

***BUSINESS MODEL CANVAS USAHA PRODUK MINUMAN SERBUK KEDELAI
NEW MANDALA 525
(Studi Kasus di CV. Intan Alami, Kabupaten Garut)***

***BUSINESS MODEL CANVAS SOYBEAN POWDER BEVERAGE PRODUCT
BUSINESS NEW MANDALA 525
(Case Study at CV. Intan Alami, Garut Regency)***

Maura Zhafira Putri*¹, Dini Rochdiani², Eka Purna Yudha², Pandi Pardian²

¹Program Studi Agroteknopreneur, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung – Sumedang Km 21, Jatinangor 40600

²Departemen Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Padjadjaran
Jl. Raya Bandung – Sumedang Km 21, Jatinangor 40600

*Email: maura19002@mail.unpad.ac.id

(Diterima 23-06-2023; Disetujui 24-07-2023)

ABSTRAK

Kedelai adalah salah satu komoditas pangan sebagai sumber protein nabati yang memiliki kandungan gizi yang baik. Produktivitas kedelai mengalami kenaikan sejak tahun 2019. Dalam menjalankan usahanya CV. Intan Alami membutuhkan suatu strategi usaha yang tepat untuk bisa mengenalkan kembali produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan keragaan usaha produk minuman dan menyajikan model bisnis produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*. Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus di CV. Intan Alami, Kabupaten Garut. Analisis data yang digunakan yaitu bisnis model canvas usaha produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*. Hasil penelitian menunjukkan keragaan usaha produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* dilihat dari pendekatan yang berkaitan dengan produk, harga, distribusi/tempat/lokasi, promosi, sumberdaya manusia (SDM) dan sumber permodalan usaha, minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* merupakan produk minuman kedelai bubuk yang terbuat dari 100% biji kedelai, penjualan dilakukan secara langsung dan melalui distributor dengan kegiatan promosi melalui media elektronik. Sumber daya manusia didapat dari hasil rekrutmen dan kerja sama dengan mitra, sumber permodalan usaha menggunakan milik pribadi dan hasil perjanjian kerja sama. Pemetaan sembilan elemen *business model canvas* menunjukkan bahwa produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* merupakan produk unggul yang memiliki proporsi nilai untuk dapat bersaing dipasaran dengan segmentasi pelanggan yang cukup luas. Memiliki mitra kerja sama yang dapat diandalkan menjadi pendukung dalam membangkitkan kembali usaha minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*.

Kata kunci: *Business model canvas*, kedelai, minuman serbuk kedelai

ABSTRACT

Soybean is one of the food commodities as a source of vegetable protein which has good nutritional content. Soybean productivity has increased since 2019. In running its business, CV. Intan Alami requires an appropriate business strategy to be able to reintroduce the New Mandala 525 soybean powder beverage product. The purpose of this study is to describe the performance of the beverage product business and present the business model for the New Mandala 525 soybean powder beverage product. The research method used is a case study at CV. Natural Diamond, Garut Regency. The data analysis used is the business model canvas for the New Mandala 525 soy powder beverage product business. The results show the performance of the New Mandala 525 soybean powder beverage product business seen from approaches related to product, price, distribution/place/location, promotion, human resources (HR) and source of business capital, New Mandala 525 soybean powder drink is a powdered soybean beverage product made from 100%

soybean seeds, sales are made directly and through distributors with promotional activities through electronic media. Human resources are obtained from the results of recruitment and collaboration with partners, business capital using private property and the results of cooperation agreements. The mapping of the nine elements of the business model canvas shows that the New Mandala 525 soybean powder beverage product is a superior product that has a value proposition to be able to compete in the market with a fairly broad customer segmentation. Having partners who can be relied upon to become supporters in reviving the New Mandala 525 soybean powder beverage business.

