

## ANALISIS MODEL BISNIS BURGERKUY DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS* MODEL CANVAS

Irvan Kurniawan <sup>1)</sup>, Asni Harianti <sup>2)</sup>

Prodi Manajemen, Universitas Kristen Maranatha Bandung <sup>1) 2)</sup>

1852032@eco.maranatha.edu <sup>1)</sup>, asni.harianti@yahoo.com <sup>2)</sup>

### Abstrak

*PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) sebagai akibat dari adanya COVID-19 berdampak kepada terbatasnya berbagai aktifitas masyarakat di luaran. Situasi tersebut mengakibatkan masyarakat memilih membeli makanan secara online melalui media sosial. BURGERKUY berdiri karena adanya peluang bisnis online. BURGERKUY merupakan bisnis yang menjual burger dengan cita rasa khas serta mengubah pola pikir masyarakat karena produk menggunakan bahan dasar daging ayam dan ikan sebagai pengganti roti. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis BURGERKUY terkait model bisnisnya yakni model bisnis canvas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi dan wawancara. Hasil penelitian ini berupa evaluasi hasil dari analisis SWOT sembilan elemen business model canvas yang memberikan rekomendasi adanya perbaikan pada elemen value proposition dengan menambahkan varian rasa serta menambahkan topping varian baru, channels agar memiliki outlet di Pekanbaru, customer relationships agar mengadakan promo serta mengikuti event kuliner untuk menarik konsumen untuk membeli, key activities untuk melakukan controlling produk, key partnerships untuk bekerja sama dengan foodblogger atau foodreviewer dari Pekanbaru, revenue stream untuk membuka franchise di Pekanbaru.*

**Kata kunci:** Business Model Canvas, bisnis online, analisis SWOT

## ANALYSIS OF THE BURGERKUY BUSINESS MODEL WITH THE BUSINESS MODEL CANVAS APPROACH

### Abstract

*Large-Scale Social Restrictions (PSBB) due to the COVID-19 pandemic have an impact on activities in various public facilities, such as restaurants, malls, tourist attractions and so on. This situation causes people to choose to buy food online through social media. BURGERKUY was founded because of the online business opportunity. BURGERKUY is a business that sells burgers with a distinctive taste and changes people's mindset because the product uses chicken and fish as a substitute for bread. This study aims to analyze the BURGERKUY business model using the business model canvas. This research method uses descriptive qualitative research with data collection techniques in the form of observation and interviews. The results of this study are in the form of evaluating the results of SWOT analysis on nine elements of the canvas business model which provide recommendations for improvements to the element's value proposition by adding flavor variants and adding new variant toppings, channels for having outlets in Pekanbaru, customer relations for holding promos and participating in culinary events for attracting consumers to buy, the main activity is to control the product, the main partnership to work with foodbloggers or foodreviewers from Pekanbaru, the revenue stream to open a franchise in Pekanbaru.*

**Keywords:** Business Model Canvas, online business, analysis SWOT

## A. PENDAHULUAN

Masyarakat di Negara Indonesia mengalami perubahan perilaku selama pandemi covid-19 berlangsung. Masyarakat memiliki kekhawatiran menipisnya persediaan makanan karena aktifitas dan aktifitas yang dibatasi oleh Pembatasan Sosial Berskala Besar. Selain itu masyarakat ketakutan jika pergi membeli bahan makanan keluar rumah dan bertemu banyak orang. Selain rasa ketakutan, berbagai aktifitas masyarakat terbatas, apabila melanggar aturan tersebut maka akan ditegur maupun diberikan sanksi. Sehingga masyarakat lebih memilih untuk membeli makanan *via online* jadi masyarakat tidak perlu keluar rumah sekedar untuk membeli makanan. Setelah pemberlakuan pembatasan ini, masyarakat lebih memilih membeli makanan secara *online via* media sosial (Ardianti et al., 2020)

