

ANALISIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA PT. CAK WANG MACRO INDONESIA**Ulfah Setia Iswara^{1*}, Dini Widyawati², Susanti³, Shinta Setiadevi⁴**^{1,2,3}Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Surabaya, Indonesia⁴Politeknik Negeri Banyuwangi, Indonesia

*Corresponding author: ulfahsetiaiswara@stiesia.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis business model canvas yang dapat membantu perusahaan menemukan model bisnis yang paling tepat digunakan untuk mengembangkan bisnis ke depannya. Pengembangan usaha dilakukan secara terus menerus dengan selalu memperhatikan aspek sumber daya manusia, keuangan, produktivitas, sarana/prasarana, dan pemasaran. Penelitian dilakukan pada PT Cak Wang Macro Indonesia. Perusahaan ini bergerak pada bidang pengolahan kopi dan penjualan minuman kopi. PT. Cak Wang Macro Indonesia di mana memiliki dua unit utama yaitu Macro Coffee (Single Origin and Café Solutions) dan Kopi Cak Wang (Food & Beverage). Data yang digunakan untuk analisis business model canvas berupa data keuangan dan non keuangan yang diperoleh melalui wawancara dan observasi dengan manajemen perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perusahaan telah menggunakan business model canvas yang bermanfaat untuk pengembangan usaha menuju IKM yang modern.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Model Bisnis, UMKM.*Abstract*

This research aims to conduct a Canvas business model analysis which can help companies find the most appropriate business model to use to develop their business in the future. Business development is carried out continuously by always paying attention to aspects of human resources, finance, productivity, facilities/infrastructure and marketing. The research was conducted at PT Cak Wang Macro Indonesia. This company operates in the field of coffee processing and selling coffee drinks. PT. Cak Wang Macro Indonesia has two main units, namely Macro Coffee (Single Origin and Café Solutions) and Kopi Cak Wang (Food & Beverage). The data used for business model canvas analysis consists of financial and non-financial data obtained through interviews and observations with company management. The research results show that the company has used the canvas business model which is useful for business development towards modern SMEs.

Keywords: Business Model Canvas, Business Models, MSMEs.



PENDAHULUAN

Perkembangan Bisnis kopi saat ini terus mengalami perkembangan, karena adanya perubahan gaya hidup masyarakat. Konsumsi kopi Indonesia rata-rata terus mengalami kenaikan sebesar 13,9%, (Badan Pusat Statistik, 2022). Adanya perkembangan bisnis kopi memberikan peluang bagi usaha-usaha untuk dapat terus memperluas pangsa pasar. Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, perusahaan membutuhkan sebuah model bisnis yang relevan, yakni Business Model Canvas. Business Model Canvas adalah sebuah alat yang digunakan untuk mendukung menciptakan bisnis baru dengan kecepatan yang lebih tepat (Wallin et al., 2018). Sembilan komponen dalam Business Model Canvas terdiri atas: customer segments (Segmen pelanggan), value propositions (proposisi nilai), channel (saluran), customer relationships (hubungan pelanggan), revenue streams (arus pendapatan), key resources (sumber daya utama), key Activities (aktivitas Kunci), key partnerships (kemitran Utama) dan cost structure (Struktur Biaya).

Penelitian Yurike dan Sahetapy (2018) menunjukkan bahwa UD Diamond Motor dapat menggunakan Business Model Canvas dan analisis SWOT sebagai bahan evaluasi dan melakukan peninjauan ulang atas model bisnis yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian Rohmawati dan Wijaya (2024), formulasi perancangan strategi dengan analisis SWOT terhadap business model canvas bahwasannya 9 (Sembilan) elemen business model canvas dapat di kolaborasikan dengan analisis SWOT untuk solusi terbaik yang dihadapi setiap perusahaan dari kelas bawah, menengah maupun kelas atas. Analisis business model canvas (BMC) juga digunakan oleh usaha 21st Century Sandwich yang bertujuan untuk membuat rencana bisnis yang matang untuk meningkatkan sustainability atau keberlanjutan usaha kuliner 21st Century Sandwich (Murniadi et al., 2024).