Keywords: Business model canvas, Soybean, soybean powder beverage

PENDAHULUAN

Kedelai adalah salah satu komoditas pangan yang memproduksi protein nabati yang aman untuk dikonsumsi dan banyak dibutuhkan, karena memiliki kandungan gizi yang baik dan harganya yang cenderung murah (Septifani & Umam, 2018). Kedelai menduduki urutan ketiga sebagai tanaman pangan terpenting setelah padi dan jagung di Indonesia. Produktivitas kedelai mengalami kenaikan sejak tahun 2019 hingga 2021. Mengenai luas panen, produksi, dan produktivitas kedelai di Jawa Barat pada tahun 2019 hingga 2021 dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Luas Panen, Produksi, dan Produktivitas Kedelai di Jawa Barat pada Tahun 2019-2021

Indikator	2019	2020	2021
35682.00	70719.00	60172.00	
51172.00	115261.00	98938.00	
14.34	16.30	16.44	

Sumber : BPS, 2021

Adapun tercatat di Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021 luas areal tanam kedelai di Jawa Barat adalah 19.172 hektar, dengan total produksi

kedelai 23.039 ton, dan total produktivitas kedelai adalah 238,57 kuintal per hektar. Salah satu pangan olahan yang memiliki potensi untuk dikembangkan adalah minuman kedelai atau sari kedelai. Sari kedelai merupakan sejenis minuman yang terbuat dari kacang kuning, minuman ini berwarna putih kekuningan mirip dengan susu karbohidrat (Arianty & MD, 2019). Sari kedelai tidak dapat dikategorikan sebagai susu karena secara harfiah cairan susu hanya diproduksi oleh kelenjar susu yang terdapat pada mamalia dan manusia. CV. Intan Alami merupakan perusahaan yang mengolah kedelai menjadi produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* yang berdiri sejak 15 September 2006 berlokasi di Kawasan Industri Mdl 525 Group, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Perkembangan Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* yang sangat pesat tidak terlepas dari banyaknya tantangan yang dihadapi, produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala*

525 sempat mengalami penurunan permintaan dari konsumen yang diakibatkan oleh kecerobohan petani kedelai yang melakukan panen sebelum waktunya sehingga menurunkan kualitas produk yang dihasilkan dan juga tidak adanya kegiatan promosi yang dilakukan. Dalam mengusahakan produknya, CV. Intan Alami membutuhkan suatu strategi usaha yang tepat untuk bisa mengenalkan kembali produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* mengingat produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* merupakan produk unggulan hasil produksi CV. Intan Alami, sehingga perlu untuk dikembangkan usahanya melalui model bisnis dalam pemasaran produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* di CV. Intan Alami berdasarkan *Business Model Canvas*. *Business model canvas* adalah media yang dapat membantu seseorang untuk merancang model baru, memperbaiki, dan menerapkan model bisnis secara efektif dan teruji (Osterwalder & Pigneur, 2012). Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan keragaan usaha produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* dan menyajikan pemetaan model bisnis produk minuman serbuk kedelai

New Mandala 525 di CV. Intan Alami menggunakan *business model canvas*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di CV. Intan Alami, Jalan Guntur Melati No. 30, Harupanggung, Kecamatan Tarogong Kidul, Kabupaten Garut, Jawa Barat. Pada bulan Mei 2023 – April 2023.

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari dua sumber yaitu data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diambil langsung dari lapangan oleh peneliti dan diperoleh langsung dari sumbernya. Pada penelitian ini berupa hasil wawancara mengenai usaha Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* di CV. Intan Alami.

Data sekunder adalah data yang tidak langsung bersumber dari sumbernya yaitu diperoleh dari hasil penelusuran studi literatur serta sumber lainnya yang mendukung dan relevan dengan penelitian ini.

Penentuan informan dan responden dilakukan dengan teknik sampling *non probability* atau dilakukan secara sengaja berdasarkan pada berbagai pertimbangan tertentu. Teknik ini dikenal juga sebagai teknik sampling bertujuan atau *purposive sampling* (Nugrahani, 2014).

Pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara:

1. Observasi

Untuk mendukung penelitian yang sedang berlangsung, segala bentuk kejadian, objek, perilaku, dan hal yang dianggap penting lainnya perlu dicatatkan secara sistematis.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan melemparkan pertanyaan secara lisan kepada pihak yang berkaitan dengan penelitian ini, yaitu pihak yang terlibat dalam kegiatan usaha produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525*.

3. Studi literatur

Pengumpulan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian dari studi kepustakaan, data – data dari berbagai penelitian terdahulu, serta informasi yang bisa diakses melalui web.

