

PERANCANGAN BISNIS PADA GERAJ IVONIE COOKIES KEDIRI DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Antonius Salim

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

E-mail: gamer3acuco@gmail.com

Abstrak—Penelitian ini bertujuan untuk merancang *Business model canvas* yang tepat bagi gerai Ivonie Cookies. Jenis penelitian adalah kualitatif deskriptif dengan menggunakan *Business model canvas* yang kemudian dilengkapi dengan *Finance analysis*, dan *marketing plan* yang ada di dalam *Business Plan*. Dari hasil penelitian di dapat rancangan gambaran mengenai 9 blok *Business model canvas* dimana gerai Ivonie Cookies nantinya lebih berfokus pada acara – acara khusus, juga rancangan mengenai cara pemasaran apa yang baiknya dilakukan, dan pada perhitungan *Finance Analysis*, di dapat bahwa perancangan gerai Ivonie Cookies ini layak dilakukan, dan akan mengalami pengembalian investasi awal pada 2 tahun, 10 bulan, 6 hari setelah gerai Ivonie Cookies di dirikan.

Kata Kunci— 9 Block *Business Model Canvas*, *Finance Analysis*, *Marketing Plan*

I. PENDAHULUAN

Penjualan produk bakery di Indonesia pada saat ini terus mengalami tren positif setiap tahunnya. Hal ini terlihat dari pertumbuhan omzet industri tersebut yang rata-rata mengalami kenaikan di atas 10 persen per tahun (*Liputan6.com*, 2014, para. 1 – 4)). Tren kue kering dari tahun ke tahun muncul beraneka jenis, namun demikian kue-kue jenis klasik masih menjadi permintaan besar dari konsumen, seperti nastar, kastengels, putri salju dan kue kacang (*majalahkartini.co.id*, 2015, para. 3).

Magretta (2002) mengatakan bahwa bisnis model seperti gambaran besar mengenai keseluruhan bisnis, bisnis model sangatlah penting dalam mengembangkan usaha dan juga menjadi salah satu alternatif untuk membuat bisnis menjadi lebih berkembang lagi dengan menggunakan alternatif-alternatif unik.

Ivonie Cookies merupakan sebuah home industry musiman yang telah memproduksi kue kering sejak tahun 2007, pada awal mulanya Ivonie Cookies tidak memiliki banyak produk, produknya hanya Kue lidah kucing dan kue Garut. Namun dengan berjalannya waktu Ivonie Cookies sekarang telah memiliki 15 jenis produk kue kering, Ivonie Cookies ini

sendiri hanya melayani pesanan pada saat musiman saja, biasanya pada saat musim tahun baru China, hari raya Idul Fitri, serta tiap Natal dan Tahun baru. Selama ini Ivonie Cookies menjual produknya hanya lewat penjualan langsung pada konsumen atau pemesanan oleh para *reseller* roti kue kering.

Salah satu alat dalam merancang model bisnis yang baik adalah dengan menggunakan *Business model canvas*. *Business model canvas* sendiri adalah model yang bisnis yang menggambarkan bagaimana sebuah perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 14).

Business Plan yang baik diperlukan juga analisa tentang Model Bisnis *Canvas*, karena dengan dibentuknya sebuah Model Bisnis *Canvas* tersebut, itu akan membantu seorang pengusaha untuk dapat melihat, menciptakan, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan mereka, sehingga dari Model Bisnis *Canvas* tersebut akan membuat *Business Plan* yang kita ciptakan menjadi lebih baik. Berikut merupakan 5 rancangan struktur *Business Plan* yang disarankan oleh Osterwalder: The Team, The Business Model, Financial analysis, External environment, Implementation Roadmap, Risk analysis (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 268)

Dalam penelitian ini akan membahas tentang rancangan mengenai *Business model canvas* yang disertai dengan *Finance Analysis* serta *Marketing Plan* sebagai alat pelengkap dalam merancang bisnis yang sesuai untuk gerai Ivonie Cookies nantinya.

II. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini adalah penelitian Kualitatif Deskriptif dimana penelitian kualitatif berusaha memahami kompleksitas fenomena yang diteliti. Peneliti juga berusaha memahami suatu fenomena dari sudut pandang sang pelaku di dalamnya, pemahaman sang peneliti sendiri dan para pelaku diharapkan akan saling melengkapi dan mampu menjelaskan kompleksitas fenomena yang diamati (Samiaji, 2012, p. 9).

Subjek Penelitian

Subjek Penelitian dalam penelitian ini adalah informan yang sudah ditentukan terlebih dahulu. Penentuan informan berdasarkan kriteria bahwa orang tersebut mengerti, memahami dan menjalankan kegiatan yang berhubungan dengan objek penelitian. Informan dari penelitian ini yaitu Owner Ivonie Cookies, sekretaris Ivonie Cookies, dan karyawan produksi Ivonie Cookies.

Objek penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah perancangan bisnis pada gerai Ivonie Cookies. Konsep bisnis yang dipakai dalam merancang gerai Ivonie Cookies adalah dengan menggunakan *Business model canvas* yang dilengkapi dengan *Marketing Plan*, dan *Finance Analysis*.

Teknik Penetapan Narasumber

Dalam penelitian ini, narasumber ditentukan dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Pengambilan sampel (*purposive sampling*) dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi berdasarkan suatu kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan dapat berdasarkan pertimbangan tertentu atau *quota* tertentu (Jogiyanto, 2008, p. 76). Pertimbangan yang dimaksud pada penelitian ini adalah orang yang benar – benar tahu mengerti, memahami, dan ikut serta dalam menjalankan aktivitas perusahaan. Sehingga narasumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah owner, sekretaris, dan wakil karyawan produksi Ivonie Cookies.

Sumber Data

Sumber data dari penelitian ini adalah sumber data primer dan sekunder. Sumber data primer diperoleh dari hasil wawancara, dan data sekunder diperoleh dari buku – buku perpustakaan, dan internet.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik wawancara semi terstruktur. Teknik wawancara semi terstruktur adalah gabungan antara wawancara terstruktur dan tidak struktur. Dalam tehnik

wawancara semi terstruktur, pewawancara sudah menyiapkan topic dan daftar pertanyaan pemandu wawancara sebelum aktifitas wawancara dilaksanakan (Samiaji, 2012, p. 47).

Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Menurut Miles dan Huberman, terdapat tiga teknik analisis data kualitatif yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Proses ini berlangsung terus-menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul (dalam Sugiyono, 2013).

Reduksi Data

Reduksi data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Reduksi data adalah bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu dan mengorganisasi data sedemikian rupa sehingga kesimpulan akhir dapat diambil. Reduksi tidak perlu diartikan sebagai kuantifikasi data.

Penyajian Data

Penyajian data merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penyajian data adalah kegiatan ketika sekumpulan informasi disusun, sehingga memberi kemungkinan akan adanya penarikan kesimpulan. Bentuk penyajian data kualitatif berupa teks naratif (berbentuk catatan lapangan), matriks, grafik, jaringan dan bagan.

Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan merupakan salah satu dari teknik analisis data kualitatif. Penarikan kesimpulan adalah hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil tindakan.

Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian ini menggunakan metode Triangulasi, Triangulasi yaitu suatu metode dengan mengecek data menggunakan beragam sumber, tehnik, dan waktu (Nusa, 2011, p. 189). Dalam penelitian pengujian datanya menggunakan triangulasi sumber. Triangulasi sumber maksudnya adalah digunakan lebih dari satu sumber untuk memastikan apakah datanya benar atau tidak (Nusa, 2011, p. 189).

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan diskripsi model bisnis gerai Ivonie

Cookies menggunakan *Business model canvas*.

