

PENERAPAN BISNIS MODEL KANVAS PADA PRODUK TAWANYESSS

**Tiurniari Purba, Nora Pitri Nainggolan, Nurhabsyina, Indah Alvia Rahmadani,
Tiya Aliya Putri**

Prodi Manajemen, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam, Batam

e-mail: tiurniari@gmail.com

Abstrak

Business Model Canvas (BMC) atau sering disebut dengan bisnis model canvas adalah template manajemen strategis dan lean start-up untuk mengembangkan model bisnis baru atau mendokumentasikan model bisnis yang sudah ada. Ini adalah bagan visual dengan sembilan elemen yang menjelaskan proposisi nilai perusahaan atau produk, infrastruktur, pelanggan, dan keuangan. Model ini membantu perusahaan dalam menyelaraskan aktivitas mereka dengan mengilustrasikan potensi trade-off. Tujuan penerapan Sembilan elemen BMC ini menjadi panduan dalam menjalankan usaha Produk Tawanyess. BMC adalah untuk menentukan yang terbaik mulai dari perencanaan usaha Tawanyesss hingga realisasi, sebagai salah satu bagian dari UMKM yang dikelola oleh mahasiswa sebagaimana masih pemula dalam berwirausaha. Metode dalam penelitian menggunakan metode deskriptif, sedangkan analisis data menggunakan analisis kualitatif. Pengumpulan data primer diperoleh dari wawancara. Analisis telah dilakukan dengan menyusun dan verifikasi BMC. Hasil penelitian dari bisnis produk Tawanyesss dengan model BMC menunjukkan bahwa; 1) Customer Segmen (Target Pasar) Tawanyesss yaitu multi (konsumsi untuk segala usia) dengan karakteristik : semua kalangan (umum), anak-anak hingga dewasa. 2) Value Propositions dengan menggunakan ayam sebagai tambahan di adonan yang memiliki dua varian rasa. 3) Channels Tawanyesss akan memanfaatkan media social untuk mempromosikan usaha Tawanyesss ini melalui Posting diposting FB, IG official @tawanyesss, WA story, dan promosi dari mulut ke mulut. 4) Customer Relationship Tawanyesss ini akan membangun hubungan dengan pelanggan dengan cara melakukan testimoni yang bisa di lakukan melalui Testimoni penilaian di akun IG official @tawanyesss, WA story, posting di FB. 5) Revenue Streams usaha ini berasal dari Penjualan produk Tawanyesss dengan dua seri varian, yaitu Rasa Original dan Pedas (Hot). 6) Key Resources Tawanyesss ini, sumber utama yg Tawanyesss gunakan seperti Fasilitas masak, Smartphone, Internet, dan Kendaraan. 7) Key Activities Tawanyesss akan menyajikan pelayanan yang baik dan berkualitas/bermutu dengan selalu memperhatikan pengemasan yang baik dan benar. 8) Key Partnership Tawanyesss bekerja sama dengan beberapa supplier yang Tawanyesss butuhkan. 9) Cost Structure (Struktur Biaya). Biaya yang di keluarkan dalam usaha ini terbagi dalam beberapa bagian yaitu Biaya Peralatan, Biaya Bahan Baku, Biaya Packaging dan Biaya Opaerasional.

Kata kunci: Bisnis Model Canvas, Produk Tawanyess

1. Pendahuluan

Untuk mendukung program pemerintah dan membantu perekonomian kecil, usaha yang berbahan utama tahu ini direncanakan dengan bantuan model Canvas (Anter et al., 2022; Ratnasari & Sunarto, 2021). Tahu yang merupakan salah satu produk pangan yang diolah dengan kedelai yang sangat dikenal dan menjadi salah satu makanan favorit di Indonesia

memiliki kandungan protein nabati yang tinggi dan dikonsumsi sebagai makanan pengganti protein hewani untuk memenuhi kebutuhan gizi, juga bermanfaat untuk menjaga kesehatan jantung dan mengoptimalkan fungsi otak. Selain itu, tahu yang disajikan 100gram itu kandungan proteinnya mencapai 17 gram, rata-rata pria membutuhkan protein sebesar 55gram dan wanita sebesar 45 gram. Oleh sebab itu, industri tahu mengalami perkembangan yang cukup pesat pada industri skala kecil maupun industri skala menengah. Industri tahu saat ini di Indonesia oleh data dari Badan Pusat Statistik (BPS) dengan kapasitas produksi mencapai 2,9 juta ton (Tahun 2022) yang mayoritas kebutuhan kedelai impor sebanyak 2,5 juta ton.