Untuk mendeskripsikan keragaan usaha produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* digunakan pendekatan produk, harga, distribusi/tempat/lokasi, promosi, sumberdaya manusia (SDM) dan permodalan usaha. Untuk merancang model bisnis usaha produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* digunakan teknik analisis *Business Model Canvas* atau BMC yang merupakan salah satu media strategi yang digunakan untuk

mendeskripsikan sebuah model bisnis serta menjelaskan dasar pemikiran mengenai bagaimana suatu perusahaan menciptakan, memberikan, dan memenangkan nilai (Warnaningtyas, 2020).

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
	Cost Structure		Revenue Streams	

Gambar 1. Matriks *Business Model Canvas*

Analisis data menggunakan BMC melalui beberapa tahapan, yaitu:

1. Mengumpulkan semua data yang diperoleh dari berbagai sumber.
2. Reduksi data, membuat rangkuman mengenai inti dari penelitian, proses, dan pernyataan yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Kategorisasi atau menyusun data kedalam kategori yang disusun berdasarkan kriteria tertentu.
4. Mengurutkan kesembilan elemen secara sistematis dan memastikan semua elemen saling mendukung.
5. Melakukan *review* atau pengecekan kembali.

Untuk menyusun *Business Model Canvas* perlu mengurutkan kesembilan elemen tersebut, dengan urutan sebagai berikut :

1. *Customer Segments*

Menentukan segmen pelanggan diurutkan pertama bertujuan agar dapat memastikan produk dijangkau oleh segmen pelanggan yang ditentukan dan lebih mudah menawarkan nilai proporsi yang sesuai dengan segmen pelanggan.

2. *Value Propositions*

Setelah menentukan segmen pelanggan, maka dapat ditentukan proporsi nilai yang seperti apa yang bisa diberikan kepada segmen pelanggan.

3. *Channels*

Setelah memastikan segmen pelanggan dan proporsi nilai maka dapat diketahui saluran apa yang sesuai dengan segmen pelanggan dan proporsi nilai yang ditawarkan. Dengan begitu proporsi nilai akan mudah tersampaikan kepada pelanggan.

4. *Customer Relationship*

Dengan adanya saluran, maka hubungan dengan pelanggan dapat terjalin. Mulai dari mencari konsumen baru secara terus menerus, mendukung pelanggan untuk *repeat order* dengan jumlah yang lebih besar, dan memastikan konsumen tidak berpindah ke merek yang lainnya.

5. *Key Activities*

Aktivitas utama berkaitan erat dengan produktivitas usaha karena

memiliki tujuan untuk menciptakan proporsi nilai. Dan aktivitas utama akan menjadi strategi dalam menjalankan *business model canvas*.

6. *Key Resources*

Setelah didapatkan aktivitas utama, perlu adanya aset yang dapat menunjang terlaksananya seluruh aktivitas tersebut.

7. *Key Partners*

Adanya kerjasama yang dijalin dengan pemasok atau mitra dapat membantu efisiensi dan efektivitas dari aktivitas utama dan tentunya dapat membantu model bisnis berjalan sesuai ekspetasi.

8. *Revenue Streams*

Dari hasil ke tujuh elemen tersebut akan didapatkan aliran pendapatan yang perlu dikelola dengan maksimal sebagai sumber omzet dan profit yang pasti.

9. *Cost Structure*

Struktur biaya berguna untuk memastikan biaya sesuai dengan proporsi nilai yang ditawarkan. Memetakan biaya akan menghemat pengeluaran dan juga meminimalkan resiko kerugian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Keragaan Usaha

Produk

Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan guna memperoleh

perhatian, permintaan, pemakaian atau konsumsi yang dapat memenuhi kebutuhan meliputi benda fisik, jasa, tempat, ide atau gagasan kualitas pelayanan produk kepada konsumen (Tehubijuluw & Sari, 2017).