Penelitian Suryono et al. (2024) tentang Analisis Business Model Canvas (BMC) mengidentifikasi segmen pelanggan utama eFishery, termasuk nelayan tradisional dan peternak ikan/udang, serta proposisi nilai seperti sistem monitoring otomatis dan pakan berbasis data. Kemitraan strategis dan penggunaan teknologi platform menjadi kunci keberhasilan eFishery dalam industri akuakultur. Hasil penelitian Avelina (2024) menunjukkan gambaran business model canvas yang ada pada perusahaan Jenang Mirah yaitu customer segments untuk semua kalangan, value propositions yaitu bahan baku alami tanpa pengawet, merek terkenal, banyak pilihan pembayaran. Channels yaitu toko sendiri, agen dan reseller. Customer relationship yaitu tatap muka, whatsapp, google maps. Key activity yakni pembelian bahan baku, proses produksi, pengemasan, pemasaran. Key resources yaitu karyawan, toko, pabrik, peralatan, sertifikat. Key partnership yaitu pemasok bahan baku, agen, reseller. Revenue stream yaitu penjualan produk toko. Cost structure yaitu biaya tenaga kerja, biaya bahan baku, biaya overhead pabrik. Penelitian Ramadhan dan Agutina (2024) Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT sangat berpengaruh dalam pengembangan bisnis “Haniffa Kost”.

Model-model tersebut diharapkan dapat digunakan sebagai solusi dalam menentukan strategi yang tepat dan efektifserta memperluasdaya tarik pada “Haniffa Kost” dengan berbagai macam upaya pemasaran yang inovatif dan menarik. Penggunaan model tersebut dapat digunakan sebagai alat untuk pengembangan wawasan pelaku bisnis terkait kekuatan dan kelemahan bisnisnya sehingga pelaku bisnis mampu mengidentifikasi kebutuhan dan resiko selama pelaksanaan operasional dan pelayanan usaha kost miliknya. Penelitian Puspitasari et al. (2024) merancang strategi bisnis dengan analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) pada UKM XYZ.

PT Cak Wang Macro Indonesia berlokasi di Kabupaten Jember Provinsi Jawa

Timur merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengolahan kopi dan penjualan kopi. Kopi jenis robusta dan arabika diperoleh dari para petani lokal di Indonesia. Perusahaan menjual kopi biji dan kopi bubuk kepada warung-warung kopi, cafe dan konsumen langsung. Sedangkan untuk penjualan minuman kopi dengan letak yang strategis dekat kampus sehingga konsumen kebanyakan mahasiswa dan masyarakat umum.