Tahu walik adalah salah satu makanan yang mencerminkan kearifan kuliner tradisional lokal dan budaya Indonesia. Namun, produksi Tahu walik saat ini masih terbatas, dan keberadaannya belum banyak dikenal di pasar yang lebih luas. Salah satu contoh makanan yang tidak banyak diketahui masyarakat luas adalah jajanan Tahu walik yang berasal dari kota Banyuwangi dengan kekhasan yang dimiliki, jajanan ini mulai diviralkan kembali untuk proses pelestarian kekayaan makanan nusantara yang menjadi icon Banyuwangi, tetapi diperkenalkan di kota Batam dengan usaha yang sedang Tawanyesss jalankan saat ini untuk menambahkan inovasi rasa khas (Purba, 2018). Oleh karena itu dengan inovasi dan kreatifitas, Tawanyesss membuat jajanan yang bisa digunakan alternatif ketika sedang lapar.

Material isian Tahu walik berasal dari Banyuwangi menggunakan aci sebagai isian dalam Tahu walik itu sendiri sedangkan dengan inovasi Tawanyesss mengganti dengan daging ayam yang memiliki dua varian rasa yaitu Ayam Original dan Ayam Hot. Kemudian saos atau sambal pelengkap Tawanyesssnya, dimana yang asli Banyuwangi menggunakan Saos Petis dan yang sering dijumpai menggunakan sambal kecap dengan irisan bawang dan cabai, lalu inovasi Tawanyesss yaitu dengan cabai yang diracik sendiri.

Sebagai rumusan masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah; 1) Bagaimana cara membuat Tawanyesss sebagai inovasi olahan dari tahu yang kurang diminati menjadi makanan yang diminati dan menambah nilai jual? 2) Bagaimana strategi pemasaran produk Tawanyesss ini dikalangan masyarakat luas dengan menggunakan Bisnis Model Canvas?

2. Kajian Pustaka / Kajian teori

Business Model Canvas atau BMC merupakan sebuah strategi manajemen yang disusun untuk menjabarkan ide dan juga konsep sebuah bisnis ke dalam bentuk visual. Secara sederhana, definisi Business Model Canvas yaitu kerangka manajemen untuk mempermudah dalam melihat gambaran ide bisnis dan juga realisasinya secara cepat. Jika dibandingkan dengan bisnis plan yang berpuluh-puluh halaman, business model canvas ini jauh lebih ringkas karena disusun ke dalam satu halaman saja. Oleh karena itu, kerangka bisnis ini paling populer di kalangan bisnis startup (Pratami & ADH, 2016). Pada awalnya, business model canvas diperkenalkan pada tahun 2005 oleh seorang entrepreneur asal Swiss yang bernama Alexander Osterwalder dalam bukunya yang berjudul *Business Model Generation*. Di dalamnya, ia menerangkan mengenai framework sederhana yang merepresentasikan elemen-elemen penting yang ada di dalam model bisnis (Sukarno & Ahsan, 2021).

Seperti yang sudah disebutkan di atas bahwa business model canvas tersusun dari sembilan elemen penting, antara lain: Sembilan elemen tersebut adalah panduan untuk pelaku bisnis dalam menentukan sistem kerja perusahaan dan juga media untuk mengevaluasi kegiatan perusahaan apakah sudah berjalan sesuai sistem atau tidak (Varianto, 2017). Simak informasi lengkapnya di bawah ini untuk mengetahui informasi masing-masing elemen dalam model bisnis canvas berikut ini:

1. *Customer Segments* (Segmentasi konsumen). Elemen pertama yang wajib ada di dalam bisnis model canvas yaitu segmentasi konsumen. Apapun jenis bisnis yang Anda miliki,

tentukan dulu segmentasi pelanggan dengan tepat dari awal. Anda juga harus menentukan siapa saja yang akan menjadi target bisnis, segmen pelanggan yang mana yang berpotensi membeli produk ataupun jasa Anda. Berikut ini adalah beberapa hal yang dapat dipertimbangkan dalam menentukan segmentasi produk, antara lain: a. *Customer Jobs*: b. *Customer Gain*: c. *Customer Pain*:

2. *Value Proposition* (Proposisi nilai konsumen). Setelah menentukan siapa saja yang menjadi target konsumen, kemudian Anda harus tahu bagaimana bisnis Anda dapat bermanfaat untuk para pelanggan. Value proposition ini akan menjelaskan mengenai poin-poin ataupun nilai yang ditawarkan oleh suatu bisnis untuk segmen konsumennya. Agar lebih detail, dengan menjawab pertanyaan di bawah ini bisa membantu Anda dalam menyusun value proposition yang tepat.

3. *Channels* (Saluran). Channel adalah media interaksi antara bisnis dengan para konsumen untuk menyampaikan produk dan juga layanannya. Penentuan channel ini merupakan salah satu faktor penentu kesuksesan dalam menjalankan bisnis. Pikirkan dengan baik channel apa saja yang akan digunakan untuk menjangkau konsumen.

4. *Customer Relationship* (Hubungan konsumen). Setelah mengetahui dan memahami segmentasi pasar yang sesuai dan channel yang akan digunakan, maka sekarang adalah saatnya untuk menentukan bagaimana bisnis Anda bisa berinteraksi dengan pelanggan. Pahami bagaimana cara menjalin sebuah hubungan dengan pelanggan supaya mereka tidak mudah berpaling ke kompetitor.

5. *Revenue Streams* (Sumber pendapatan). Elemen business canvas yang satu ini menggambarkan sumber pendapatan yang berasal dari bisnis Anda. Hal ini merupakan hal yang sangat penting dan perlu dikelola dengan semaksimal mungkin. Cobalah untuk pikirkan bagaimana cara untuk meningkatkan pendapatan bisnis yang Anda rintis. Misalnya saja, selain mengandalkan sumber penghasilan utama dari penjualan produk, seiring dengan perkembangan bisnis,

6. *Key Resource* (Sumber daya). Agar tetap kompetitif dalam ranah bisnis yang Anda jalani, Anda perlu sumber daya yang sesuai guna mendukung kegiatan bisnis Anda. Key resource adalah daftar sumber daya yang sebaiknya Anda miliki untuk mewujudkan value proposition.

7. *Key Activities* (Aktivitas yang dijalankan). Key activities merupakan sebuah elemen yang ada di dalam business model canvas yang menggambarkan mengenai semua aktivitas yang berkaitan dengan bisnis. Semua aktivitas tersebut harus menghasilkan value proposition perusahaan.

8. *Key Partnership* (Kerja sama). Key partnership merupakan elemen yang ada di dalam bisnis model canvas yang berisi mengenai daftar sumber daya di luar perusahaan yang Anda perlukan untuk mencapai key activities dan juga untuk menyampaikan value ke pelanggan. Partner utama iji bisa berupa third party, seperti hanya supplier, mitra bisnis ataupun perusahaan lain yang mendukung kegiatan bisnis Anda.

9. *Cost Structure* (Struktur biaya). Cost structure adalah elemen terakhir yang ada di dalam business model canvas. Di dalam elemen ini mencakup pemerataan biaya untuk mengoperasikan bisnis sesuai dengan value proposition. Selain itu, juga untuk mengelola anggaran bisnis secara lebih efisien untuk meminimalisir risiko kerugian dan juga kondisi keuangan perusahaan yang tidak sehat. Untuk mengelola keuangan di dalam bisnis, Anda perlu membuat dan menyusun laporan keuangan dan juga pembukuan yang baik.

3. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Moleong (2014), penelitian kualitatif merupakan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Penelitian dilakukan di Batam pada usaha Produk Tawanyess dengan bantuan model bisnis Canvas. Penelitian ini akan dilakukan di Batam, Kepulauan Riau.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah kumpulan dari berbagai elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang dapat digunakan dalam menarik kesimpulan (Chandrarini, 2017). Sedangkan menurut (Siregar & Harahap, 2019) populasi adalah keseluruhan individu, gejala ataupun kejadian yang dijadikan objek penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebuah usaha wedding organizer. Sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili keseluruhan populasi dalam penelitian (Siregar & Harahap, 2019). Sedangkan menurut (Chandrarini, 2017) sampel merupakan sebuah kumpulan subjek yang mewakili populasi. Sampel diambil harus memiliki karakteristik yang sama dengan populasi yang digunakan dan harus memiliki anggota populasi.

Sampel dalam penelitian ini dipilih dengan menggunakan metode purposive sampling, yaitu sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampel yang memenuhi kriteria tertentu. Tujuan penggunaan metode ini adalah untuk mendapatkan sampel yang representatif. Usaha atau bisnis Produk Tawanyess yang telah disebutkan dalam populasi diatas adalah sekaligus menjadi sampel dalam penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Tingkat analisis yang digunakan untuk menyusun model bisnis wedding organizer adalah tingkat usaha yang akan menjalankannya. Penelitian ini membahas tentang keseluruhan faktor yang berhubungan dengan cara menjalankan bisnis ini dari sisi organisasi atau perusahaan yang akan dijalankan

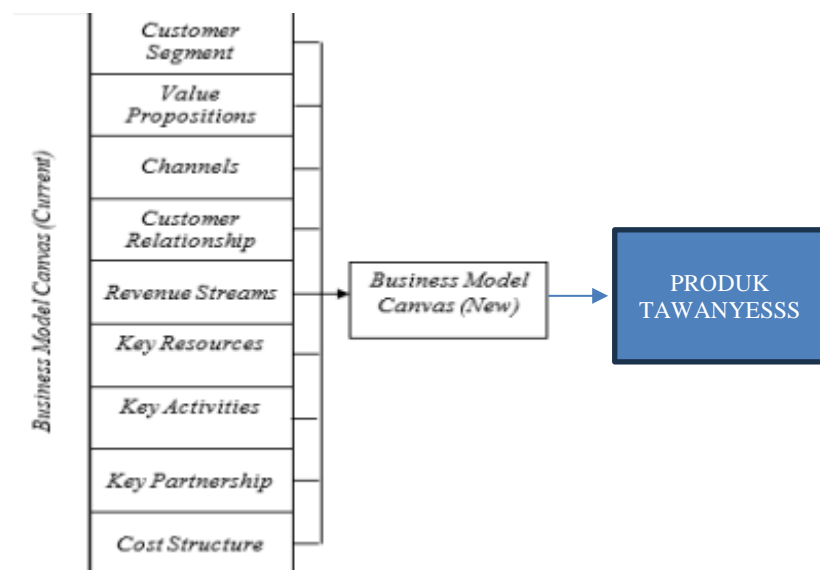
Data primer merupakan data yang diperoleh langsung dari peneliti kemudian dianalisis untuk mencari solusi permasalahan dalam suatu penelitian (Sekaran dan Bougie, 2013). Data primer yang diperoleh langsung dalam penelitian ini berasal dari jawaban responden melalui wawancara mendalam. Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung melalui sumber seperti catatan atau dokumentasi perusahaan, publikasi pemerintah, analisis industri melalui media, website, dll (Sekaran dan Bougie. 2013). Data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku, internet, studi literatur dan artikel. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus.

Teknik Analisis

Teknik analisis dengan metode deskriptif dengan langkah-langkah sbb (Luhur, 2018): Melakukan tabulasi hasil wawancara terkait dengan 9 meliputi komponen Business Model Canvas yang Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relation, Revenue Stream, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships dan Cost Structure (Wardhanie & Kumalawati, 2018).