Sumber bahan baku CV. Intan Alami didapatkan dari biji utuh hasil panen petani kedelai di Kabupaten Garut dengan jumlah bahan baku seberat 1,6 ton untuk satu kali produksi. Jumlah dalam satu kemasan Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* adalah 200 gram, maka jumlah bahan baku seberat 1,6 ton dapat menghasilkan 8 kg atau setara dengan 40 kemasan Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525*. Dalam satu bulan kegiatan produksi terbagi menjadi enam batch, sehingga kebutuhan bahan baku dalam satu bulan adalah sebesar 9,6 ton, angka tersebut mengalami penurunan dari tahun – tahun sebelumnya.

Teknologi pengolahan yang digunakan adalah semi modern, sekitar 80% pengolahan dilakukan secara modern dan 20% dilakukan secara konvensional. Pengolahan yang menggunakan teknologi modern diantaranya adalah proses pemecahan biji, penghilangan kulit, perebusan, pengeringan, penggilingan, pengayakan, *mixing*, *filling*, dan *sring*. Sedangkan teknologi pengolahan yang

dilakukan secara konvensional adalah sortasi kedelai dan sortasi produk.

Varian rasa yang dihasilkan untuk produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* hanya satu rasa yaitu *plain*. Daya tahan produk mencapai 1 tahun dengan penyimpanan di suhu ruang. Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* sudah mendapatkan izin edar dari BPOM dan memenuhi persyaratan Cara Produksi Pangan Olahan yang Baik (CPPOB).

Harga

Harga jual dapat diartikan sebagai nilai yang nantinya diterima oleh suatu perusahaan dan mengandung keuntungan hasil penjualan (Slat, 2013). Harga jual untuk satu produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* adalah Rp. 30.000,00/ kemasan (200 gram). Harga tersebut ditentukan berdasarkan biaya produksi yang dikeluarkan yang juga merupakan harga pokok. Harga pokok merupakan harga yang ditentukan dari biaya produksi dan non produksi (Slat, 2013).

Distribusi/Tempat

Saluran distribusi dapat diartikan sebagai jalur yang dalam penyampaian produk dari produsen ke tangan konsumen (Oentoro, 2013). CV. Intan Alami mendistribusikan produknya ke

dua kota pendistribusian produk yaitu Kota Bandung, dan Kota Jakarta dengan durasi pendistribusian 2 – 5 jam. Pendistribusian dilakukan langsung kepada konsumen atau melalui perantara distributor, toko ritel, dan toko obat.

- 1) Saluran tingkat 0 : CV. Intan Alami – Konsumen
- 2) Saluran tingkat 1 : CV. Intan Alami – Distributor/Toko ritel/Toko obat – Konsumen
- 3) Saluran tingkat 2 : CV. Intan Alami – Distributor – Toko ritel/toko obat - Konsumen

Promosi

Promosi mencakup semua alat yang tersedia bagi pemasar untuk mengubah pesan mengenai strategi layanan produk kepada target pasar, promosi juga terdiri dari komunikasi baik berupa iklan, promosi penjualan, personal *selling*, *e-marketing*, dan *public relationship* (Khalaf, 2013).

Seiring dengan pertumbuhan permintaan produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525*, promosi yang gencar pun dilakukan oleh CV. Intan Alami dengan memilih berbagai media promosi salah satunya adalah sempat menggunakan jasa penayangan iklan di televisi melalui acara ternama. Iklan di televisi dianggap menjadi salah satu

media promosi yang efektif dan faktor pendukung tingginya permintaan konsumen pada saat itu.

Sumber Daya Manusia

Sumber daya manusia adalah hal yang penting untuk dimiliki agar dapat mencapai tujuan dari suatu organisasi atau perusahaan. Apabila dibandingkan dengan elemen sumber daya yang lain, sumber daya manusia menempati elemen paling utama, dengan pertimbangan bahwa sumber daya manusia memegang kendali faktor lainnya (Susan, 2019). CV. Intan Alami merupakan perusahaan yang bergerak dibidang makanan dan minuman dibawah naungan MDL 525 Group dan dipimpin oleh seorang Direktur Utama yang bertanggung jawab kepada seorang Komisaris. Kegiatan produksi berbagai produk kedelai di CV. Intan Alami membuat Komisari dan Direktur utama membentuk struktur organisasi untuk mempermudah alur pekerjaan dan disesuaikan dengan bidang keahliannya masing – masing.