A. *Business model canvas* Ivonie Cookies saat ini

Customer segment

Geografis : *Customer segment* yang menjadi segmen dari Ivonie Cookies adalah para konsumen yang bertempat tinggal di daerah kota Kediri, kota Sidoarjo, Nganjuk, hingga ke kota besar seperti Surabaya.

Demografis : rata – rata pelanggan Ivonie Cookies berusia kurang lebih 30 tahun, dan biasanya merupakan karyawan rumah sakit, pemma, Pemkot, dan karyawan kantor.

Value proposition

Newness pada Ivonie Cookies tidak hanya pada tambahan variasi produk setiap tahunnya saja, Ivonie Cookies juga membuat kue keringnya tanpa menggunakan bahan pengawet,

Performance pada Ivonie Cookies adalah Ivonie Cookies selalu menjaga kualitas produk kue keringnya dengan menggunakan bahan baku berkualitas serta tanpa menggunakan bahan pengawet tetapi tetap menjaga kualitas kelezatan produknya.

Pada faktor *Price*, *Price* yang dipatok oleh Ivonie Cookies pada setiap produk kue keringnya sangatlah tergolong murah bila dilihat dari sisi rasa yang dibandingkan dengan pesaingnya serta harga produk yang diberikan oleh pesaingnya, harga kue Ivonie Cookies paling murah Rp. 40.000 sedangkan para pesaingnya biasa menjual produk yang kue yang sama dengan harga Rp. 47.500 – Rp. 50.000.

Channel

Channel yang dilakukan oleh Ivonie Cookies adalah dengan menggunakan *Channel* langsung, dimana konsumen mendapatkan kue kering melalui penjualan secara langsung pada tempat produksinya, penjualan langsung ini dilakukan dengan upaya untuk meningkatkan kepercayaan serta mengurangi resiko penipuan dalam penjualan, dan dengan adanya penjualan produk secara langsung ini membuat komunikasi di antara Ivonie Cookies dan konsumennya dapat berjalan dengan baik.

Customer Relationship

Hubungan antara konsumen dengan penjual sangatlah penting karena dengan adanya hubungan yang baik maka konsumen akan menjadi pelanggan tetap dari suatu bisnis tersebut.

Dalam upaya meningkatkan hubungan dengan

konsumennya Ivonie Cookies memberikan tester kue kering kepada konsumennya tersebut, dan disini Ivonie Cookies juga meyakinkan para konsumennya bahwa rasa pada tester tersebut sama seperti kue kering yang nantinya dibeli.

Dan disini Ivonie Cookies juga memberikan *personal assistance* kepada konsumennya melalui sekretaris dari Ivonie Cookies, jadi disini para konsumen akan dapat berkomunikasi secara langsung dan memberikan keluhan bila ada kekurangan pada kue kering Ivonie Cookies.

Revenue streams

Revenue streams merupakan gambaran arus penghasilan yang didapat oleh perusahaan.

Sumber pendapatan dari Ivonie Cookies ini di dapat dari *asset sale* (penjualan kue kering) pada musim sebelumnya yang dijadikan modal untuk modal sekarang.

Tipe Revenue Streams dari Ivonie Cookies ini termasuk *Transaction Revenue* karena di dapat dari pembayaran produk oleh konsumen

Marketing Plan

Pemasaran yang selama ini dilakukan oleh Ivonie Cookies adalah dengan memasarkannya melalui media sosial BBM, maupun LINE yang semuanya itu dilakukan oleh owner, dan sekretaris dari Ivonie Cookies sendiri.

Key Resources

Key Resources Ivonie Cookies tergolong menjadi beberapa golongan yang pertama adalah secara *physical*, kedua *Intellectual* dan yang ketiga *human*.

Physicalnya Ivonie Cookies memiliki: mesin pengaduk besar, oven sepanjang 3 meter 3 buah, dan 70 loyang.

