



STRATEGI PENGEMBANGAN UMKM MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS

Pitri Fauziah

Program studi Manajemen, Universitas Pasir Pengaraian, Pasir Pengaraian, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima : 30 Januari 2020

Disetujui : 27 Juni 2020

Dipublikasikan : 30 Juni 2020

Keywords:

Analisis SWOT.

Business Model Canvas;
strategi

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran usaha penggilingan bakso menggunakan *Business Model Canvas* dan untuk mengetahui strategi model usaha penggilingan bakso dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Metode pengumpulan data pada penelitian ini melalui metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari penelitian SWOT yang dilakukan nilai IFAS+0,75 dan nilai dari EFAS+0,40. Usaha penggilingan bakso berada pada pengembangan (*Growth*) yang dapat mengembangkan Usaha Penggilingan Bakso serta memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya. Pada Desain *Business Model Canvas* usaha penggilingan bakso terdapat satu strategi baru sebagai perbaikan bisnis usaha penggilingan bakso selanjutnya melalui analisis SWOT yaitu strategi SO. Dimana Usaha Penggilingan Bakso memperluas segmen pelanggan serta memanfaatkan media social sebagai alat media promosi. Selanjutnya menghasilkan *Business Model Canvas* baru hasil perbaikan yang dijadikan sebagai strategi alternative yang digunakan untuk pengembangan usaha di masa yang akan datang.

UMKM DEVELOPMENT STRATEGY USING THE BUSINESS MODEL CANVAS

Abstract

This study aims to determine the description of the meatball grinding business using Business Model Canvas and to determine the strategy of the meatball grinding business model using Business Model Canvas. the method of collecting data in this study is throuht observation, interview and documentation. The result of the SWOT study conducted IFAS +0,75 and EFAS +0,40. The Meatball Grinding Business is in development (Growth) which can develop the Meatball Milling Business and utilize all its strenght to seize the maximum opportunity. In the Business Model Canvas design of the meatball grinding business there is a new strategy to improve the the meatball grinding business furthner throught the SWOT analysis, namely the SO strategy. Where the Meatball Grinding Business expands the customer segment and utilizes social media as a promotional media toll. The next step is to produce a new Business Model Canvas that result in improvements that serve as an alternative strategy used for future business development.

✉Alamat korespondensi :

Universitas Pasir Pengaraian

E-mail: pitrimanaiem@gmail.com

ISSN

2684 - 9666 (cetak)

2684 - 8503(online)

PENDAHULUAN

Dunia saat ini terus mengalami perubahan di berbagai sektor seperti halnya Teknologi, Sosial, Budaya, Pendidikan, dan terutama pada sektor ekonomi. Perkembangan di dunia ekonomi terus mengalami perubahan yang cukup signifikan diberbagai negara begitu pula yang terjadi di Indonesia turut berkembang ke arah zaman yang semakin maju. Saat ini, organisasi bisnis terus berkompetisi bukan hanya ditingkat pasar lokal, tetapi sudah memasuki tingkat pasar global.

keberadaan UKM menjadi salah satu terobosan meningkatkan pertumbuhan ekonomi di tengah-tengah masyarakat. Para pelaku bisnis UKM ini diharapkan akan mampu mengurangi angka pengangguran jika melihat fakta lapangan pekerjaan yang semakin terbatas dengan jumlah tenaga kerja yang belum terserap terus bertambah.

Mengacu pada penulisan Purwantoro, Rohmah (2016) ada beberapa persoalan yang menyebabkan menurunnya jumlah UMKM di Rokan Hulu, antara lain:

1. UMKM tidak dapat melakukan efisiensi operasinya, sehingga berhenti beroperasi,
2. Banyak wilayah lain dari UMKM yang memindahkan tokonya untuk mencari peluang
3. Sebagian besar UMKM tidak mampu menahan persaingan dipasar, sehingga berimplikasi pada penurunan kinerja yang dicapai setiap perusahaan.

Upaya untuk menyelesaikan masalah yang dihadapi oleh UMKM yang berlokasi di kabupaten terutama Rokan Hulu perlu analisis bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) karena analisis ini mampu

menjelaskan secara menyeluruh baik dari segi pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, hingga nilai atau produk yang ditawarkan.