1. Customer Segment. Menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis.
2. Value Proposition. Menjabarkan kekuatan dan keunggulan yang membedakan bisnis Anda dengan bisnis yang lain.
3. Channel. Menyampaikan value propositions kepada customer segments.
4. Customer Relation. mengetahui bagaimana cara Anda menjalin hubungan dengan pelanggan.

5. Revenuw Stream. Mencari tahu strategi apa yang bisa digunakan untuk mendapatkan nilai terbanyak dari pelanggan
6. Key Resources. Sumber daya yang diperlukan untuk menciptakan nilai bagi pelanggan.
7. Key Activities. Semua aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan sebuah produk, di mana kegiatan utamanya adalah menghasilkan proposisi nilai. Membuat elemen business model canvas ini berfungsi.
8. Key Partnerships. Membuat daftar tugas dan kegiatan yang penting. Bisa menggunakan pemasok dan mitra untuk membuat model bisnis berfungsi.
9. Cost Structure. Memetakan biaya dan memastikan bahwa biaya sesuai dengan value propositions bisnis



Gambar 1. Kerangka Business Model Canvas Wedding Organizer

4. Hasil dan Pembahasan

Visi dari usaha Tawanyesss ini adalah : Menjadikan Tawanyesss menjadi cemilan sehat guna menghasilkan cemilan dengan kandungan protein nabati yang baik bagi tubuh dengan varian rasa original dan rasa pedas yang disukai masyarakat. Misi dari usaha Tawanyesss ini adalah:

1. Mendirikan usaha kuliner jajanan lokal nusantara.
2. Menjaga kualitas jajanan Tawanyesss agar selalu berkesan baik di mata konsumen.
3. Memberikan pelayanan maksimal kepada konsumen agar dapat memberikan kepuasan.

Proses berjalannya bisnis Produk Tawanyess ini dibantu Bisnis Model Canvas(BMC) terdiri dari sembilan blok yang saling berhubungan, blok bangunan terdiri dari segmen pelanggan (customer segment), nilai proposisi (value propositionI, saluran (channels), hubungan pelanggan (customer relationship), sumber daya utama (key resources), aktivitas kunci (key activities), kemitraan (key partners), serta blok bangunan pendukung lainnya seperti struktur biaya (coststructure) dan arus pendapatan (revenue streams). Detail gambaran BMC Produk Tawanyesss adalah sebagai berikut.

1. **CUSTOMER SEGMENT (Target Pasar).** Target pemasaran dari usaha Tawanyesss yaitu multi (konsumsi untuk segala usia) dengan karakteristik : semua kalangan (umum), anak-anak hingga dewasa, dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia menyukai Tahu sebagai cemilan pengganjal lapar.
2. **VALUE PROPOSITIONS (Proposisi Nilai Konsumen).** Salah satu upaya dalam menyajikan Tawanyesss ini adalah dengan menggunakan ayam sebagai tambahan di adonan yang memiliki dua varian rasa. Alasan mengapa Tawanyesss memilih ayam sebagai isian dalam ini adalah karena ayam mengandung banyak nutrisi, mudah didapat dan harganya terjangkau.
3. **CHANNELS (Saluran).** Di usaha ini Tawanyesss akan memanfaatkan media social untuk mempromosikan usaha Tawanyesss ini melalui Posting diposting FB, IG official @tawanyesss, WA story, dan promosi dari mulut ke mulut.
4. **CUSTOMER RELATIONSHIP (Hubungan Konsumen).** Usaha Tawanyesss ini akan membangun hubungan dengan pelanggan dengan cara melakukan testimoni yang bisa dilakukan melalui Testimoni penilaian di akun IG official @tawanyesss , WA story, posting di FB untuk menjadi suatu masukan agar usaha Tawanyesss menjadi lebih baik lagi.
5. **REVENUE STREAMS (Sumber Pendapatan).** Dalam usaha ini, sumber pendapatan berasal dari Penjualan produk Tawanyesss dengan 2 seri varian, yaitu Rasa Original dan Pedas (Hot).
 - a. Ayam Original 5k/mika
 - b. Ayam Hot 5k/mika



Gambar 2 Produk Tawanyesss

6. **KEY RESOURCES (Sumber daya utama).** Di usaha Tawanyesss ini, sumber utama yg Tawanyesss gunakan seperti Fasilitas masak, Smartphone, Internet, dan Kendaraan.

