

Pengembangan Bisnis Pada Home Industry Kue Kering "Rose Cookies" Menggunakan Business Model Canvas

Business Development in the "Rose Cookies" Pastry Home Industry Using a Business Model Canvas

Aisyah Cindy Sabila^{1)*}, Yusleli Herawati²⁾, Marieska Lupikawaty³⁾

1) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

2) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

3) Prodi Manajemen Bisnis, Politeknik Negeri Sriwijaya, Indonesia

*Corresponding Email: aisvacndv06@gmail.com

Abstrak

Model usaha memiliki karakter penting dalam mempengaruhi kemampuan usaha untuk menaikan persaingan dan target usaha yang telah ditentukan. Salah satu alat atau model usaha dapat berhasil dipakai ialah *Business Model Canvas (BMC)* yang berpusat pada konsep bisnis dalam mewujudkan nilai usaha. Penelitian ini menganalisa model usaha yang digunakan pada *Home Industry Rose Cookies* serta permasalahan yang dialami oleh *home industry* pada saat penjualan sedang naik turun karena distribusi yang hanya mengandalkan media sosial facebook dan tidak terincinya struktur keuangan. Tujuan penelitian ini untuk membesarkan usaha *home industry* kue kering tersebut. Metode yang diterapkan pada penelitian berikut ialah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara langsung dengan pengusaha *home industry*. Hasil dari penelitian berikut yaitu mengevaluasi 9 elemen *Business Model Canvas* untuk tingkatkan aktivitas pasar dan struktur pembiayaan dalam *home industry* kue kering. Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat untuk menaikan arus pendapatan dan membesarkan usaha supaya dapat berkompetisi di masa mendatang.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, Home Industry, Kue Kering*

Abstract

The business model has an important character in influencing the ability of the business to increase competition and predetermined business targets. One tool or business model that can be used successfully is the *Business Model Canvas (BMC)* which focuses on business concepts in realizing business value. This study analyzes the business model used in the *Rose Cookies Home Industry* and the problems experienced by the *home industry* when sales fluctuate due to distribution that only relies on Facebook social media and the financial structure is not detailed. The purpose of this research is to grow the *home industry* of pastries. The method applied in the following research is descriptive qualitative with data collection techniques through direct interviews with *home industry* entrepreneurs. The results of the following research are evaluating the 9 elements of the *Business Model Canvas* to increase market activity and financing structures in the cookie home industry. It is hoped that this research can be useful for increasing revenue streams and growing businesses so they can compete in the future.

Keywords: *Business Model Canvas, Home Industry, Pastry*

PENDAHULUAN

Home Industry Rose Cookies merupakan usaha yang bergerak di bidang *bakery* yang berlokasi di Jl. Sersan KKO Badaruddin No.1203 Lorong Demi Langka 1, Kota Palembang usaha ini sudah beroperasi sekitar 20 tahun dalam rentang waktu tersebut usaha *Rose Cookies* mengalami kenaikan dan penurunan. Berikut merupakan penjualan pada *Home Industry Rose Cookies* dari 3 tahun terakhir.

Tabel 1 Pendapatan *Home Industry*

Tahun	Jumlah Pendapatan
2020	Rp. 454.730.000,-
2021	Rp. 482.100.000,-
2022	Rp. 567.000.000,-

Sumber *Home Industry Rose Cookies*, 2023

Hal tersebut terjadi dikarenakan adanya pesaing yang mulai bermunculan di daerah sekitar rumah produksi, *home industry* juga menjual berbagai macam kue kering seperti nastar, bangkit, putri salju, kastangel, semprit coklat, skipi dan lain sebagainya. Selain itu, permasalahan yang dialami *home industry* yaitu dengan target distribusi yang hanya mengandalkan *facebook* saja dan tidak terincinya keuangan *home industry*.

Berdasarkan situasi yang dihadapi oleh *Home Industry Rose Cookies* mendorong peneliti untuk membuat rancangan pengembangan bisnis yang baik supaya *Home Industry Rose Cookies* dapat lebih unggul dan menjadi terkenal di

masyarakat luas. Penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* yang meliputi 9 elemen seperti berikut *customer segmentation, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resource, key activities, key relationship partner dan cost structure* untuk menumbuhkan bisnis dengan menstabilkan harga produk. dan mencoba berbagai variasi inovasi untuk memahami peluang yang ada dalam perusahaan.

Berdasarkan penyelidikan yang dilakukan oleh (Fazizah, 2015) dalam rancangan model bisnis *canvas* untuk industri rumahan kue pia dengan menerapkan teori model bisnis *kanvas* menggunakan metode pikiran terbuka agar dapat meningkatkan pendapatan dengan menciptakan metode terbaru dalam mendapatkan pelanggan baru.