Tujuan Penelitian

adapun tujuan penelitian ini yaitu:

1. Untuk Mengetahui Gambaran Model Usaha Penggilingan Bakso dengan Menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk Mengetahui Strategi Pengembangan usaha yang sesuai dan diterapkan pada usaha penggilingan bakso dengan pendekatan *Business Model Canvas*

LANDASAN TEORI, KERANGKA KONSEPTUAL

Oosterwalder dan Pigneur (2010) model bisnis canvas adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, menyerahkan, dan menangkap nilai.

Indikator *Business Model Canvas*

1. *Customer Segmen* (Segmen Pelanggan)

Oosterwalder dan Pigneur (2012:20) *Customer Segmen* (segmen pelanggan) ini merupakan suatu kelompok atau kumpulan orang-orang maupun organisasi berbeda yang ingin dicapai dan dilayani oleh perusahaan.

2. *Value Propositions* (Proposisi Nilai)

Bangunan *Value Propositions* (proposisi nilai) adalah merupakan suatu gabungan antara manfaat produk dan jasa yang menciptakan nilai atau (*value*) untuk perusahaan tawarkan kepada pelanggan secara khusus.

1. *Channel* (Saluran)

Bangunan *Channels* (saluran) ini menjelaskan cara bagaimana perusahaan berinteraksi,

berkomunikasi dan menjangkau pelanggannya untuk memberikan proposisi nilai terhadap produk dan jasa yang perusahaan tawarkan.

2. Costumer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012:28) *Costumer Relationships* adalah blok bangunan yang menggambarkan berbagai jenis hubungan yang dibangun perusahaan bersama segmen pelanggan spesifik.

3. Revenue Streams (Aliran Pendapatan)

Revenue streams adalah pendapatan yang diterima perusahaan dari masing-masing segmen pasar.

4. Key Resources (Sumber Kunci)

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012:34) mengatakan *key resources* merupakan asset yang sangat penting yang diperlakukan untuk membuat bisnis dapat berjalan.

5. Key Activities (Kegiatan Utama)

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012:36), mengatakan blok bangunan *Key Activities* ini menggambarkan bagaimana hal-hal terpenting yang wajib dilaksanakan perusahaan supaya modal bisnis bisa berjalan dengan baik.

6. Key Partnership (Kemitraan Utama)

Key partnership (kemitraan utama) merupakan bangunan yang menjelaskan mengenai jaringan pemasok dan mitra dalam membuat sebuah model bisnis bisa beroperasi.

7. Cost Structure (Struktur Biaya)

Struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis.

Analisis SWOT

Rangkuti (2017:19) analisis SWOT adalah identifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Analisis ini didasarkan pada logika

yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strenghts*), dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weaknesses*) dan ancaman (*threats*).

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian ini dilakukan di Desa Suka Maju Kecamatan Tambusai pada usaha penggilingan bakso. Jenis dan sumber data yang digunakan yaitu: data primer dan data sekunder. Sedangkan sumber data yang digunakan yaitu: *person* (orang), *place* (tempat), dan *paper* (kertas). Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti antara lain: observasi, wawancara dan dokumentasi.

Teknik Analisis Data

Tehnik Analisis Data yang diterapkan dalam penelitian yaitu dengan menggunakan informasi secara keseluruhan dalam model kualitatif perumusan strategi, yaitu IFAS, EFAS, dan Matriks SWOT dimana hal ini adalah sebuah aspek yang dapat membantu dalam mengetahui kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman pada suatu perusahaan dan sebagainya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Objek Penelitian
Sejarah Tempat Penelitian

UMKM Usaha Penggilingan Bakso merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang makanan. Usaha ini berada di Desa Suka Maju Kecamatan Tambusai yang memiliki jumlah penduduk 4547 jiwa (Laki-laki 2334 jiwa & Perempuan 2213 jiwa) dengan jumlah KK 1217 yang cukup padat. Usaha penggilingan bakso pondok

