



STRATEGI BISNIS STARTUP DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS

Agri Windy Wulandari¹, Oktapiyana¹, Priskila¹, Kezia Citra¹*

¹ Program Studi Kewirausahaan, Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan, Tawangmangu, Indonesia

*Corresponding Author: *agriwulandari88@gmail.com*

ABSTRAK

Start-up adalah perusahaan rintisan atau perusahaan baru yang sedang dikembangkan. Bagomez adalah start-up kuliner yang didirikan oleh mahasiswa prodi bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan Tawangmangu yang memproduksi dan menjual bakso goreng dengan bahan baku daging ayam. Bagomez sebagai bisnis start-up masih mengalami stagnansi dan belum menghasilkan kinerja yang optimal. Penelitian ini bertujuan dapat menemukan strategi bisnis yang tepat untuk bisnis start-up Bagomez. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan business model canvas melalui wawancara dan FGD (focus group discussion) yang dilakukan terhadap sister company. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komponen-komponen yang terdapat dalam BMC digunakan sebagai strategi bisnis Bagomez sebagai start-up, yang saling berkaitan, terutama pada komponen value proposition, customer segment, revenue stream, channel, dan key activities.

Kata kunci: Bisnis Start-up, Strategi Bisnis, Business Model Canvas (BMC)

ABSTRACT

A start-up is a start-up or start-up that is being developed. Bagomez is a culinary start-up founded by students of the Bukit Pengharapan Tawangmangu Christian Institute of Technology and Business study program that produces and sells fried meatballs with chicken meat raw materials. Bagomez as a start-up business is still experiencing stagnansi and has not produced optimal performance. It aims to find the right business strategy for Bagomez's start-up business. The method carried out is to use a business model canvas approach through interviews and FGDs (focus group discussions) conducted with sister companies. The results showed that the components contained in BMC were used as Bagomez's business strategy as a start-up, which were interrelated, especially in the value proposition, customer segment, revenue stream, channel, and key activities components.

Kata kunci: Start-up Business, Business Strategy, Business Model Canvas (BMC)

1. PENDAHULUAN

Kewirausahaan atau entrepreneurship digalakkan oleh pemerintah selama dekade ini. Kewirausahaan adalah aktivitas penciptaan nilai yang memberikan hasil yang baik dengan melihat peluang bisnis secara cerdas, mengambil risiko darinya, dan memperoleh sumber daya manusia, modal, dan barang yang diperlukan dengan keterampilan manajemen yang baik (Khamimah, 2021). Kreativitas dan inovasi sering dianggap memiliki arti yang sama. Kreativitas adalah penciptaan ide-ide baru sedangkan inovasi adalah kegiatan menerapkan ide-ide baru. Perkembangan kewirausahaan terdiri dari 2 (dua) tahap yaitu tahap awal (*start-up*) dan tahap pertumbuhan (*growth*). Tahap start-up bertujuan untuk mencapainya kesinambungan tujuan dari suatu usaha dan rencana pokok atau menyalurkan ide-ide ke pasar. Ciri – ciri tahap start-up: (1) Fokus pada masa yang akan datang dibandingkan masa sekarang dan usaha-usaha menengah diarahkan untuk jangka panjang; (2) Pengambil resiko yang moderat dengan tingkat toleransi yang tinggi terhadap perubahan dan kegagalan; (3) Kapasitas untuk menemukan ide-ide inovatif yang memberi kepuasan kepada konsumen; (4) Pengetahuan teknik dan pengalaman di bidangnya (Siwi Agustina, n.d.)

Kata start-up yang merupakan berasal dari bahasa Inggris memiliki arti sebuah bisnis yang baru saja dirintis. Start-up adalah, perusahaan rintisan atau perusahaan baru yang sedang dikembangkan (Marikxon 2020 dalam Qona'ah, 2021). Start-up identik dengan usaha yang baru didirikan dan dalam tahap pengembangan untuk mencari potensi pasar dan target market. Produk atau layanan inovatif yang sesuai dengan kebutuhan target pasar merupakan hasil dari kegiatan biniis start-up (Muflikhatus & Waluyo, 2022).