Promosi dilakukan menggunakan media sosial instagram, dimana media sosial ini menyediakan tempat guna memfasilitasi para pedagang *online* untuk menjual produknya. Kondisi tersebut memberikan ide kepada peneliti untuk melakukan usaha jualan makanan cepat saji dan dapat menjualnya di media sosial yang ramai digunakan masyarakat Indonesia dan menjadi peluang untuk membuka usaha *online*. Banyak jenis usaha yang ditawarkan untuk dapat dijual kepada masyarakat. Usaha-usaha *online* yang saat pandemi diminati antara lain alat-alat kesehatan, kuliner, fashion, jasa pengiriman, serta produk teknologi. Hal-hal ini yang dapat memicu para wirausahawan untuk membuka usaha secara *online* dan menjual produknya di media sosial guna mengikuti *trend*. Menimbang dan memilih usaha serta ide bisnis, akhirnya peneliti memilih usaha kuliner yakni makanan cepat saji khususnya burger. Makanan cepat saji menjadi pilihan utama di bidang kuliner pada masa pandemi. Masyarakat banyak yang ingin membeli *online* agar tidak perlu keluar rumah untuk membelinya (Maxmanroe, 2017).

Metode yang tepat pengimplementasiannya antara lain adalah *business model canvas* (BMC). BMC adalah suatu kerangka kerja sederhana guna mempresentasikan elemen penting dalam sebuah model bisnis, dimana elemen tersebut dapat menjadi satu strategi bisnis yang utuh dalam suatu tabel khusus. Desain tabel tersebut menjadi salah satu keunggulan guna mempermudah penggambaran komponen bisnis. *Business model canvas* dapat memberikan manfaat bagi perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value propositions*, bagaimana membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* dalam menciptakan, mendapatkan dan memahami *value proposition*, *revenue streams*, serta bagaimana produk yang ditawarkan oleh perusahaan dapat dikomunikasikan dengan baik ke konsumen sehingga sampai ke tangan konsumen untuk dikonsumsi. Elemen-elemen penting pada *business model canvas* yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, *cost structure* (Wardhana, 2018).

Menurut (Maulana Adieb, 2021) model bisnis mendeskripsikan isi, tata kelola dan struktur berasal dari transaksi-transaksi yang telah dibuat dan menciptakan suatu nilai dengan eksploitasi peluang usaha. Model bisnis yang sering dipergunakan sekarang guna

merancang model usaha buat usaha yang berubah secara bergerak maju merupakan menggunakan *business model canvas*. *Business model canvas* bisa mempelajari semua elemen bisnis dalam suatu perusahaan serta menyesuaikan elemen model bisnis dengan cepat ketika terjadi suatu perubahan dalam bisnis. *Business model canvas* juga dapat dipergunakan menjadi alat yang dapat memberikan usulan atau rancangan contoh bisnis baru (Zafriana, 2019). Guna memudahkan dalam menganalisis *business model canvas* dapat melakukan analisis SWOT (*strenght, weakness, opportunity, threats*) (Sugi Priharto, 2019).

Permasalahan yang dialami BURGERKUY berkaitan dengan banyaknya kompetitor membuka bisnis *online* yang membuat produk tidak jauh berbeda, dan penjualan yang dilakukan hanya melalui media sosial menggunakan *platform* instagram yang dinilai kurang efektif, sehingga dapat mempengaruhi strategi yang diterapkan. Masalah tersebut yang akhirnya melatarbelakangi peneliti melakukan inovasi guna mengembangkan serta mempertahankan bisnis secara berkelanjutan.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Febriyaningrum, 2021) menunjukkan bahwa evaluasi serta rekomendasi contoh usaha *bestie cake* yang diperoleh melalui analisis SWOT pada ke sembilan elemen *business model canvas* buat menaikkan kualitas pelayanan. Dengan adanya penelitian ini, dapat memberikan manfaat guna untuk meningkatkan aliran pendapatan serta mengembangkan bisnis sehingga dapat bersaing di masa mendatang. Penelitian Wardhana (2018) mengungkapkan hasil dari analisa *business model canvas customer segments*, Resto Rumah Soto Padang memiliki target pelanggan dari anak-anak sampai orang dewasa mulai dari kelas bawah hingga atas, *value propositions* menggunakan bahan makanan yang berkualitas bagus dan harga yang dijual juga terjangkau dengan *channel* penjualan langsung. Resto Rumah Soto Padang mempertahankan hubungan baik dengan pelanggan melalui *personal assistance* serta *delivery order* untuk pelanggan. *Key activities* resto Rumah Soto Padang terletak mulai dari proses produksi sampai penjualan dengan *key resources* yang dimiliki yakni karyawan dan bukti fisik, *key partnership* resto bekerjasama dengan *supplier* bahan baku yang berpengaruh dengan *cost structure* resto berupa biaya produksi sampai penjualan, *revenue streams* pendapatan diterima melalui penjualan. Peneliti mengobservasi bahwa perlu adanya tambahan beberapa cara dari aktivitas dalam kesembilan blok bangunan *business model canvas* dari Resto Rumah Soto Padang.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu tersebut diharapkan dapat memperoleh evaluasi model bisnis BURGERKUY melalui analisis *business model canvas*, serta rekomendasi alternatif strategi melalui analisis SWOT