Tabel 1 Key Resources

No	Peralatan	Bahan baku	Packaging	Operasional
1	Wajan	Tahu	Mika	Biaya listrik + air
2	Loyang	Ayam Fillet	Kresak	Biaya kuota internet
3	Kompor gas	Tepung tapioca	Sauce cup	Biaya BBM
4	Tabung gas	Tepung terigu	Logo Stiker	
5	Pisau set	Cabe merah		
6	Mangkuk	Cabe setan		
7	Blender			
8	Sendok			
9	Spatula			
10	Sendok Adonan			
11	Staples set			

7. **KEY ACTIVITIES** (Kegiatan Utama). Usaha Tawanyesss akan menyajikan pelayanan yang baik dan berkualitas/bermutu dengan selalu memperhatikan pengemasan yang baik dan benar.
 - a. Kegiatan pertama yg Tawanyesss lakukan yaitu, membeli bahan baku di pasar.
 - b. Mengolah bahan baku mentah menjadi Tawanyesss yg siap untuk di jual
 - c. Pengantaran Tawanyesss ke lokasi customer dilakukan dengan 2 metode, yaitu Antar ke lokasi (Free ongkir) dengan min. pembelian 3 pcs/mika dan COD ke customer dengan pembelian dibawah 3 pcs/mika

Cara Pembuatan Tawanyesss, terlampir
8. **KEY PARTNERSHIP** (Kerjasama). Tawanyesss akan bekerja sama dengan beberapa supplier yang Tawanyesss butuhkan, seperti Supplier bahan baku dan Supplier packaging.
 - a. Untuk supplier bahan baku : Tawanyesss membeli langsung kepasar.
 - b. Untuk supplier packaging : Tawanyesss membeli langsung ke toko.
9. **COST STRUCTURE** (Struktur Biaya). Biaya yang di keluarkan dalam usaha ini terbagi dalam beberapa bagian yaitu Biaya Peralatan, Biaya Bahan Baku, Biaya Packaging dan Biaya Opaerasional.
 - Investasi Awal: Modal awal usaha ini sebesar Rp 2.400.000,00-
 - Anggaran Biaya

Biaya Peralatan

Tabel 2. Peralatan

Nama peralatan	Jumlah	Harga Per-alat	Total harga
Wajan	1 buah	Rp 87.500	Rp 87.500
Loyang	2 buah	Rp 61.000	Rp 122.000
Kompore gas	1 buah	Rp 400.000	Rp 400.000
Tabung gas	1 buah	Rp 150.000	Rp 150.000
Pisau set	1 pck	Rp 26.000	Rp 26.000
Mangkuk	3 buah	Rp 14.000	Rp 42.000
Blender	1 buah	Rp 100.000	Rp 100.000
Sendok	1 lusin	Rp 11.000	Rp 11.000
Spatula	1 buah	Rp 28.000	Rp 28.000
Sendok Adonan	2 buah	Rp 15.000	Rp 30.000
Staples set	1 pck	Rp 25.000	Rp 25.000
SUBTOTAL			Rp 1.021.500

Biaya bahan (per hari)

Tabel 3. Bahan

No	Material	Qty	Satuan	Harga satuan	Total
1	Tahu	75	Pcs	Rp 400	Rp 30.000
2	Ayam Fillet	½	Kg	Rp 19.000	Rp 19.000
3	Tepung tapioca	½	Kg	Rp 7.000	Rp 7.000
4	Tepung terigu	¼	Kg	Rp 4.000	Rp 4.000
5	Cabe merah	¼	Kg	Rp 15.000	Rp 15.000
6	Cabe setan	200	Gram	Rp 13.000	Rp 13.000
7	Minyak	1	liter	Rp 17.000	Rp 17.000
8	Gula merah	1	Pcs	Rp 2.000	Rp 2.000
9	Daun bawang	1	Ons	Rp 2.500	Rp 2.500