Bagomez adalah start-up kuliner yang didirikan pada tahun 2021 oleh mahasiswa prodi bisnis Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan Tawangmangu. Bagomez merupakan bisnis rintisan yang memproduksi dan menjual bakso goreng dengan bahan baku daging ayam, yang dibuat dalam bentuk yang unik yaitu bentuk mekar ketika digoreng dan tekstur renyah, yang dijual dengan harga Rp 10.000 per porsinya.

Sebagai bisnis start-up yang baru, Bagomez masih belum beroperasi dengan baik, masih belum adanya tim dan mitra bisnis Bagomez yang tetap, Kurang maksimal dalam menerapkan strategi promosi dan pemasaran juga membuat brand produk Bagomez kurang dikenal di masyarakat. Hal tersebut menandakan bahwa bisnis start-up Bagomez masih mengalami stagnansi dan belum menghasilkan kinerja yang optimal, dimana dalam mengembangkan pasar dan menjalin kerjasama dengan mitra bisnis masih diperlukan pengkajian ulang terkait dengan kebijakan dan strategi bisnis agar mampu untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan perkembangan bisnisnya. Tidak hanya itu potensi sumber daya yang berupa aplikasi mobile dan website sebagai platform bisnis juga masih belum optimal dalam pemanfaatannya. Belum adanya rencana model pengembangan bisnis yang baik pada start-up kuliner Bagomez, sehingga diperlukan adanya sebuah rancangan model pengembangan bisnis ke depan yang memadai. Dalam menciptakan strategi model bisnis dapat dengan cara menggunakan analisis BMC (Business Model Canvas) (Muflikhatus & Waluyo, 2022)

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka identifikasi masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran model bisnis Bagomez saat ini menggunakan BMC?
2. Bagaimana rancangan model bisnis Bagomez sebagai strategi bisnis dengan pendekatan BMC?

Penelitian ini bertujuan dapat menemukan strategi bisnis yang tepat untuk bisnis start-up Bagomez

2. TINJAUAN PUSTAKA

Strategi Bisnis

Strategi bisnis merupakan sarana untuk mencapai tujuan organisasi strategic business Unit (SBU), dengan mengidentifikasi kesempatan dan ancaman yang akan dihadapi suatu bisnis atau SBU (Strategic Business Unit) dimasa yang akan datang, serta menggali kemampuan sumber daya

dan keahlian (skill) yang dimiliki organisasi Strategic Business Unit (SBU) yang dapat digunakan untuk menangani kesempatan dan ancaman. Strategi bisnis fokus pada bagaimana bersaing pada industri, produk atau pasar tertentu (Rita Januarwati dan Eddy Poernomo 2014)

Strategi bisnis adalah mengimplikasikan konsep manajemen dari lingkup bisnis, misi, maksud dan tujuan. Pengembangan strategi untuk mempertahankan keunggulan daya saing, mengimplikasikannya dan mengganti strategi untuk menanggapi perubahan baru yang terjadi pada lingkungan merupakan suatu proses yang berkesinambungan (Tripomo 2005)

Sehingga dapat disimpulkan bahwa strategi bisnis adalah suatu hal yang sangat penting dalam melakukan kegiatan usaha dengan maksud mendapatkan keuntungan, kemampuan bersaing, memperoleh pangsa pasar yang diharapkan, serta pencapaian tujuan organisasi.

Business model canvas (BMC)

Model bisnis merupakan sebuah metode dalam operasional bisnis agar perusahaan dapat menghasilkan pendapatan untuk bertahan. "Model bisnis seperti cetak biru (blueprint) untuk strategi yang akan dilaksanakan melalui struktur organisasi, proses, dan sistem".(Warnaningtyas, n.d.)