Sumber Permodalan Usaha

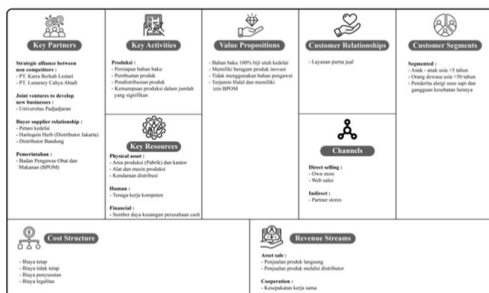
Sumber modal dapat berasal dari modal sendiri yang diperoleh dari pelaku usaha, modal pinjaman yang berasal dari pinjaman perbankan atau lembaga keuangan lainnya. Selain itu, modal juga didapat dari hasil kesepakatan kerja sama

dengan orang ataupun lembaga yang memiliki modal dengan perjanjian yang saling menguntungkan (Indrawati, Toti, & Yovita, 2014).

Dalam menjalankan usahanya CV. Intan Alami menggunakan permodalan pribadi dan juga memanfaatkan modal yang diberikan dari hasil perjanjian kerja sama dengan berbagai pihak, namun hasil perjanjian kerja sama tersebut hanya digunakan untuk pengembangan inovasi produk yang lain.

Business Model Canvas Exist

Peneliti telah memetakan dan mendata bisnis model kanvas yang dijalankan oleh CV. Intan Alami untuk kebutuhan produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan juga studi literatur. Bisnis model kanvas yang dijalankan oleh CV. Intan Alami adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Business Model Canvas Exist

Customer Segments

Konsumen tersegmentasi yang menjadi fokus CV. Intan Alami untuk

produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* adalah anak – anak usia 5 tahun ke atas hingga orang dewasa diatas 50 tahun, meskipun saat ini konsumen produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* mayoritas berusia diatas 40 tahun.

Value Propositions

Proporsi nilai dari produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* adalah keaslian bahan baku kedelainya yang dapat dirasakan langsung oleh konsumen, bentuk bubuk pada produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* tidak halus secara menyeluruh, namun ada bagian yang masih bertekstur bubuk kasar dari kedelai, hal itu menandakan bahwa bubuk tersebut memang terbuat dari kedelai asli dan tanpa campuran bahan pengawet. Dan tentunya produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* sudah memiliki izin edar dari BPOM dan sudah tersertifikasi Halal.

Channels

CV. Intan Alami memiliki saluran dengan menggunakan *website*, dengan alamat web www.mdl525.id. Sedangkan saluran lainnya yang tersedia seperti media sosial *Instagram* sedang tidak aktif digunakan, adapapun *market place* yang menjual Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* bukan resmi milik CV.

Intan Alami, tetapi milik distributor – distributor yang memasarkannya. Penjualan dan pemesanan produk Minuman Serbuk Kedelai *New Mandala 525* dalam jumlah yang spesifik dapat melalui kantor CV. Intan Alami yang berlokasi Kawasan MDL 525 Group.

Customer Relationship

Kolom kritik dan saran yang terdapat pada alamat web merupakan salah satu layanan purna jual yang diberikan oleh CV. Intan Alami untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan, dengan tujuan pendapat dari pelanggan dapat diterima dan dijadikan masukan untuk mempertahankan atau memperbaiki produk yang dihasilkan.

Key Activities

Adanya aktivitas utama bertujuan untuk melakukan kegiatan penting agar model bisnis dapat berjalan. CV. Intan Alami memiliki jam operasional dari pukul 08.00 – 18.00 WIB. Kegiatan produksi dilakukan untuk memenuhi permintaan pasar. CV. Intan Alami mampu menyampaikan produk dengan jumlah yang signifikan dan kualitas yang tinggi dengan bantuan dari sumber daya manusia yang dimiliki dan sumber daya manusia yang berasal dari mitra perusahaan.