10	Bawang putih	1	Ons	Rp 5.000	Rp 5.000
11	Royco+Merica	4	Sachet	Rp 500	Rp 2.000
12	Ajinomoto	1	Sachet	Rp 2.500	Rp 2.500
13	Garam	50	Gram	Rp 1.000	Rp 1.000
SUBTOTAL					Rp 122.000

Biaya Packaging (Per bulan/20 hari)

Tabel 4. Biaya Packeging

No	Material	Unit	Harga per-unit	Total harga
1.	Mika	1 pack = 100 pcs	Rp 13.000	Rp 13.000
2.	Kresek	2 pack = 100 pcs	Rp 4.500	Rp 9.000
3.	Sauce cup	2 pack = 100 pcs	Rp 10.500	Rp 21.000
4.	Logo Stiker	600 pcs	Rp 400	Rp 240.000
5.	Hand gloves	1 kotak	Rp 8.000	Rp 8.000
SUBTOTAL				Rp 291.000

Biaya Operasional

Tabel 5. Biaya Operasional

No	Material	Total harga
1.	Biaya listrik + air	Rp 200.000
2.	Biaya kuota internet	Rp 100.000
3.	Biaya BBM	Rp 200.000
SUBTOTAL		Rp 500.000

Tabel 5 Biaya Operasional

Business Preparation Budget		
Modal awal	Rp	2.400.000
Biaya peralatan	Rp	1.021.500
Biaya bahan baku	Rp	122.000
Biaya packaging	Rp	291.000
Biaya operasional	Rp	500.000
Total biaya	Rp	1.934.500
Modal awal – total biaya = sisa	Rp	465.500
Business Execution Budget		
Poyeksi Laba Rugi		
Pendapatan harian (50 pcs x Rp 5.000)	Rp	250.000
Pendapatan bulanan (20 hari = 1.000 pcs)		Rp 5.000.000
HPP per bulan (20 hari)		
Biaya bahan baku	Rp	2.440.000

Biaya packaging	Rp	291.000	
Biaya operasional	Rp	500.000	
Total HPP			Rp 3.231.000
Laba bersih			Rp 1.769.000
BEP (Break Even Point)			
Total HPP / harga jual satuan			
Rp 3.231.000 / Rp 5.000	646		
Jadi, usaha ini akan mengalami BEP ketika dapat menjual 646 pcs per bulan			

<p>8. <i>Kerjasama (Key Partnership)</i></p> <p><i>Supplier bahan baku dan Supplier packaging</i></p>	<p>7. <i>Mitra Kerja (Key Resources)</i></p> <p><i>Fasilitas masak, Smartphone, Internet, dan Kendaraan.</i></p>	<p>2. <i>Proposisi Nilai Konsumen (Value Proposition)</i></p> <p><i>Salah satu upaya Tawanyesss dalam menyajikan Tawanyesss ini adalah dengan menggunakan ayam sebagai tambahan di adonan yang memiliki dua varian rasa.</i></p>	<p>4. <i>Hubungan Konsumen (Customer Relationship)</i></p> <p><i>Testimoni penilaian di akun IG official @tawanyesss , WA story, posting di FB.</i></p>	<p>1. <i>Target Pasar (Customer Segment)</i></p> <p><i>single or multi ? multi (konsumsi untuk segala usia)</i></p> <p><i>Karakteristik : semua kalangan (umum), anak-anak bahkan dewasa hingga lansia.</i></p>
	<p>6. <i>Kegiatan Utama (Key Activities)</i></p> <p><i>Menyajikan pelayanan yang baik dan berkualitas/bermutu tu dengan selalu memperhatikan pengemasan yang baik dan benar</i></p>		<p>3. <i>Saluran (Channel)</i></p> <p><i>Posting di FB, IG, WA, dan promosi dari mulut ke mulut.</i></p>	

<p>9. Struktur Biaya (Cost Structure)</p> <p><i>Biaya yang di keluarkan dalam usaha ini terbagi dalam beberapa bagian yaitu : Biaya Peralatan, Biaya Bahan Baku, Biaya Packaging dan Biaya Opaerasional.</i></p>	<p>5. Sumber Pendapatan (Revenue Streams)</p> <p><i>Modal awal dan Penjualan dengan 2 seri varian, yaitu rasa original dan pedas</i></p>
---	---