## B. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yakni penelitian deskriptif kualitatif. Menurut (Sugiyono, 2012) penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada kondisi objek ilmiah sedangkan

deskriptif yakni penelitian yang berguna untuk menyelidiki situasi, kondisi atau hal lain-lain yang sudah disebutkan, yang hasilnya dipaparkan dalam bentuk laporan penelitian. Teknik pengumpulan data primer dilakukan berdasarkan observasi dan wawancara langsung terhadap pelanggan BURGERKUY.

**C. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan data observasi dan wawancara terhadap pelanggan BURGERKUY telah diterapkan (dipetakan) pada model bisnis usaha yang dijalankan dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*. Dari hasil analisis SWOT terhadap *business model canvas* BURGERKUY yang telah dilakukan, hasilnya memberikan rekomendasi berupa temuan beberapa aspek yang perlu dievaluasi yaitu:

The Business Model Canvas				
Key Partners		Key Activities		Value Propositions
<ul style="list-style-type: none"> <li>Jasa Pengiriman melalui Go-jek/Grab</li> <li>Supplier Bahan Baku</li> <li>Toko Packaging</li> </ul> <p><b>Hasil Evaluasi SWOT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Food blogger dan Food Reviewer</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Pembelian proses bahan baku</li> <li>Proses pencatatan yang membeli produk</li> <li>Pengemasan dan dikirim bisa melalui Gojek/Grab</li> </ul> <p><b>Hasil Evaluasi SWOT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Controlling pada saat penjualan</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Harga Terjangkau (Rp 22.000- Rp 30.000)</li> <li>Packaging yang bagus</li> <li>Memiliki cita rasa yang unik</li> <li>Tidak menggunakan bahan pengawet</li> <li>Memiliki logo disetiap packaging</li> </ul> <p><b>Hasil Evaluasi SWOT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Membuat Varian daging sapi</li> <li>Membuat Topping yang menarik</li> </ul>
		Key Resources		Customer Relationships
		<ul style="list-style-type: none"> <li>Peralatan masak yang bersih dan higienis</li> <li>Memiliki kualitas produk yang baik</li> <li>Packaging yang aman agar saat sampai konsumen</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>Instagram</li> <li>Pelanggan dapat memberi saran dan kritikan</li> </ul> <p><b>Hasil Evaluasi SWOT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Promo buy 1 get 2</li> <li>Event Kuliner</li> </ul>
				Customer Segments
				<ul style="list-style-type: none"> <li>Anak Anak (7 tahun keatas)</li> <li>Laki-Laki dan Wanita</li> <li>Remaja dan Dewasa</li> <li>Mahasiswa</li> <li>Penggemar Burger</li> <li>Teman</li> </ul>
Cost Structure			Revenue Streams	
<p><u>Biaya Tetap:</u> Biaya listrik dan air</p> <p><u>Biaya Variabel:</u> bahan baku (Daging ayam, Daging ikan dori, jamur, selada, timun, saus mayonaise, saus barbeque, saus sambal, saus tomat, minyak goreng, stiker logo, packaging dan biaya transportasi)</p>			<ul style="list-style-type: none"> <li>Penjualan Online</li> </ul> <p><b>Hasil Evaluasi SWOT:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Melakukan Franchise</li> </ul>	

**Gambar 2 Rekomendasi Business Model Canvas**

Sumber: Pustaka (2021)

**1. Segmen Pelanggan (Customer Segment)**

Kekuatan pada elemen ini yaitu konsumen dari segi demografis mulai dari anak-anak sampai dengan dewasa, baik laki-laki maupun perempuan yang bisa menjangkau harga BURGERKUY antara Rp. 22.000 hingga Rp. 30.000. Kelemahannya pelanggan bisa berpindah ke pesaing lain karena adanya produk yang sama yang ditawarkan oleh kompetitor. Peluang guna mencapai segmen konsumen baru yaitu konsumen perkantoran. Ancamannya yakni semakin banyak kompetitor yang membuat bisnis *online*.