Tabel 2. Data Aktivitas Utama CV. Intan Alami

No.	Aktivitas	Tenaga Kerja (Orang)
1.	<i>Post</i> produksi (Mempersiapkan bahan baku)	2
2.	Produksi (Pembuatan produk)	30
3.	<i>Pasca</i> produksi (Distribusi dan penjualan)	2

Key Resources

Sebagai perusahaan dengan jumlah produksi yang tinggi tentunya CV. Intan Alami membutuhkan aset – aset utama dalam menjalankan sebuah model bisnis. Sumber daya akan mendukung terciptanya proporsi nilai, kemampuan menjangkau konsumen, memperoleh arus pendapatan, dan menjaga hubungan baik dengan konsumen. CV. Intan Alami memiliki sumber daya berupa fasilitas fisik dan sumber daya manusia yang kompeten dibidangnya. Fasilitas fisik yang dimiliki berupa luas area produksi sebesar 5 hektar.

Key Partnership

CV. Intan Alami bermitra dengan perusahaan, perguruan tinggi, hingga lembaga pemerintahan. Adapun kerja sama yang dijalin oleh CV. Intan Alami dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Data Mitra Perusahaan dan Lembaga CV. Intan Alami

No.	Nama Mitra	Bentuk Kerja Sama	Periode Kerja Sama
1.	PT. Kaira Berkah Lestari	Pengembangan improvisasi dan inovasi produk	2017 - sekarang
2.	PT. Lunarary Cahya Abadi	Pengembangan improvisasi dan inovasi produk	2021 - sekarang
3.	Universitas Padjadjaran	Pembuatan produk hasil riset	2021 - sekarang
4.	Petani Kedelai di Kabupaten Garut	Pembelian bahan baku	2011 - sekarang
5.	Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM)	Penjamin mutu produk	2011 - sekarang
6.	Harlequin Herb	Distributor	2017 - sekarang
7.	Distributor Bandung	Distributor	2017 - sekarang
8.	Toko Obat	Konsinyasi	2007 - sekarang

Revenue Stream

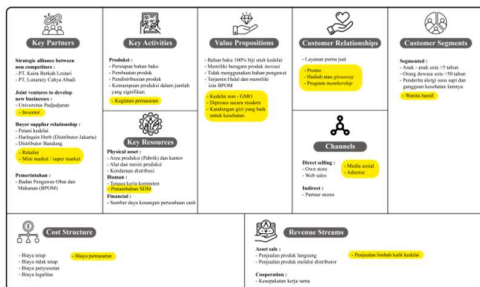
Arus pendapatan merupakan sumber uang tunai yang didapatkan perusahaan yang berasal dari segmen konsumen atau perjanjian kerja sama. CV. Intan Alami mendapatkan arus pendapatan dari penjualan produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* yang dijual secara langsung ataupun melalui distributor. Selain itu, CV. Intan Alami juga mendapat arus pendapatan dari hasil perjanjian kerja sama.

Cost Structure

Dalam menjalankan model bisnis, perusahaan memerlukan biaya utama. Biaya yang dikeluarkan oleh CV. Intan Alami terdapat biaya tetap, biaya tidak tetap, biaya penyusutan, dan biaya legalitas produk. CV. Intan Alami mengeluarkan biaya utama untuk kebutuhan pembayaran upah sumber daya manusia dan biaya kebutuhan operasional produksi. Selain itu CV. Intan Alami juga mengalokasikan biaya untuk dana tak terduga.

Business Model Canvas (BMC) Improve Existing Produk Minuman Serbuk Kedelai New Mandala 525

Berdasarkan hasil pemetaan data kesembilan elemen bisnis model kanvas yang dijalankan oleh CV. Intan Alami untuk produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*, maka peneliti dapat memberikan saran untuk bisnis model kanvas baru yang dapat dijalankan agar pengembangan produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* dapat lebih optimal. *Business Model Canvas Improve Existing* adalah sebagai berikut :



Gambar 3. Business Model Canvas Improve Existing

Customer Segments

Peneliti menyarankan perlu adanya penegasan mengenai segmen konsumen produk ini, melalui *campaign*, *tagline*, atau konten pemasaran yang menjelaskan manfaat dari produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* seperti manfaatnya untuk perkembangan janin ibu hamil, kesehatan pencernaan anak, dan membantu mencegah kolesterol di usia remaja. Hal itu perlu ditegaskan agar segmentasi pelanggan dapat lebih terarah dan meluas.