Business Model Canvas (BMC) adalah gambaran logis mengenai bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menghantarkan dan mendapatkan sebuah nilai. Mampu memvisualkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki merupakan kelebihan dalam analisis Bisnis Model Canvas (Hutamy et al., 2021)

BMC ditampilkan dalam bentuk kanvas yang berisikan 9 (sembilan) elemen yang terdiri dari customer segment, value proposition, channel, customer relationship, revenue stream, key resources, key activity, key partnership, dan cost structure. (Herawati et al., 2019)

Penggunaan Business Model Canvas dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-elemen dengan cara yang lebih menarik. Dengan Business Model Canvas perusahaan bisa mengenali apa yang menjadi value proposition dari perusahaan, serta bagaimana membangun dan menjalankan key activities dan key resources dalam mewujudkan value proposition dan mendapatkan revenue streams, memahami bagaimana mengkomunikasikan produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ketangan konsumen untuk dikonsumsi (Warnaningtyas, n.d.)

3. METODE

Penelitian ini akan menggunakan penelitian study kasus yang terjadi pada pelaksanaan belajar mengajar yang dilaksanakan di Institut Teknologi dan Bisnis Kristen Bukit Pengharapan, Karanganyar. Dimana luaran ini menghasilkan produk usaha untuk di jual di tengah pasar.

Pada tahapan perencanaan bisnis model kanvas, beberapa hal yang harus dilakukan adalah menentukan hipotesis awal komponen-komponen dalam model bisnis kanvas untuk usaha bakso goreng Bagomez, dengan melakukan observasi untuk. Komponen-komponen bisnis dalam model bisnis awal ini kemudian diuji kesesuaianya dengan cara melakukan produksi serta user tester pada produk bakso goreng bagomez, yang dilaksanakan di ITBK Bukit Pengharapan, sehingga diperoleh perubahan-perubahan untuk perbaikan komponen-komponen model bisnis kanvas berdasarkan masukan-masukan dari para dosen pembimbing kewirausahaan ITBK Bukit Pengharapan sebagai user tester.

Tahapan dalam perancangan komponen-komponen dalam model bisnis kanvas untuk produk bakso goreng Bagomez setelah penyusunan hipotesis awal adalah pengujian hipotesis dan verifikasi model bisnis. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan business model canvas melalui wawancara dan FGD (focus group discussion) yang dilakukan terhadap sister company.

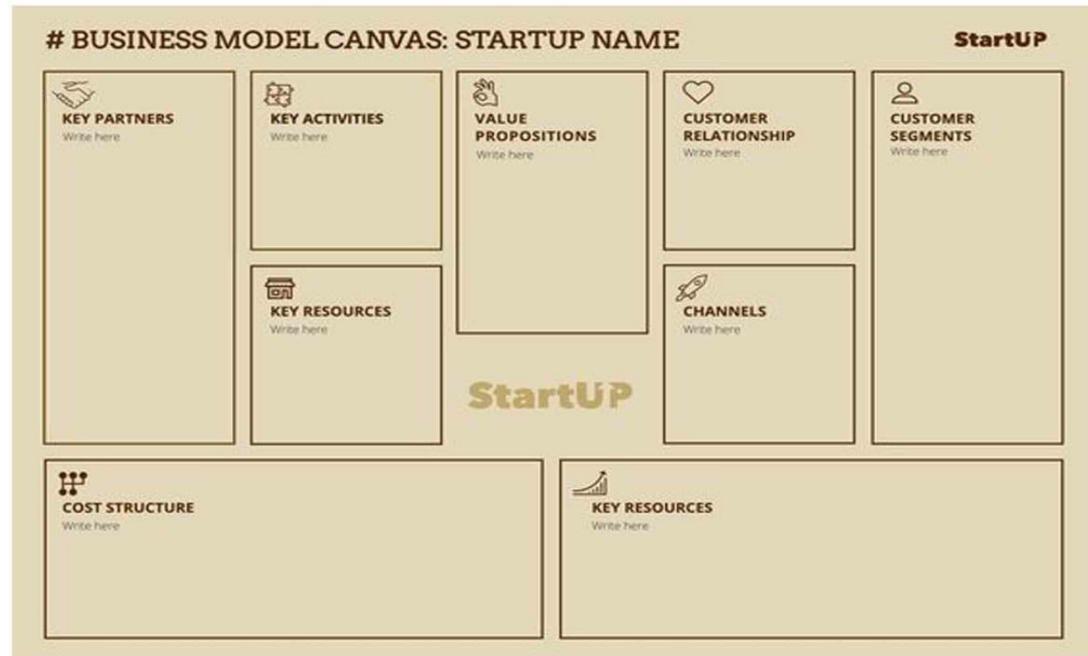


Gambar 1. Alat dan bahan proses produksi bakso goreng "Bagomez"



