new experience* dalam menyantap makanan. Maem Bread and Milk juga menerapkan tema musik cadas pada produknya. Seperti nama menu setiap produknya diambil dari nama/lagu musik cadas yang diplesetkan sesuai dengan produk yang ditawarkan dan menggunakan produk roti berwarna hitam guna sesuai dengan tema yang diusung.

3. *Channel*

Berikut merupakan *Channels* yang digunakan untuk setiap fase nya: [1] *Offline Store*, Maem Bread and Milk memiliki toko fisik atau *offline store* sebagai tempat untuk beroperasi dalam menjalankan kegiatan usahanya menggunakan konsep yang mengusung konsep musik cadas.[2] *Online Store*, Maem Bread and Milk tersedia dalam layanan pesan makanan *online*, seperti Gofood, Grabfood, Shopeefood, Traveloka Eats.

4. **Customer relationship**

Maem Bread and Milk menjalin hubungan dengan konsumen dengan cara melakukan pelayanan baru dengan konsep *store* bertemakan musik cadas dan memutar lagu cadas guna menciptakan *new experience* bagi konsumen dalam menyantap makanan. Selain itu juga Maem Bread and Milk menawarkan harga produk yang terjangkau.

5. **Revenue relationship**

Revenue relationship untuk bisnis Maem Bread and Milk berasal dari penjualan roti bakar dan susu murni Maem Bread and Milk.

6. **Key resources**

Terdapat dua *key resources* dari bisnis Maem Bread and Milk, diantaranya: [1] Sumber daya fisik yang meliputi bangunan, alat dan bahan baku produksi dan perlengkapan yang menunjang proses penjualan. [2] Sumber daya Manusia meliputi karyawan yang terdiri dari manajer pemasaran, manajer operasi, manajer sumber daya manusia, manajer keuangan dan karyawan operasi yang terdiri dari karyawan produksi 5 orang, 1 orang kasir dan 1 orang *cleaning service*.

7. **Key activities**

Aktivitas utama dari bisnis Maem Bread and Milk yaitu penjualan produk makanan dan minuman itu sendiri. Selain itu Maem Bread and Milk memiliki aktivitas lain seperti membuat konten di sosial media dan juga mengadakan *event* musik dengan skala yang kecil.

8. **Key partnership**

Hubungan antara Maem Bread and Milk dengan para mitra *supplier* bahan baku roti dan *supplier* susu murni merupakan suatu *key partnership* dari bisnis ini, namun belum diterapkan perjanjian secara tertulis dengan pihak mitra.

9. **Cost structure**

Struktur biaya menggambarkan biaya yang dikeluarkan selama perjalanan bisnis. Adapun biaya dalam bisnis Maem Bread and Milk adalah sebagai berikut: [1] Biaya material, berupa interior gerai Maem Bread and Milk, kursi, meja kitchen, meja bar dan lain-lain. [2] Biaya variabel, berupa pembelian alat dan bahan. [3] Biaya *marketing*, berupa biaya iklan promosi di media sosial dan promosi di layanan pesan makanan *online*. [4] Biaya operasional, berupa gaji karyawan dan lain-lain

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa implementasi *Business Model Canvas* pada bisnis Maem Bread and Milk yang terdiri dari 9 (sembilan) *block* dapat menunjang keberlangsungan dari bisnis Maem Bread and Milk itu sendiri, yaitu: [1] *Customer Segment*: Mahasiswa, kelas menengah, penyuka musik beraliran keras(cadas) dan pengguna media sosial [2] *Value proposition*: Konsep *store* mengusung tema musik cadas dan penamaan produk berdasarkan band/lagu musik cadas serta bahan baku roti berwarna hitam [3] *Channel*: *Offline store* dan *Online store* [4] *Customer relationship*:

Memberikan *new experience* dalam menyantap makanan dan Menawarkan harga produk yang terjangkau [5] *Revenue relationship*: Penjualan roti dan susu murni [6] *Key resources*: Sumber daya fisik: alat dan bahan baku produksi dan perlengkapan yang menunjang proses penjualan dan Sumber daya manusia : Manajer pemasaran, operasional, SDM, keuangan dan karyawan operasional produksi, kasir dan *cleaning service* [7] *Key activities* [8] *Key partnership*: Penjualana produk, membuat konten dan mengadakan *event* skala kecil [9] *Cost structure*: Biaya material, biaya variabel, biaya marketing dan biaya operasioanl. Implementasi *Business Model Canvas* yang dilakukan oleh Maem Bread and Milk akan terus berkembang dan dapat berubah mengikuti perkembangan bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ananda. (2018). Analisis Rencana Bisnis Pada Usaha Café (Studi Pada Warkop Brewok). *Universitas Brawijaya*.
- Diah Adhairani Nasution, & Nuri Aslami. (2022). Pembentukan Sistem Informasi Kafe/Restorandengan Menggunakan Metode Supply Chain Management. *Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi Dan Pendidikan*, 1(8).
- Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif. (2020). *Statistik Ekonomi Kreatif 2020*.
- Lily Harlina, P., Srikandi, K., & Andriani, K. (2014). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Monopoli Cafe And Resto Soekarno Hatta Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 15(2), 1.
- Opendata.Jabarprov.Go.Id. (2021). *Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, Dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota Di Jawa Barat*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Pt Elex Media Komputindo.
- Pratama, A. E., & Yuana, P. (2022). Analisis Pengembangan Bisnis Dengan Menggunakan Bmc (Business Model Canvas). *Jurnal Kewirausahaan Dan Inovasi*, 1(2).
- Rukin. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Utama, B. I. (2018). Analisis Model Bisnisusahacoffee Shop Melalui Kanvas Model Bisnis Dan Peta Empati: Studi Kasus Padacoffee Shop Di Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 4(2). <https://doi.org/10.31328/Jim.V4i2.561>