Menurut (Indriyani, 2017) mengungkapkan dalam studi dari analisis *canvas* model bisnis pada *Tirotti Bakery* dalam memasarkan produk rotinya dengan menjual roti keliling dengan menggunakan gerobak motor dan mulai fokus berjualan di wilayah-wilayah agar pelanggan mulai mengenal produk yang dijual.

Model bisnis *canvas* pada IKM *QUE QOE* menyatakan bahwa masih diperlukan strategi bisnis untuk meningkatkan dan

mengembangkan bisnis kue yang dijalankan oleh pengusaha (Saragi, 2021)

Menurut (Dhinar, dkk 2021) dalam artikel yang disampaikan dalam konsep pengembangan usaha Roti Bekatul dengan pendekatan Rangkaian Model Bisnis pada usaha Ayusita Bakery mengoptimalkan jalur distribusi yang ada dalam pengiriman produk dari produsen ke konsumen, meningkatkan kualitas tenaga kerja melalui pelatihan dalam pembuatan roti.

Model usaha pada Bestie Cake dengan pendekatan model bisnis rangkaian dari data hasil wawancara dan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti ditemukan fakta bahwa bestie cake telah menerapkan model bisnis rangkaian (Febriyaningrum, Sandy 2021)

KAJIAN PUSTAKA

Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2021 mengklasifikasikan usaha mikro, kecil, dan menengah menurut jumlah modal perusahaan atau menurut hasil usaha tahunan. Usaha mikro dengan modal kerja sampai dengan Rp 1.000.000 per tahun. Perusahaan kecil memiliki modal saham tahunan maksimal Rp 5.000.000.000,-. Perusahaan menengah memiliki modal terdaftar maksimum tahunan sebesar Rp 10.000.000.000.

Menurut Hassanin et al (2010:2) Pengembangan bisnis merupakan suatu

proses yang ditempuh perusahaan untuk meningkatkan kinerjanya dengan memperbaiki karakteristik produk dan layanan, menginovasi produk atau layanan, memasuki segmen pasar yang baru, dan menjalin kerjasama dengan mitra lainnya.

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012), *business model canvas* bertujuan untuk menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan dapat menciptakan, memberikan, dan mengelola nilai dalam kerangka model bisnisnya. Kerangka model bisnis terdiri dari sembilan blok bangunan yang memfasilitasi pencapaian tujuan bisnis. Berikut merupakan penjelasan dari sembilan blok bangunan tersebut, yaitu:

1. Segmen pelanggan

Elemen ini mencakup bagaimana kita mengetahui pelanggan berdasarkan segmen pelanggan, mengapa konsumen tertarik untuk memperoleh produk kita, dan apa saja jenis pelanggan yang ada.

2. Proposisi nilai

Tentukan nilai pada barang, apakah barang tersebut merupakan keperluan pelanggan atau tidak, apakah barang atau pelayanan tersebut bisa memberikan keuntungan bagi pelanggan.

3. Saluran

Elemen saluran ini merupakan media pelanggan supaya dapat mengakses barang atau layanan yang disampaikan melalui berbagai saluran, seperti iklan, media sosial, dan perdagangan elektronik.

4. Hubungan Pelanggan

Faktor ini menjelaskan usaha yang dilakukan untuk mempertahankan pelanggan agar interaksi dapat berjalan dengan baik.

5. Arus Pendapatan

Pendapatan yang diperoleh perusahaan dari operasinya akan diperluas dan dikelola untuk menghasilkan pendapatan dengan menjual barang atau layanan yang dibeli pelanggan dari nilai yang dihasilkan oleh model bisnis.

6. Sumber Daya Utama

Faktor sumber daya utama adalah setiap komponen yang memungkinkan bisnis berfungsi dengan baik sesuai dengan tujuannya.

7. Aktivitas utama

Unsur ini diperlukan atas tindakannya dalam menjalankan kegiatan agar perusahaan dapat berfungsi.

8. Mitra Utama

Dalam komponen ini, pemilik bisnis berkolaborasi dengan mitra lain supaya dapat memenuhi keperluan

bisnis, seperti penyedia bahan mentah, dan sebagainya.

9. Struktur biaya

Berupa jumlah uang yang dibutuhkan untuk mengoperasikan usaha tersebut, seperti biaya bahan mentah, biaya upah pekerja, dan biaya produksi tambahan.