## 2. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Kekuatan pada elemen proposisi nilai yaitu pelanggan dapat mencoba produk burger yang memiliki cita rasa yang unik, tidak memakai bahan pengawet serta mendapat *packaging* yang menarik. Kelemahan BURGERKUY yakni masih belum mempunyai pelanggan yang melakukan pembelian secara rutin. Peluangnya yaitu dapat membuka cabang baru di luar daerah Pekanbaru, agar pelanggan lebih mudah memesan langsung. Ancamannya yaitu kompetitor dengan produk sejenis memberikan penawaran harga lebih murah.

## 3. Saluran (*Channels*)

Kekuatannya adalah pendistribusian yang sudah termasuk efektif karena telah mempunyai alat transportasi sendiri guna mengantar pesanan ke konsumen. Kelemahannya, jika mengirim menggunakan gojek maupun grab banyak produk rusak sampai di pelanggan. Peluangnya yaitu dengan menambah alat transportasi dengan tujuan agar saat pengiriman pesanan bisa sampai tepat waktu dan tidak rusak. Ancaman sampai saat ini masih belum ditemukan.

## 4. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Kekuatannya adalah BURGERKUY mempunyai hubungan yang kuat dengan konsumen karena BURGERKUY memberikan bonus pengurangan harga kepada pelanggan yang sering membeli burger. Kelemahannya yaitu BURGERKUY masih belum dikenal di luar daerah Pekanbaru. Peluangnya adalah dengan adanya peningkatan ketertarikan konsumen yang menyukai makanan *fast food*. Ancamannya yakni terganggunya hubungan antara pelanggan yang dikarenakan adanya kesalahan teknis karena yang diinginkan tidak sesuai dengan yang diminta.

## 5. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Kekuatan yaitu BURGERKUY mempunyai keuntungan besar dari segi penjualan karena harga yang ditetapkan telah cukup membuat pelanggan tertarik. Kelemahannya adalah BURGERKUY kesulitan membuat prediksi pendapatan, karena pendapatannya tergantung dari jumlah pemesanan. Peluangnya adalah adanya kemungkinan untuk membuka *franchise*. Ancamannya yaitu hanya tergantung pada satu pendapatan saja yaitu jualan burger.

## 6. Sumber Daya Kunci (*Key Resources*)

Kekuatannya berupa peralatan dan perlengkapan masak yang bersih dan higienis, kualitas produk baik, *packaging* yang aman sampai di tangan konsumen. Kelemahannya yaitu proses produksi dengan mudah bisa ditiru oleh pesaing lain. Peluangnya adalah mendapatkan *supplier* bahan baku yang lebih murah. Ancaman dengan banyaknya pesaing yang membuat bahan baku sulit diperoleh.

#### 7. Aktivitas Kunci (*Key Activites*)

Kekuatan pada elemen aktivitas kunci yaitu kualitas produk yang baik dan *packaging* yang aman sampai ke pelanggan. Kelemahannya yaitu dalam menata produk makanan membutuhkan waktu yang tidak efisien dan lama. Peluangnya adalah adanya peralatan modern yang lebih canggih. Ancamannya adalah aktivitas produksi dapat terganggu karena pemasok telat mengirim bahan baku.

#### 8. Mitra Kunci (*Key Partnerships*)

Kekuatannya adalah adanya kerja sama dengan jasa pengiriman gojek/grab, bekerja *sama* dengan *supplier* bahan baku serta toko *packaging*. Kelemahannya yaitu belum ada perjanjian secara tertulis dengan pihak mitra. Peluangnya adalah bisa membuat perjanjian secara tertulis dengan para mitra. Ancaman yang muncul adalah adanya ketakutan kehilangan salah satu mitra usaha jika terjadi *misscommunication*.