Gambar 2. Kegiatan User tester dan wawancara dengan sister company

Model bisnis kanvas terdiri dari sembilan komponen bisnis yang dapat dilihat pada Gambar berikut.



Gambar 3. Template Business Model Canvas (BMC)

Model bisnis kanvas memiliki komponen bisnis. Kesembilan komponen bisnis yang ada pada model bisnis kanvas diatas (urut dari kanan ke kiri):

1. Customer segment (CS), yaitu menentukan segmen target customer dari produksi edamame goreng yang akan dikembangkan,
2. Value proposition (VP), yaitu memperkirakan kebutuhan customer yang sudah diidentifikasi pada customer segment,
3. Customer relationship (CR), yaitu mendefinisikan hubungan antara sektor usaha dengan customer,
4. Channel (CH), yaitu suatu cara untuk mencapai customer,
5. Revenue stream (RS) yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap customer segment,
6. Key resource (KR) adalah sumber daya utama yang menjelaskan mengenai asset terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis,
7. Key activities (KA) adalah kegiatan utama,
8. Key partners (KP) adalah kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra,
9. Cost structure (CR) adalah struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis Awal

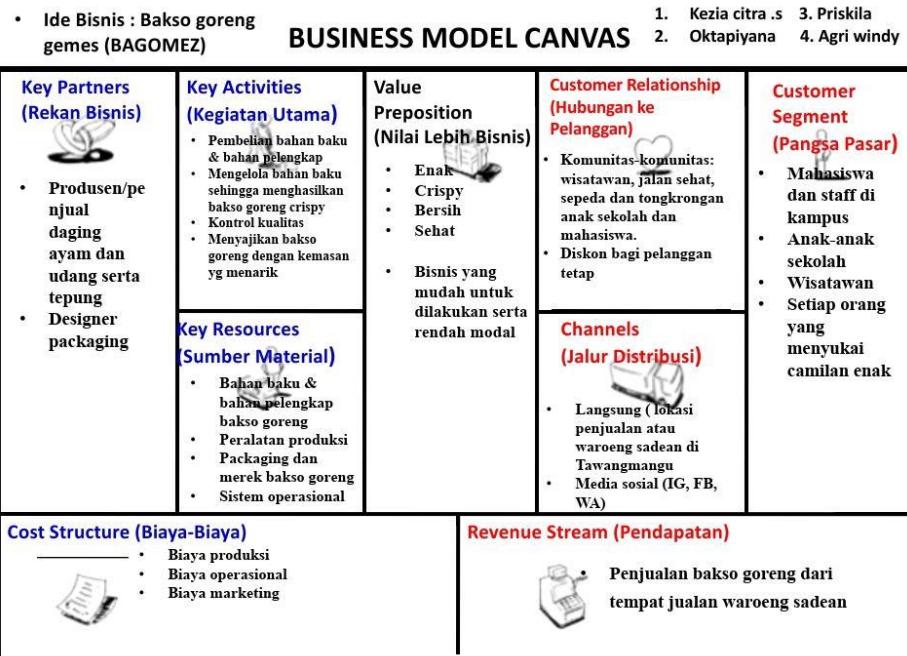
Hipotesis awal dilakukan sebelum konfirmasi kepada dosen pembimbing kewirausahaan ITBK Bukit Pengharapan dan kegiatan user tester, serta wawancara dengan sister company. Hipotesis awal pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Customer Segment (semen) Segmen yang dipilih adalah dalam cakupan niche market yaitu setiap orang yang ingin membeli camilan yang enak dan bergizi, bikin nagih, dan cocok untuk menemanai waktu santai yang pasti setiap orang yang bisa mengkonsumsi daging sapi.
2. Value Proposition (nilai lebih bisnis) Value proposition produk Bagomez yang ingin diberikan adalah menyajikan bakso goreng crispy yang sehat, begizi dan tidak mengandung