METODOLOGI

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik penelitian kualitatif yang disertai dengan penelitian deskriptif dalam menjelaskan model bisnis *Rose Cookies* dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang menggambarkan dan mempelajari fenomena untuk mengetahui individu, objek, waktu, lokasi, dan proses bagaimana suatu komponen dipelajari (Cooper & Schindler, 2014). Sumber data pada penelitian adalah data primer yang didapatkan dengan wawancara langsung kepada pemilik usaha. Wawancara adalah dialog yang terjadi antara dua belah pihak, yaitu pihak yang bertanya yang disebut sebagai pewawancara dan pihak yang menjawab yang disebut sebagai terwawancara (Moleong, 2010). Informasi pendukung lainnya seperti dari artikel, publikasi serta jaringan internet yang mendukung penelitian.










HASIL

Penelitian ini menganalisa model bisnis yang dijalankan oleh *Home Industry Rose Cookies* dan kemudian dipetakan

dalam *business model canvas*, dapat dilihat secara lengkap pada tabel dibawah ini hasil identifikasi *bussiness model canvas*:

Business Model Canvas (BMC)
Home Industry Kue Kering "Rose Cookies" 89 Palembang

Bisnis Model Canvas : *Home Industry Kue Kering Rose Cookies Palembang*

<p>Key Partners </p> <p>a. <i>Supplier</i> bahan baku (tepung, telur, margarine atau mentega). b. <i>Supplier</i> kemasan toples plastik. c. Mitra kue kering.</p>	<p>Key Activities </p> <p>a. Membeli bahan baku , memproduksi kue, mengemas kue, mengantar kue. b. Melaksanakan promosi</p>	<p>Value Proposition </p> <p>a. Cita rasa yang khas b. Varian rasa beragam c. Biaya antar pesanan gratis</p>	<p>Customer Relationships </p> <p>a. Memberikan promosi dan potongan harga b. Memberikan informasi atau <i>update</i> media sosial (<i>facebook</i>)</p>	<p>Customer Segments </p> <p>a. Ibu rumah tangga b. Pelanggan media sosial</p>
<p>Cost Structure</p> <p>a. Gaji karyawan b. Bahan baku c. Overhead pabrik</p>	<p>Key Resources </p> <p>a. Peralatan masak dan mesin yang memadai b. Tenaga kerja yang ahli c. Memiliki resep pribadi</p>	<p>Revenue Streams </p>	<p>Channels </p> <p>a. Menyebarkan brosur b. Postingan <i>facebook</i> c. <i>Sales</i> pasar atau distribusi</p>	<p>pendapatan "<i>Rose Cookies</i>" hanya bergantung dari penjualan kue kering, melalui pembayaran tunai atau transaksi m-banking atau via pembayaran lainnya </p>

Gambar 1 BMC *Home Industry Rose Cookies*
Sumber: Penulis 2023

1. *Customer Segments*

Semua kelompok umur selain itu sebagian besar adalah ibu rumah tangga.

2. *Value Propositions*

Kue kering yang dibuat dari bahan yang berkualitas, mempunyai cita rasa yang khas, varian rasa beragam, biaya antar pesanan gratis *Home Industry "Rose Cookies"* juga dapat menerima kritikan dan saran untuk

mengikuti tren yang ada, serta pelayanan yang baik dari pemilik *Home Industry*.

3. *Channels*

Dalam menyampaikan nilai produk kepada pelanggan, *Home Industry Rose Cookies* menggunakan saluran berupa media sosial yaitu dengan menyebarkan foto-foto kue kering di postingan *facebook* dan membagikan selebaran brosur kepada

masyarakat supaya dapat dijangkau lebih luas.

4. *Customer Relationships*

Dalam menjalin hubungan dengan pelanggan pemilik usaha *home industry* mengembangkan koneksi langsung dengan pelanggan dan menyampaikan informasi melalui platform media sosial serta diskon khusus saat melakukan pemesanan dalam jumlah besar.

5. *Revenue Streams*

Pendapatan *Home Industry Rose Cookies* hanya bergantung dari penjualan kue kering saja. Berdasarkan hal tersebut, terdapat beberapa hal yang dapat meningkatkan *home industry* seperti menambah varian kue yang dijual misalnya brownies dan bolu basah khas Palembang. Pendapatan penjualan *Home Industry Rose Cookies* mencapai Rp. 96.420.000,- per bulan produksi *home industry* hanya 5-6 bulan saat perayaan idul fitri dan idul adha saja.

6. *Key Resources*

Pada *Home Industry Rose Cookies*, aset fisik yang diperlukan untuk mendukung kegiatan operasional bisnis adalah peralatan produksi yang komprehensif seperti pemanggang, pengaduk, wadah

plastik segitiga, wadah plastik lainnya, dan sejenisnya. Untuk aset sumber daya manusia *Home Industry Rose Cookies* memiliki 15 karyawan yang sudah ahli dibidangnya dan aset intelektual berupa resep pribadi.