Omzet usaha terus menunjukkan peningkatan sehingga perusahaan harus dapat menjalankan operasional dengan lebih baik lagi. Manajemen perusahaan dapat menggunakan model bisnis canvas. Ilham (2021) menjelaskan sembilan elemen yang dievaluasi adalah 1) Customer Segment: Menjelaskan bagaimana struktur segmen pasar pada setiap proses bisnis, 2) Value Proposition: proposisi nilai yang ditawarkan dari bisnis ke konsumen, 3) Channels: saluran yang digunakan pelaku usaha untuk mendistribusikan produknya kepada konsumen, 4) Customer Relationships: Menggambarkan hubungan dengan segmen pelanggan terpilih, 5) Revenue Streams: Sumber pendapatan yang dihasilkan perusahaan dari setiap segmen pelanggan, 6) Key Resources: Sumber daya utama atau aset utama yang diperlukan agar model bisnis dapat berfungsi, 7) Key Activities: Aktivitas utama yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnisnya dapat berfungsi, 8) Key Partnerships: Jaringan pemasok dan mitra yang membuat model bisnis berhasil, 9) Cost Structure: Menunjukkan total biaya yang dikeluarkan dalam pengoperasian model bisnis. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis Business Model Canvas yang dapat membantu manajemen dalam mengevaluasi model bisnis, melakukan pengembangan model bisnis kedepannya dan mencapai sustainability (keberlanjutan usaha).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif memberikan gambaran dengan jelas dan menekankan pada makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2012). Penelitian ini dilakukan pada PT Cak Wang Macro Indonesia yang berlokasi di Kabupaten Jember dengan menggunakan sembilan komponen dalam Business Model Canvas yakni: customer segments (Segmen pelanggan), value propositions (proposisi nilai), channel (saluran), customer relationships (hubungan pelanggan), revenue streams (arus pendapatan), key resources (sumber daya utama), key Activities (aktivitas Kunci), key partnerships (kemitran Utama) dan cost structure (Struktur Biaya). Penelitian menggunakan teknik wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara semi terstruktur dilakukan pada manajemen PT Cak Wang Macro Indonesia. Observasi dan dokumentasi dilakukan untuk memperoleh informasi keuangan dan non keuangan dari narasumber. Analisis business model canvas data dilakukan setelah melalui pengumpulan informasi sembilan komponen dalam Business Model Canvas yang terdiri atas: customer segments (Segmen pelanggan), value propositions (proposisi nilai), channel (saluran), customer relationships (hubungan pelanggan), revenue streams (arus pendapatan), key resources (sumber daya utama), key Activities (aktivitas Kunci), key partnerships (kemitran Utama) dan cost structure (Struktur Biaya).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Perusahaan

Kopi merupakan salah satu komoditas unggulan di Jember yang sangat digemari baik di kalangan masyarakat lokal maupun nasional. Salah satu potensi yang besar di Jember yaitu kopi robusta dan arabika yang selama ini belum diberi perhatian khusus baik pengolahan pasca panen dan pemasarannya. Berawal dari salah satu Industri Kecil

Menengah di Kabupaten Jember yang bergerak di bidang kopi spesialti yaitu Macro Coffee Roastery pada tahun 2015. Macro Coffee terus mengalami perkembangan usaha yang signifikan. Pada tahun 2022, Macro Coffee bergabung menjadi satu (*merger*) dengan sebuah unit bisnis yang bergerak di sektor *F&B* yaitu Kedai Kopi Cak Wang.

Kedai Kopi Cak Wang sendiri merupakan sebuah Industri Kecil Menengah yang sudah berjalan sejak tahun 2009, mengkhususkan diri untuk menjual produk olahan kopi lokal Jember dalam bentuk minuman olahan. Unit usaha yang berjalan saat ini berbentuk badan usaha yaitu PT. Cak Wang Macro Indonesia di mana memiliki dua unit utama yaitu Macro Coffee (Single Origin and Café Solutions) dan Kopi Cak Wang (Food & Beverage). Produk yang dihasilkan berupa olahan biji kopi menjadi kopi bubuk dan minuman kopi banyak diminati oleh masyarakat. Sehubungan dengan hal tersebut, maka pengembangan usaha dilakukan secara terus menerus dengan selalu memperhatikan aspek sumber daya manusia, permodalan, produktivitas, sarana/prasarana, pemasaran dan pemanfaatan lembaga pemerintah dan swasta secara maksimal, menuju kepada terwujudnya IKM yang modern.

Macro Coffee

Macro Coffee merupakan sebuah unit usaha yang bergerak melalui produksi produk kopi spesialti dengan berbahan baku lokal. Produk yang dihasilkan berupa biji kopi sangrai maupun kopi bubuk siap konsumsi. Hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada perusahaan menghasilkan model bisnis canvas sebagai berikut:

1. *Costumer Segments/ Segmentasi Konsumen:*
 - Cafe
 - Warung kopi
 - Pecinta kopi
 - Calon pebisnis cafe / warung
 - Orang awam yang mencari kopi

2. *Value Proposition:*
 - Kopi lokal dengan olahan yang premium
 - Banyak pilihan jenis kopi dari seluruh Indonesia
 - Tempat yang ramah bagi customer dan nyaman untuk diskusi
 - Menyediakan bahan baku cafe selain kopi
 - Menyediakan pelatihan SDM untuk pekerja cafe

3. *Channel/ Media Pemasaran:*
 - Google Business
 - Media sosial Instagram, facebook.