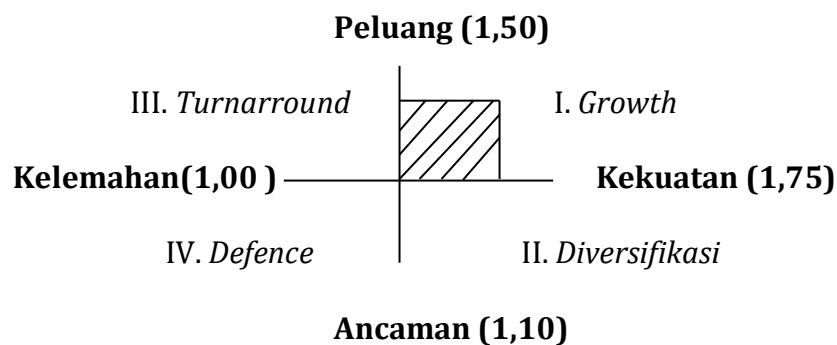
bambu mulai merintis usaha tersebut pada tahun 2010 sampai sekarang. Usaha ini berada di tempat yang strategis sehingga usaha ini berjalan dengan baik. Strategi yang dilakukan oleh pemilik penggilingan bakso tersebut ialah mengutamakan kejujuran serta kualitas dari produk tersebut.

Setelah bobot dan rating pada setiap faktor strategi ditentukan, , maka dilakukan penjumlahan bobot dan rating dengan mengkalikan bobot dan rating sehingga menghasilkan nilai skor dari faktor-faktor strategi tersebut. Kemudian tahap selanjutnya menentukan atau menjumlahkan nilai skor pembobotan tersebut untuk

menghasilkan sub total dari tiap faktor internal kekuatan dan kelemahan. Dari tahapan tersebutlah dapat disimpulkan bahwasanya nilai skor pembobotan untuk faktor-faktor *Opportunity* (peluang) nilai skornya adalah 1,50 dan faktor *Threat* (ancaman) nilai skornya 1,10.

Nilai total skor dari masing-masing faktor dapat dirincikan sebagai berikut: *Strength*; 1,75, *Weakness*; 1,00, *Opportunity*; 1,50, *Threat*; 1,10 maka diketahui nilai *Strength* diatas dan *Weakness* selisih (+) 0,75 dan *Opportunity* diatas dan *Threat* selisih (+) 0,40. dari hasil identifikasi faktor-faktor tersebut dapat digambarkan dalam diagram SWOT berikut ini:

Diagram cartesius



Gambar 1. Diagram Cartecius

Sumber: Diagram Cartecius Hasil Pengolahan Data Internal Dan Eksternal Pada Usaha penggilingan bakso.

Business Model Canvas Perbaikan Usaha Penggilingan Bakso

Business Model Canvas hasil perbaikan ini merupakan suatu pengembangan yang diharapkan sebagai alternatif strategi untuk kelangsungan hidup usaha penggilingan bakso tersebut kedepannya. Dalam model perbaikan ini dihasilkan melalui analisis SWOT ke dalam *Business Model Canvas*.

Dari hasil perbaikan kesembilan bisnis model Usaha Penggilingan Bakso, maka dapatlah perbaikan dari pemetaan gambar model bisnis (*canvas*) yang baru dan dapat digunakan oleh Usaha Penggilingan Bakso kedepannya apabila diperlukan. Adapun perbaikan pada Usaha Penggilingan Bakso adalah sebagaiberikut:

Gambar 4.3
Business Model Canvas Perbaikan Usaha Penggilingan Bakso

Key Partnership <i>Supplier</i> Pemasok Bahan Baku Memiliki Pelanggan Tetap	Key Activities Pembelian Bahan Baku Produksi Pengemasan Penjualan	Value Proposition Harga Terjangkau Pelayanan yang Baik Menggunakan Bahan Baku yang Berkualitas	Customer Relationships Layanan Personal : komunikasi secara langsung	Customer Segment Menjangkau Seluruh Segmen Pelanggan
	key resources sumber daya manusia tempat / alat produksi		Channel Melalui informasi secara langsung Sistem Delivery Memanfaatkan Media Sosial Sebagai Media Promosi	
Cost Structure Biaya Variabel Biaya Tetap Biaya Promosi			Revenue Streams Modal Sendiri Pinjaman Dari Koperasi Hasil penjualan	

Gambar 2 Business Model Canvas Perbaikan Usaha Penggilingan Bakso

Business Model Canvas terdapat strategi baru sebagai perbaikan usaha penggilingan bakso melalui analisis SWOT.