7. *Key Activities*

Aktivitas utama yang dilakukan *Home Industry Rose Cookies* adalah membeli bahan baku, memproduksi kue, mengemas kue, mengantar kue kepada pelanggan, dan melaksanakan promosi. Promosi yang dilakukan melalui media sosial *facebook*, serta proses distribusi dilakukan langsung dan juga melalui *reseller*.

8. *Key Partners*

Agar bisnis berjalan lancar, perlu adanya mitra kunci seperti penjual bahan baku, toko plastik. Pemilik usaha telah berkolaborasi sehingga mereka menjadi mitra dan menjamin pasokan dan mutu produknya. Pemasok bahan mentah bagi pemilik usaha *Home Industry Rose Cookies* adalah Toko Sembako Sharil, Toko Plastik Kencana 3, Lotte Grosir, dan salah satu mitranya Kue Kering Emi.

9. *Cost Structure*

Cost structure berupa pengeluaran untuk upah staf, pengeluaran untuk

bahan mentah, dan pengeluaran untuk keperluan pabrik. Jumlah total pengeluaran yang dikeluarkan *home industry* adalah sekitar Rp. 63.550.000/bulan dengan biaya gaji karyawan Rp. 16.800.000/bulan, biaya bahan baku Rp. 42.150.000/bulan, dan biaya overhead pabrik seperti listrik, gas, serta perawatan mesin Rp. 4.600.000/bulan.

SIMPULAN

Berdasarkan kegiatan penelitian Pengembangan Bisnis Pada *Home Industry Rose Cookies* Menggunakan *Business Model Canvas* menunjukkan bahwa hasil *Business Model Canvas* pada *value proposition* dan *channels* yaitu kualitas produk kue yang baik, banyak varian bentuk dan rasa, layanan jasa antar gratis, tetapi kurangnya promosi di media sosial *facebook* harusnya *home industry* membuat jadwal postingan supaya dapat dijangkau masyarakat luas. *Customer relationship* memiliki hubungan baik pada pelanggan, loyal kepada pelanggan, peralatan produksi mendukung, tetapi segmentasi pasar menjadi berkurang karena bertambahnya pesaing sekitar rumah produksi, serta pada *cost structure* tidak terincinya biaya yang dikeluarkan

sehingga peneliti mencatat biaya pengeluaran supaya *home industry* dapat meneruskan biaya-biaya yang dikeluarkan saat penjualan berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Fazizah. (2015). RANCANGAN BUSINESS MODEL UNTUK HOME INDUSTRY KUE PIA DENGAN MENERAPKAN TEORI BUSINESS MODEL CANVAS. Madura:9-20
- Asmara, W. W. Prasetyo, B. D., Febriani, N. S., Tamitiadini, D. D., Destrity, N. A., Illahi, A. K & Avina, D. A. A. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu: pendekatan tradisional hingga era media baru*. Universitas Brawijaya Press.
- Dhinar A, dkk. (2021). Konsep Pengembangan Bisnis Roti Bekatul Dengan Pendekatan Business Model Canvas Pada Usaha Ayusita Bakery Kabupaten Berau, Kalimantan Timur. *EKLIPTIKA*, Vol.2 No. 1
- Elvlyn, E. (2022). Pengaruh Undang-Undang Cipta Kerja Terhadap Digitalisasi UMKM Di Tengah Pandemi. *Justisi*, 8(2), 82-94.
- Indriyani R & Jessica N. (2017). Analisis Business Model Canvas Pada Tirotti Bakery: AGORA, Vol. 5 No. 3
- Marhaen, D & Elvlyn, E. (2022). Pengaruh Undang-Undang Cipta Kerja Terhadap Digitalisasi UMKM Di Tengah Pandemi. *Justisi*, 8(2), 82-94.
- Moleong, L. J. (2010). Metodologi penelitian kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, Alexander. Pigneur, Yves. (2012). *Business Model Generation: Membangun Model Bisnis*. Jakarta: Elex Media Komputindo
- Sandy TA. Febriyaningrum AG. (2021) Analisis Model Canvas Pada Bestie Cake Dengan

Pendekatan Business Model Canvas.
Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta

Schindler, P. S & Cooper, D. R. (2014). Method
Research Business (12 ed.). McGraw-Hill.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kualitatif.
Bandung : ALFABETA

Tim PPM Manajemen. (2012). Business Model
Canvas. Indonesia: PPM Manajemen.