Value Proposition

Proporsi nilai yang ditawarkan oleh CV. Intan Alami sudah cukup baik, namun produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* masih memiliki nilai unggul lain yang bisa ditawarkan kepada segmen pelanggan. Diantaranya adalah berasal dari kedelai Non-GMO, diproses secara modern, dan memiliki kandungan gizi yang baik untuk kesehatan.

Channels

Situs web yang dimiliki oleh CV. Intan Alami akan lebih baik jika dapat menampilkan seluruh produk yang diproduksi oleh CV. Intan Alami khususnya produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*. Mengaktifkan kembali media sosial *Instagram* serta penggunaan fitur *adsense* juga akan membantu menjangkau segmen pelanggan. Selain itu, penjualan yang dilakukan melalui akun *marketplace* resmi akan mempermudah pelanggan mendapatkan produk tersebut.

Customer Relationship

Hubungan dengan pelanggan yang bisa dijalin adalah memberikan promo, hadiah atau *giveaway*, dan juga program *membership*. Pemberian harga promo dapat dilakukan pada hari besar atau momen – momen tertentu yang berkaitan dengan produk. Seperti promo Hari Raya Idul Fitri, atau promo khusus memperingati Hari Kesehatan Dunia. Program *membership* bertujuan untuk mempertahankan kesetiaan pelanggan terhadap suatu produk, setiap transaksi yang dilakukan akan mendapatkan poin yang jika dikumpulkan dapat ditukar menjadi potongan harga ataupun hadiah.

Key Activitoes

Selain memfokuskan kegiatan utama pada bagian produksi, CV. Intan Alami juga perlu memberikan perhatian untuk sistem pemasaran produk. Pasalnya, kegiatan produksi yang cukup intensif harus dibersamai dengan kegiatan pemasaran yang maksimal, sehingga produk yang dihasilkan dapat dikenal lebih luas lagi dan dapat meningkatkan permintaan produk.

Key Resources

Area produksi seluas 5 hektar yang dimiliki oleh CV. Intan Alami sudah cukup menunjang untuk melakukan kegiatan produksi bahkan cukup untuk memproduksi jumlah yang lebih banyak dari biasanya. Namun, SDM yang dimiliki oleh CV. Intan Alami belum bekerja secara produktif, masih adanya SDM di suatu divisi yang harus bertanggung jawab juga pada divisi lainnya, atau adanya kekosongan jabatan pada posisi tertentu. Sehingga perlu adanya optimalisasi SDM agar dengan SDM yang tersedia dapat bersinergi untuk menghasilkan pekerjaan yang maksimal, salah satu caranya adalah dengan perekrutan karyawan baru atau memanfaatkan rekrutmen untuk staff magang dari mahasiswa yang berasal dari jurusan yang relevan.

Key Partnership

Harga produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* yang terjangkau dapat menjadi peluang CV. Intan Alami untuk bermitra dengan toko kelontong, mini market ataupun super market untuk menjual produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*. Selain itu, menjalin kerja sama dengan investor yang hendak menanam modal juga dapat membantu kebutuhan permodalan.

Revenue Stream

Pendapatan diharapkan akan meningkat seiring dengan gencarnya kegiatan pemasaran dan promosi yang dilakukan. Apabila memungkinkan limbah kulit kedelai yang tidak terpakai dapat dijual kepada peternak sebagai tambahan makanan bagi hewan ternak dalam meningkatkan asupan protein. Selain itu mencari investor yang mampu menjalin hubungan timbal balik yang saling menguntungkan juga akan meningkatkan permodalan untuk kebutuhan produksi, pemasaran, dan biaya operasional lainnya, sehingga dapat membantu meningkatkan pendapatan untuk CV. Intan Alami.