- bahan pengawet, membuat bakso goreng crispy yang tentunya bikin nagih, menampilkan kemasan yang menarik dan aman, menyediakan delivery food
3. Customer Relationship (hubungan ke pelanggan) Customer relationship yang dilakukan oleh Bagomez yaitu pejualan secara langsung, diskon bagi pelanggan tetap, menerima delivery order dengan minimal jarak pengantaran 2Km
 4. Key Resource (sumber material) Key resource untuk produk Bagomez meliputi bahan baku dan bahan pelengkap, peralatan produksi, packaging, dan stand jualan
 5. Channel (jalur distribusi) dalam Usaha Bagomez channel yang ingin digunakan, yaitu media sosial (Instagram, Facebook, whatSapp), penjualan langsung (direct Selling)/ menggunakan stand jualan di Tawangmangu.
 6. Revenue Stream (pendapatan) Revenue stream usaha Bagomez yaitu, penjualan bakso goreng, biaya pengiriman dari pemesanan
 7. Key Activities (kegiatan utama) Aktivitas utama dalam usaha Bagomez yaitu, menyediakan bahan baku dan bahan pelengkap, menyediakan stand jualan, mengelola bahan baku sehingga menghasilkan bakso goreng crispy, menyajikan bakso goreng dengan kemasan yang menarik.
 8. Key Partners (rekan bisnis) Key partners usaha Bagomez yaitu, penyedia atau penjual bakso mentah, tenaga kerja.
 9. Cost Structure (biaya-biaya) Cost structure dalam usaha Bagomez yaitu, biaya pembelian stand jualan, biaya pembelian peralatan, biaya pembelian kemasan atau packaging, biaya pembelian bahan baku dan bahan pelengkap.

Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis dengan cara pengujian masalah (test the problem), pengujian solusi (test the solution), dan verifikasi model bisnis, dengan kegiatan bimbingan bersama dosen pembimbing kewirausahaan ITBK Bukit Pengharapan, dan mengikuti kegiatan user tester untuk produk bakso goreng Bagomez, serta wawancara dengan sister company yang usahanya sejenis dengan Bagomez tetapi sudah beroperasi dengan baik dalam waktu yang lebih lama, dengan masukan-masukan yang ada maka dilakukan perbaikan komponen-komponen dalam model bisnis kanvas, pada usaha Bagomez sehingga diperoleh model bisnis kanvas yang terbaru dan berlaku saat ini. Model bisnis canvas dari bagomez terbaru yaitu sebagai berikut

1. Customer Segment, Segmen yang dipilih adalah mahasiswa dan staff di kampus, anak-anak sekolah, wisatawan, dan setiap orang yang menyukai camilan enak.
2. Value Proposition, Value proposition produk Bagomez yang ingin diberikan adalah menyajikan bakso goreng crispy yang enak, crispy, bersih dan sehat, serta bisnis yang mudah untuk dilakukan rendah modal.
3. Customer Relationship, Customer relationship yang dilakukan oleh Bagomez yaitu, komunita-komunitas, wistawan, jalan sehat, sepeda dan tongkrongan anak sekolah dan mahasiswa.
4. Key Resource, Key resource untuk produk Bagomez meliputi bahan baku dan bahan pelengkap bakso goreng, peralatan produksi, packaging dan merek bakso goreng, dan system operasional.
5. Channel, dalam Usaha Bagomez channel yang ingin digunakan, yaitu direct selling atau di lokasi penjualan waroeng sadean di Tawangmangu, media sosial (Instagram, Facebook, whatSapp),
6. Revenue Stream, Revenue stream usaha Bagomez yaitu, penjualan bakso goreng dari tempat jualan Waroeng Sadean.
7. Key Activities, Aktivitas utama dalam usaha Bagomez yaitu, pembelian bahan baku dan bahan pelengkap, mengelola bahan baku sehingga menghasilkan bakso goreng crispy, kontrol kualitas, menyajikan bakso goreng dengan kemasan yang menarik.
8. Key Partners, Key partners usaha Bagomez yaitu, produsen atau penjual daging ayam dan udang serta tepung, dan designer packaging.
9. Cost Structure, Cost structure dalam usaha Bagomez yaitu, biaya produksi, biaya operasional, dan biaya marketing.