Human, para pegawai Ivonie Cookies berjumlah 10 orang bahkan bisa lebih bila banyak order, 10 karyawan tersebut terdiri dari 3 pegawai lama dan 7 pegawai baru. Disini Ivonie Cookies tiap tahun selalu mencari 7 karyawan produksi baru dikarenakan agar mengurangi biaya gaji yang besar Ivonie Cookies lebih mencari karyawan yang masih sedikit memiliki kemampuan di bidang kue kering atau bahkan sama sekali tidak memiliki kemampuan dan pemahaman di bidang kue kering sehingga gaji mereka nanti dapat ditekan menjadi serendah mungkin.

Finance : Ivonie Cookies mendapatkan dana keuangannya selama ini melalui pendapatan bersih musim lalu yang dijadikan modal untuk musim berikutnya serta dengan melakukan bisnis lain seperti: catering, investasi sapi. Rata – rata modal yang dibutuhkan Ivonie Cookies untuk memulai produksi kurang lebih sebesar 60.000.000 rupiah – 70.000.000

rupiah.)

Key Activities

Key Activities yang dilakukan oleh Ivonie Cookies ini adalah *Production*, *Production* yang dilakukan oleh Ivonie Cookies adalah dimulai mengoven tepung terigu dahulu untuk mengurangi kadar air pada tepung terigu tersebut, langkah berikutnya adalah pemrosesan buah menjadi selai, buah yang digunakan untuk selai harus dimasak dengan api kecil agar manis dan tingkat kematangannya merata. Dan Ivonie Cookies juga sangat menjaga ke higienisan di dalam kue keringnya seperti sudah memakai sarung tangan dalam setiap pengerjaan produksinya, menjaga ke higienisan ini dilakukan agar kue kering Ivonie Cookies tetap lezat dan sehat untuk dikonsumsi.

Key Partnership

Key Partnership yang selama ini dilakukan oleh Ivonie Cookies adalah menjalin hubungan dengan mitra non pesaing yang menjual produk Ivonie Cookies, seperti JNE, PEMDA, PEMKOT, RS.Baptis.

Cost Structure

Cost structure pada Ivonie Cookies lebih menekankan pada *Value Driven* karena Ivonie Cookies lebih mementingkan keunikan rasa yang menjadi nilai tambah baginya.

Variable Cost yang ada di dalam Ivonie Cookies yaitu pembelian bahan baku untuk produksi : gula, terigu, telur, susu, buah, keju, mentega, dan gas elpiji, listrik, air, dan telepon. *Fixed Cost* pada Ivonie Cookies adalah gaji pegawai.

Gambar 1 *Business model canvas* Ivonie Cookies saat ini

<i>Key Partners</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
• Menjalin hubungan dengan mitra non pesaing, JNE, PEMDA, PEMKOT, RS, Baptis	• Production : memproduksi aneka kue kering	• <i>Newness</i> : Membuat produk baru setiap tahun dan pembuatan kue kering dilakukan tanpa campuran bahan pengawet • <i>Performance</i> : Menjaga kualitas produk dengan menggunakan bahan – bahan baku berkualitas serta tanpa menggunakan bahan pengawet • <i>Price</i> : murah bila dibandingkan dengan harga dan rasa produk yang sama dari pesaingnya	• Melakukan personal assistance secara langsung yang dilakukan oleh sekretaris Ivonie Cookies	• Geografis: Para karyawan kantor yang tinggal di Kediri. • Demografis : Usia >= 30 tahun
<i>Key Resources</i>	• <i>Physical</i> : 1 mesin pengaduk, 3 oven tiga meter, 70 loyang • <i>Human</i> : 10 pegawai (3 pegawai lama, 7 pegawai baru) • <i>Finance</i> : Pendapatan bersih musim lalu yang dijadikan modal awal pada musim berikutnya		• <i>Channels</i> <i>Channel</i> yang digunakan adalah <i>Channel</i> langsung melalui pembelian langsung di tempat produksi Ivonie Cookies	
<i>Cost Structure</i>	• <i>Cost Structure</i> berfokus pada <i>value - driven</i> • <i>Variable Cost</i> : gula, terigu, telur, susu, buah asli, keju, mentega, gas elpiji, listrik, air, dan telepon • <i>Fixed Cost</i> : gaji pegawai		<i>Revenue Streams</i>	• Sumber pendapatan : <i>asset sale</i> (penjualan produk) • Tipe <i>Revenue streams</i> : <i>transaction revenue</i> yang didapat dari pembayaran oleh konsumen