1. Segmen Pelanggan (*Customer Segment*)

Usaha penggilingan bakso agar memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan cara memperluas segmen pelanggan, tetapi harus mempertahankan pelanggan yang ada.

2. Saluran (*Channels*)

Usaha penggilingan bakso harus menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yaitu dengan peningkatan dalam pemasaran seperti memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan usaha penggilingan bakso.

3. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Usaha penggilingan bakso (layanan personal) sangat efektif untuk dilakukan. Tetapi perlu ditingkatkan lagi untuk menjaga kepercayaan pelanggan begitu juga sebaliknya.

4. Kemitraan kunci (*key partnerships*)

Usaha penggilingan bakso menjalin kemitraan dengan *supplier* pelanggan tetap. Maka akan menanggung modal sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan. Oleh karena itu kerja sama atau kemitraan ini dilakukan dengan pemasokan hasil bakso dari tempat produksi untuk dipasarkan lebih lanjut.

5. Aktivitas Kunci (*Key Activities*)

Usaha penggilingan bakso perlu dilakukannya penambahan aktivitas promosi pada usaha tersebut.

6. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Usaha penggilingan bakso perlu dilakukan peningkatan biaya karena

bertambahnya biaya promosi terhadap produk bakso yang ditawarkan.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan Analisis SWOT yang dilakukan nilai skor kekuatan adalah 1,75 dan nilai skor kelemahan nilai skornya 1,00 dengan total IFAS + 0,75 dan nilai skor peluang adalah 1,50 dan nilai skor ancaman nilai skornya 1,10 dengan total EFAS + 0,40.

Usaha penggilingan bakso berada pada kuadran I yang berada pada pengembangan (*Growth*) yang dapat mengembangkan Usaha Penggilingan Bakso serta memanfaatkan seluruh kekuatan untuk merebut peluang sebesar-besarnya.

1. Pada Desain *Business Model Canvas* terdapat satu strategi baru sebagai perbaikan bisnis usaha penggilingan bakso. Selanjutnya melalui analisis SWOT yaitu strategi SO. Dalam perbaikan ini terdapat perubahan model bisnis antara lain:

a. Segmen Pelanggan (*Customer Segmen*)

Usaha penggilingan bakso agar memanfaatkan seluruh kekuatan dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dengan cara memperluas segmen pelanggan, tetapi harus mempertahankan pelanggan yang ada.

b. Saluran (*Channels*)

Usaha penggilingan bakso harus menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman yaitu dengan melakukan peningkatan dalam pemasaran seperti memanfaatkan media sosial sebagai media promosi untuk promosi produk bakso.

c. Hubungan pelanggan (*Customer Relationships*)

Usaha penggilingan bakso (layanan personal) sangat efektif

untuk dilakukan. Tetapi perlu ditingkatkan lagi untuk menjaga kepercayaan pelanggan begitu juga sebaliknya.

d. Arus pendapatan (*Revenue Streams*)

Usaha penggilingan bakso akan mengalami peningkatan karena adanya perluasan segmen pelanggan.

e. Aktivitas Kunci (*Key Activities*)

Penambahan aktivitas promosi pada usaha penggilingan bakso.

f. Kemitraan Utama (*Key Partnerships*)

Apabila Terjalannya kemitraan usaha penggilingan bakso dengan pihak *supplier* maka akan menanggulangi kekurangan modal sehingga dapat memenuhi permintaan pelanggan lebih banyak lagi.

g. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Usaha penggilingan bakso perlu dilakukan peningkatan biaya karena bertambahnya biaya promosi terhadap produk bakso yang ditawarkan.

SARAN

Saran pada penelitian Strategi Pengembangan UMKM Menggunakan *Business Model Canvas* pada Usaha Penggilingan Bakso di Desa Suka Maju adalah sebagai berikut:

Berdasarkan analisis *Business Model Canvas* perbaikan pada usaha penggilingan bakso, sebaiknya dilakukan beberapa perubahan pada indikator *Business Model Canvas* yang dianalisis pada penelitian tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. PT. Asdi Mahasatya. Jakarta.