Gambar Kerangka MBC Produk Tawanyesss

5. Simpulan

Berdasarkan penerapan model bisnis canvas (MBC) pada bisnis Produk Tawanyesss, hasil, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut: 1) *Customer Segmen* (Target Pasar) Tawanyesss yaitu multi (konsumsi untuk segala usia) dengan karakteristik : semua kalangan (umum), anak-anak hingga dewasa, dikarenakan mayoritas masyarakat Indonesia menyukai Tahu sebagai cemilan pengganjal lapar. 2) *Value Propositions* adalah dengan menggunakan ayam sebagai tambahan di adonan yang memiliki dua varian rasa. Alasan mengapa Tawanyesss memilih ayam sebagai isian dalam ini adalah karena ayam mengandung banyak nutrisi, mudah didapat dan harganya terjangkau. 3) *Channels* Tawanyesss akan memanfaatkan media social untuk mempromosikan usaha Tawanyesss ini melalui Posting dipostingan FB, IG official @tawanyesss, WA story, dan promosi dari mulut ke mulut. 4) *Customer Relationship* Tawanyesss ini akan membangun hubungan dengan pelanggan dengan cara melakukan testimoni yang bisa di lakukan melalui Testimoni penilaian di akun IG official @tawanyesss, WA story, posting di FB untuk menjadi suatu masukan agar usaha Tawanyesss menjadi lebih baik lagi. 5) *Revenue Streams* usaha ini berasal dari Penjualan produk Tawanyesss dengan dua seri varian, yaitu Rasa Original dan Pedas (Hot). 6) *Key Resources* Tawanyesss ini, sumber utama yg Tawanyesss gunakan seperti Fasilitas masak, Smartphone, Internet, dan Kendaraan. 7) *Key Activities* Tawanyesss akan menyajikan pelayanan yang baik dan berkualitas/bermutu dengan selalu memperhatikan pengemasan yang baik dan benar. 8) *Key Partnership* (Kerjasama). Tawanyesss akan bekerja sama dengan beberapa supplier yang Tawanyesss butuhkan, seperti Supplier bahan baku dan Supplier packaging. 9) *Cost Structure* (Struktur Biaya). Biaya yang di keluarkan dalam usaha ini terbagi dalam beberapa bagian yaitu Biaya Peralatan, Biaya Bahan Baku, Biaya Packaging dan Biaya Opaerasional.

Daftar Pustaka

- Anter, R., H Jan, A. B., Pondaag, J. J., Edbert Anter, R., Bin Hasan Jan, A., Pondaag, J. J., Manajemen, J., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2022). Analisis Business Model Canvas Pada Ud. Perdana Motor Analysis of the Business Model Canvas At Ud. Prime Motor. *Jurnal EMBA*, 10(2), 144–153.
- Luhur, U. B. (2018). *the Analysis of Business Model Canvas for Burger King*. 7(2), 174–192.
- Pratami, N., & ADH, I. P. W. (2016). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar. *Jurnal Sistem Dan Informatika (JSI)*, 77–85.
- Purba, T. (2018). *Pola Konsumsi Penduduk Kota Batam Terhadap Produk Makanan Ringan Buatan Malaysia Dengan Metode Etnografi*. 6(1).
- Ratnasari, S. D., & Sunarto, S. (2021). Analisis penerapan bisnis model canvas (studi pada UKM di kota malang). *EKONIKA Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 6(2), 307.

- <https://doi.org/10.30737/ekonika.v6i2.1536>
- Sukarno, B. R., & Ahsan, M. (2021). Implementasi Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 4(2), 51–61. <https://doi.org/10.15642/manova.v4i2.456>
- Varianto, V. (2017). Model Bisnis Colleges Need Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(3), 351–358.
- Wardhanie, A. P., & Kumalawati, D. (2018). Analisis business model canvas pada perpustakaan Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya dalam meningkatkan kualitas perguruan tinggi. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 14(2), 124. <https://doi.org/10.22146/bip.32247>