#### 9. Struktur Biaya (*Cost Structure*)

Kekuatannya masih belum ditemukan. Kelemahannya yaitu pembiayaan tidak dapat diprediksi karena masih tergantung jumlah pemesanan. Peluangnya adalah dapat dilakukan pengurangan pembiayaan dengan mempunyai transportasi sendiri. Ancamannya yaitu adanya biaya yang tidak terduga.

### D. SIMPULAN DAN SARAN

#### Simpulan

##### 1. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)

Responden memberikan usulan untuk menambahkan varian daging sapi dan *topping* yang bervariasi serta membuat inovasi baru agar konsumen tidak bosan.

##### 2. Saluran (*Channels*)

Responden memberikan usulan membuka *outlet* di Pekanbaru, karena dengan membuka *outlet* di Pekanbaru konsumen dapat berhubungan langsung dengan BURGERKUY sehingga pemesanan dapat dilakukan secara langsung.

##### 3. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationships*)

Responden memberikan usulan adanya promo beli satu dapat 2 kepada konsumen *loyal* dan juga responden mengusulkan untuk selalu mengikuti *event-event* kuliner yang ada di kota Pekanbaru.

##### 4. Arus Pendapatan (*Revenue Streams*)

Responden memberikan usulan agar membuka *franchise* untuk mendapatkan keuntungan yang meningkat dan nama BURGERKUY jadi lebih dikenal luas.

##### 5. Aktivitas Kunci (*Key Activites*)

Pada elemen aktivitas kunci, responden memberikan usulan untuk melakukan *controlling* atau memantau proses penjualan agar tidak terjadi kesalahan.

#### 6. Mitra Kunci (*Key Partnerships*)

Pada elemen kemitraan utama, responden mengusulkan untuk bermitra kerja dengan *food blogger* dan *food reviewer* di kota Pekanbaru karena dengan adanya mereka kita mendapatkan *exposure* dari *food blogger* dan *food reviewer* agar BURGERKUY bisa dikenal lebih luas

#### Saran

1. BURGERKUY harus memikirkan kegiatan promosi yang lebih baik dan sesuai dengan target pelanggannya, dengan adanya promosi target pelanggannya akan semakin banyak untuk mencoba produk BURGERKUY
2. BURGERKUY sebaiknya menawarkan produk untuk *event – event* atau acara yang ada di seperti acara festival dan acara bazar

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Ardianti, Suwandewi dan Danini (2020). *Bisnis Kuliner Online, Solusi Usaha di Tengah Pandemi Covid-19. Proseding Webinar Nasional Peranan Perempuan/Ibu Dalam Pemberdayaan Remaja di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Asmiati, M. (2021). *Strategi Pembangunan Bisnis Burger Risna di Gemah Semarang*. Universitas Muhammadiyah Semarang.
- Bayar, S. (2018) *Analisis Bisnis Model Kanvas pada Kadutan Koffie Bandung*.
- Christanti, Y., Umar, A., Sasongko, A.H., dan Widyastuti, I.T. (2017). Business Model sebagai Strategi Bersaing untuk Pelaku Bisnis Pemula, Studi Kasus : Bisnis Hijab. *Buletin Bisnis & Manajemen*.
- Febriyaningrum, A.G. (2021). *Analisis Model Bisnis pada Bestie Cake dengan Pendekatan*.
- IREAP. (2020). *Apa itu Analisis SWOT ? Manfaat dan Contohnya*.
- Jayati, Melyana, Zein, Jihan, Puji, Sari, *Penerapan Analisis SWOT pada Wilton Café & Resto*.
- LinovHR. (2020). *Business Model Canvas : Pengertian, Tujuan, Manfaat dan Contoh*.
- Maulana Adieb. (2021). *Business Model: Pengertian, Manfaat, dan Macam-macamnya*.
- Maxmanroe. (2017). *Ide Usaha Makanan Kekinian Paling Laris di Tahun 2021*.
- Rio Qofi. (2021). *Apa Itu Business Model Canvas, 9 Elemen dan Tujuan BMC-POST*.
- Sugi Priharto. (2019). *Analisis SWOT : Pengertian, Metode Analisis dan Contohnya*.
- Sugiyono (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*