- Boone, Louis E. Kurtz, David L. (2008). Pengantar Business Contemporary, buku 1. Jakarta: Four Salemba.
- Chesbruoght, H.W, (2006). *Open Business Models: How to Thrive In The New Innovation Landscape*. Boston: Harvard Business School Press.
- Dwi Prasetyo. (2016). Penerapan *Business Model Canvas* Untuk Menciptakan Alternatif Strategi Bisnis Di Dalam Pengembangan Kegiatan Usaha Mikro Kecil Dan Menengah Tahun 2015 (Studi Pada UMKM Home Industry Tempe Dikota Bandar Lampung). Lampung.
- Ermaya, S. K., Darna, N., & Manajemen, P. S. (2019). Strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan *business model canvas* (studi kasus: industri kecil kerupuk), 1(September), 201–218.
- Hermawan, A., & Pravitasari, J. (2003). Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis).
- Hill, Charles W.L. dan Jones, (2010). *Strategic Management* 9th Edition. Canada: South-Western Cengage Learning.
- Hudiya, R.D., & Hidaytullah, D.S. (2018). Formulasi Perancangan Bisnis Sebagai Bentuk Strategi Pengembangan Usaha Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas* (Studi Kasus Pada Ukm Collins Indonesia). eProceedings Of Management, (5(3).
- Khodijah, I. S., & Ghina , A .(2016). Analisis Pengembangan Usaha Kecil Menengah (UMKM) Pada Pengrajin Kursi Sofa Cipacing Dengan Pendekatan Business Model Canvas. eProceedings Of Management , 3(2).
- Kotler, Philip dan Armstrong, (2008). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta: ERLANGGA.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran Terjemahan Edisi 12*. Jakarta: ERLANGGA.
- Lestari, U. (2017). Strategi Pengembangan Usaha Jasa Penginapan Dengan Pendekatan *Business Model Canvas*.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation - Canvas*. Wiley, 280. Retrieved from <http://www.businessgeneration.com/canvas>.
- Osterwalder, Alexander Dan Pigneur, Y Ves Terjemahan (2012). *Business Model Canvas Genertion*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Putri, F.F.T. (2015). *Analisis inovasi model bisnis menggunakan pendekatan Business model canvas*. Bandung: Jurnal Universitas Telkom.
- Rahmana, Arif. (2009). *Peranan Teknologi Informasi Dalam Peningkatan Daya Saing Usaha Kecil dan Menengah*. Jurusan Tehnik Industri, Fakultas Tehnik, Universitas Widyatama Diunduh pada tanggal 27/Januari/2019.
- Rangkuti (2006). *Pengertian dan rancangan diagram analisis SWOT*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Rangkuti, F. (2006). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta. <http://doi.org/10.3975/cagsb.2015.05.08>.
- Rangkuti, Freddy. (2017). *Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Rohmah, R.A (2016). *Used the business model of canvas (BMC) to created alternative strategies in business development of the micro small medium enterprieses*.

- Stepan, Slavik and Richard Bednar. 2014. *Analysis of Business Models. Journal of Competitiveness. University of Economics in Bratislava.*
- Suci, Y.R.(2017). Perkembangan UMKM (Usaha mikro kecil dan menengah) di Indonesia. *Cano Ekonomi*, 6(1), 51-58.
- Sugiyono. (2008). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandi dan Diana, Anastasia. (2001). *Total Quality Management, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2004). Tjiptono, Fandi . & amp; Chandra, Gregory. (2004). Service, Quality dan Satisfaction. Yogyakarta; Andi. *Journal of Business and Management Sciences*, (4), 16-81.
- <https://doi.org/10.12691/jbms-4-4-1>.
- Tjitradi (2015). *Evaluasi dan perancangan model bisnis berdasarkan Business Model Canvas*. Surabaya: Jurnal universitas Kristen petra.
- UU Nomor 20 tahun 2008. Tentang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah. Diakses melalui [http://www.bi.go.id/id/tentang - bi/uu bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf](http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/uu-bi/Documents/UU20Tahun2008UMKM.pdf). Tanggal 10 November 2018 Pukul 11.41 WIB.
- Undang - Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah, Sekretariat Negara RI : Jakarta .