4. *Customer Relationship / Kemitraan Pelanggan:*
 - Komitmen dgn konsumen loyal:
 - Bonus dan diskon
 - Kelas edukasi kopi
 - Diskusi pengelolaan cafe dan pengetahuan kopi
 - Konsumen baru:
 - Edukasi pengenalan kopi dengan seduh kopi bersama
 - Edukasi tentang pengelolaan café
 - Panduan memilih kopi yang cocok untuk personal atau cafe

5. *Revenue Streams*/Arus Pendapatan:
 - Penjualan Roasted Bean (Biji Kopi Sangrai)
 - Penjualan Green Bean (Biji Kopi Mentah)
 - Penjualan bahan-bahan pendukung cafe
 - Jasa pelatihan SDM
 - Jasa konsultasi cafe / warung

6. *Key Resources* / Sumber Daya Utama:
 - Supplier bahan baku green bean dari petani kopi atau tengkulak kopi.
 - Green bean kopi kualitas bagus
 - Peralatan roasting dan seduh kopi professional
 - Tenaga ahli di bidang roasting kopi, penyeduhan kopi, dan
 - Tenaga pengajar kebaristaan

7. *Key Activities* / Aktivitas Utama:
 - Mendidik SDM (Barista)
 - Melakukan pembukaan Online Shop di e-commerce
 - Melakukan pemetaan terhadap pembeli dan calon calon pembeli tentang kopi yang di butuhkan
 - memperluas jaringan komunitas
 - memperkuat literasi tentang kopi dan manajemen

8. *Key Partner*/Mitra Utama:
 - Petani kopi yang sudah bisa mengolah kopi dengan baik
 - Petani kopi yang mau diajari untuk mengolah kopi dengan baik
 - Processor/pengolah kopi yang bisa mengolah kopi dengan baik
 - Tengkulak kopi yang mempunyai standar kopi bagus.
 - E-commerce
 - Kurir barang

9. *Cost Structure* / Struktur Biaya:
 - Biaya Riset dan literasi
 - Biaya Pembelanjaan bahan baku utama (green bean)
 - Biaya pembelanjaan peralatan
 - Biaya Operasional bulanan (gaji, perawatan, dll)

Kopi Cak Wang

Kopi Cak Wang merupakan sebuah unit usaha Coffee Shop yang mengusung konsep nongkrong seperti di Warung Kopi khas suasana kota Jember. Olahan minuman kopi dengan sajian modern dipadukan dengan suasana nongkrong ala warung kopi namun juga nyaman untuk bekerja ala Coffee Shop. Hasil wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan pada perusahaan menghasilkan model bisnis canvas sebagai berikut:

1. *Customer Segments*/ Segmentasi Konsumen:
 - Pecinta kopi
 - Mahasiswa
 - Karyawan
 - Komunitas

- Orang awam yang mencari kopi
2. *Value Proposition:*
 - Kopi lokal dengan olahan yang premium
 - Tempat yang ramah bagi pelanggan, nyaman untuk mengorbol sambil mengerjakan tugas atauun meeting
 - Menyediakan menu yang tidak kalah menarik selain kopi
 - Menyediakan oleh-oleh kopi lokal
 3. *Channels/ Media Pemasaran:*
 - Google Business
 - Media sosial Instagram, facebook.
 4. *Customer Relationship / Kemitraan Pelanggan:*
 - Mengadakan event musik dan kesenian
 - Mengadakan Workshop edukasi ddengan tema beragam
 - Diskon dan membership untuk pelanggan
 5. *Revenue Streams/Arus Pendapatan:*
 - Penjualan Produk makanan dan minuman
 - Penjualan Kopi Kemasan
 6. *Key Resources/ Sumber Daya Utama:*
 - Supplier bahan baku mandiri dengan Standar Kualitas bagus
 - Peralatan dan mesin kopi standar
 - Tenaga ahli di bidang barista
 7. *Key Activities/ Aktivitas Utama:*
 - Melakukan penjualan produk makanan dan minuman secara offline
 - Melakukan penjualan Online Shop di e-commerce
 - Melakukan pemetaan terhadap pembeli dan calon calon pembeli tentang menu yang lagi trend
 - Memperluas jaringan komunitas dengan mengadakan event
 8. *Key Partner/Mitra Utama:*
 - Supplyer bahan baku makanan
 - Supplyer kopi tetap
 - E-commerce
 9. *Cost Structure/ Struktur Biaya:*
 - Biaya Riset dan literasi
 - Biaya Pembelanjaan bahan baku utama
 - Biaya pembelanjaan peralatan
 - Biaya Operasional bulanan (gaji, perawatan, dll)