**Gambar 1. BMC Bakso Goreng "Bagomez"**

Dengan pendekatan business model canvas ini, komponen-komponen yang terdapat didalamnya digunakan sebagai strategi bisnis Bagomez sebagai start-up, yang saling berkaitan.

5. KESIMPULAN

Perencanaan model bisnis terbaik usaha bakso goreng Bagomez yang paling penting sebagai strategi bisnis Bagomez terletak pada komponen value proposition pada model bisnis kanvas adalah menyajikan bakso goreng yang enak, crispy, bersih dan sehat, serta bisnis yang mudah untuk dilakukan rendah modal. Komponen customer segment adalah mahasiswa dan staff di kampus, anak-anak sekolah, wisatawan, dan setiap orang yang menyukai camilan enak. Komponen revenue stream adalah, penjualan bakso goreng dari tempat jualan Waroeng Sadean. komponen channels yang digunakan pada usaha bakso goreng Bagomez adalah direct selling atau di lokasi penjualan waroeng sadean di Tawangmangu, media sosial (Instagram, Facebook, whatSapp). Komponen Key Activities, Aktivitas utama dalam usaha Bagomez yaitu, pembelian bahan baku dan bahan pelengkap, mengelola bahan baku sehingga menghasilkan bakso goreng crispy, kontrol kualitas, menyajikan bakso goreng dengan kemasan yang menarik.

6. REFERENSI

- Herawati, N., Lindriati, T., Suryaningrat, I. B., Program,), Magister, S., Agroindustri, T., Pertanian, T., Jember, U., Kalimantan, J., Tegalboto, K. B., & Penulis, K. (2019). PENERAPAN BISNIS MODEL KANVAS DALAM PENENTUAN RENCANA MANAJEMEN USAHA KEDELAI EDAMAME GORENG Implementation of Business Model Canvas in Determining on Plan Management of Fried Edamame Business. In *Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana ... Jurnal Agroteknologi* (Vol. 13, Issue 01).
- Hutamy, E. T., Marham, A., Quin, A. N., Alisyahbana, A., Arisah, N., Hasan, M., Ekonomi, P., Ekonomi, F., Bisnis, D., Makassar, U. N., & Artikel, R. (2021). Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z). In *Jurnal Bisnis dan Pemasaran Digital (JBPD)* (Vol. 1, Issue 1).

- Khamimah, W. (2021). Peran Kewirausahaan Dalam Memajukan Perekonomian Indonesia. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 2017. <https://doi.org/10.32493/drdb.v4i3.9676>
- Muflikhatus, S., & Waluyo, R. (2022). PERENCANAAN MODEL BISNIS PADA START-UP “FEME.ID” MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS (BMC). *Jurnal Rekayasa Informasi*, 11(2).
- Qona’ah, S. (n.d.). *Strategi Bisnis Startup Social Enterprise Wahyoo Dalam Menghadapi Situasi Pandemi Covid-19*. <https://doi.org/10.31294/jc.v19i2>
- Siwi Agustina, T. (n.d.). *PERAN INKUBATOR BISNIS PERGURUAN TINGGI DALAM MEMINIMALKAN RESIKO KEGAGALAN BAGI WIRAUSAHA BARU PADA TAHAPAWAL (START-UP)*.
- Warnaningtyas, H. (n.d.). *EKOMAKS : Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif dan Bisnis; E-ISSN: 2580-0043 Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun.* <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>