Cost Structure

Dengan bertambahnya kegiatan pemasaran melalui optimalisasi SDM tentunya akan menambah biaya

pengeluaran bagi CV. Intan Alami. Diperlukan adanya rancangan anggaran biaya baru untuk memasukan kegiatan pemasaran dan penambahan SDM dalam anggaran tersebut, anggaran biaya tersebut berada dikisaran Rp. 2.000.000,00 atau lebih, yang terpenting anggaran tersebut dapat memberikan timbal balik yang baik terhadap permintaan produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Keragaan usaha produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* di CV. Intan Alami merupakan produk minuman kedelai bubuk yang terbuat dari 100% biji kedelai asli Non – GMO dengan harga Rp. 30.000,00 / kemasan. Penjualan dilakukan secara langsung dan melalui distributor dengan kegiatan promosi melalui media elektronik yaitu iklan di televisi. Sumber daya manusia yang digunakan didapat dari hasil rekrutmen dan kerja sama dengan mitra. Sumber permodalan usaha menggunakan milik pribadi dan hasil perjanjian kerja sama dengan berbagai lembaga.

2. Pemetaan sembilan elemen *business model canvas* menunjukkan bahwa produk minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* merupakan produk unggul yang memiliki proporsi nilai untuk dapat bersaing dipasaran dengan segmentasi pelanggan yang cukup luas. Memiliki mitra kerja sama yang dapat diandalkan menjadi pendukung dalam membangkitkan kembali usaha minuman serbuk kedelai *New Mandala 525*. Maka dari itu, penulis menyarankan agar aktivitas utama di CV. Intan Alami tidak hanya terfokus pada kegiatan produksi, namun juga memberikan perhatian untuk kegiatan pemasaran. Mengingat kegiatan pemasaran yang dilakukan diawal kemunculan minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* telah memberikan dampak yang sangat baik saat itu, maka tidak ada salahnya untuk kembali melakukan kegiatan pemasaran dengan mencari sumber daya manusia yang kompeten pada bidangnya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan sebagai bahan pertimbangan dalam mengembangkan usaha minuman serbuk kedelai *New*

Mandala 525, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Business model canvas yang dijalankan oleh CV. Intan Alami belum optimal dikarenakan keterbatasan sumber daya manusia. Untuk mengatasi permasalahan tersebut maka perusahaan perlu menambah sumber daya manusia yang berupa tenaga ahli khususnya untuk bidang IT dalam mempromosikan produk dan hal lain yang berkaitan bisnis digital.
2. Untuk mengatasi ketersediaan bahan baku yang berkualitas minuman serbuk kedelai *New Mandala 525* maka perusahaan perlu melakukan pembinaan kepada petani mitra penyedia bahan baku kedelai agar panen kedelai sesuai dengan umur panen kedelai, karena selama ini petani mitra memasok bahan baku kedelai yang sudah melalui rekayasa genetika (GMO).

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qarni, A. A., Alsharqi, O. Z., Qalai, D. A., & Kadi, N. (2013). The impact of marketing mix strategy on hospitals performance measured by patient satisfaction: an empirical investigation on Jeddah private sector hospital senior managers perspective. *International Journal of Marketing Studies*, 5(6), 210.
- Arianty, N., & Masyhura, M. (2019, October). Strategi Pemasaran Susu Kedelai Dalam Upaya Meningkatkan Pendapatan Keluarga. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 257-264).
- Indrawati, T., & Yovita, I. (2014). Analisis Sumber Modal Pedagang Pasar Tradisional di Kota Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi*, 22(01), 1-8.
- Nugrahani, F., & Hum, M. (2014). Metode penelitian kualitatif. *Solo: Cakra Books*, 1(1), 3-4.
- Oentoro, D. (2013). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo
- Osterwalder, A. Yves Pigneur. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Septifani, R. (2018). Pemanfaatan Ampas Kedelai Sebagai Produk Pangan Dengan Nilai Tambah Ekonomis Di Ukm Susu Kedelai. *Kota Batu. Journal of Innovation and Applied Technology*, 4(2), 784-788.
- Slat, A. H. (2013). Analisis harga pokok produk dengan metode full costing dan penentuan harga jual. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3).
- Susan, E. (2019). Manajemen sumber daya manusia. *Adaara: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 9(2), 952-962.
- Tehubijuluw, F. K., & Sari, D. P. (2017). Pengaruh bauran pemasaran, pester power, dan heritage terhadap keputusan pembelian biskuit merek roma malkist. *Manajemen Bisnis Kompetensi*.
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun. *Jurnal*

Ekomaks Jurnal Ilmu Ekonomi
Manajemen Dan Akuntansi, 9(2),
52-65.