KESIMPULAN

Setelah dilakukan analisis terhadap hasil wawancara yang dilakukan dengan manajemen perusahaan menyimpulkan bahwa manajemen telah membangun sebuah

model bisnis canvas yang terdiri atas customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, dan cost structure. Business Model Canvas ini sebagai alat representasi visual yang digunakan oleh perusahaan untuk mengevaluasi model bisnis yang sedang dijalankan dan sebagai langkah awal sebelum merancang perencanaan bisnis yang lebih terstruktur dan rinci.

DAFTAR PUSTAKA

- Avelina, D. M. 2024. Analisis Model Bisnis pada Perusahaan Jenang Mirah Ponorogo dengan Pendekatan Business Model Canvas (BMC). Artikel. IAIN Ponorogo.
- Badan Pusat Statistika. 2022. Pengeluaran Konsumsi untuk Minuman Jadi (kopi, kopi susu, teh, dsb). Kopi Instan (sachet), dan Kopi (bubuk, biji) Berdasarkan Rata-Rata Pengeluaran Perkapita. Jakarta.
- Ilham, P. Z. 2021. Analisa Business Model Canvas (BMC) pada Industri Pengolahan Keripik Nenas di Desa Kuala Nenas. Artikel. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pekanbaru.
- Murniadi, N. K. I. O., A. M. Ahmad, dan V. A. Nurhidayati. 2024. Analisis Business Model Canvas pada Usaha Kuliner 21st Century Sandwich. Seminar Nasional Pariwisata dan Kewirausahaan (SPNK). 3. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol3.2024.204>.
- Puspitasari, I., N. Ghonia, N. Faiza, A. Khumairoh, M. L. Aminin, T. P. Ningrum, dan L. Kartika. 2024. Perancangan Strategi Bisnis dengan Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) pada UKM XYZ. *Trending: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*. 2 (3): 210-226. <https://doi.org/10.30640/trending.v2i3.2716>
- Ramadhan, L. D. Y. dan T. S. Agutina. 2024. Analisis Pengembangan Model Bisnis “Haniffa Kost” dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Riset Entrepreneurship*. 7 (1) doi: 10.30587/jre.v7i2.7329
- Rohmawati, S. dan F. Wijaya. 2024. Formulasi Perancangan Strategi Pengembangan Usaha pada UMKM Gula Dezan Berkah dengan Business Model Canvas dan Analisis SWOT. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & Sumber Daya Manusia*. 5 (2): 184-198.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suryono, Z. C., S. Kancana, Z. K. Fatah, dan D. Lambang. 2024. Analisis Business Model Canvas pada Start-up di bidang Akuakultur (Studi Kasus eFishery). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 22 (2).
- Wallin, J., Chirumalla, K. dan Thompson, A. 2013. Developing PSS Concepts From Traditional Product Sales Situation: The Use of Business Model Canvas. *Product-Service Integration for Sustainable Solutions*. 263-274.
- Yurike, Y. dan W. L. Sahetapy. 2018. Analisis Business Model Canvas pada UD Diamond Motor. *AGORA*. 6 (2).