B. Perancangan *Business model canvas* gerai Ivonie Cookies

Customer Segment

Geografi, *Customer segment* dari Ivonie Cookies adalah para konsumen yang bertempat tinggal di daerah kota Kediri, Nganjuk, Madiun, dan Tulungagung.

Demografi : rata – rata konsumen berusia lebih dari 20 tahun, bekerja sebagai karyawan atau sebagai mahasiswa, pria maupun wanita. Para konsumen Ivonie Cookies adalah mereka yang berkelas sosial menengah keatas.

Value proposition

Newness, memunculkan inovasi kue kering baru setiap tahunnya dengan cara mencoba ide dari owner Ivonie Cookies yang didapat dari *Home industry* kue kering saudara di Surabaya, serta didapat dari menggabungkan ide – ide dari pengalaman owner sendiri, dan mendapatkan ide juga dari owner melihat trend – trend kue setiap tahunnya , memproduksi kue tanpa bahan kimia dengan cara mengoven tepung terigu dahulu untuk mengurangi kadar air pada tepung terigu tersebut, langkah berikutnya adalah pemrosesan buah menjadi selai, buah yang digunakan untuk selai harus dimasak dengan api kecil agar manis dan tingkat kematangannya merata, menyediakan aneka tester kue basah setiap 3 bulan sekali pada minggu pertama hari sabtu dengan harus membeli kue kering terlebih dahulu.

Performance, menjaga kualitas produk dengan tidak memakai bahan kimia, dan memakai bahan baku dengan kualitas yang baik, serta tetap menjaga higienisan produk yang dihasilkan.

Customization, menyediakan pesanan khusus untuk kue basah atau kue kering sesuai yang diinginkan oleh konsumen pada acara pernikahan, ulang tahun, syukuran, acara keagamaan, pembuatan parcel, acara rapat kantor, dan acara universitas. Contohnya, pada acara ulang tahun anak – anak, anak tersebut menginginkan kue tart ulang tahunnya berbentuk minion, maka Ivonie Cookies dapat membuat kue tart berbentuk minion tersebut untuk acara ulang tahun anak tersebut.

Design, menyediakan kemasan produk dengan ukuran standart dan ukuran besar untuk keluarga

Channel

Channel langsung, dilakukan dengan cara konsumen langsung membeli produk di gerai, pembelian langsung ini dilakukan guna untuk meningkatkan hubungan antara Ivonie Cookies dengan para pelanggannya, melakukan pemesanan melalui telepon, pemesanan melalui telepon ini dilakukan agar mempermudah konsumen dalam memesan kue pada acara khusus atau memesan kue dalam jumlah yang banyak, menyediakan layanan delivery pada acara khusus, dan menerima pemesanan luar kota dengan menggunakan JNE, pemesanan luar kota dengan menggunakan JNE ini dilakukan guna untuk mempermudah akses pembelian bila pelanggan berada di luar jangkauan.

Channel tidak langsung, dilakukan dengan cara konsumen melakukan pembelian produk melalui Golden Swalayan di

Tulungagung, Prima Swalayan di Nganjuk, Three Swalayan di Madiun.

Customer Relationship

Dalam upaya meningkatkan hubungan dengan konsumennya Ivonie Cookies melakukan *Personal assistant* dengan cara para konsumen akan diberikan informasi produk secara jelas oleh karyawan pemasaran Ivonie Cookies, dan konsumen juga dapat secara langsung memberikan keluhan atau saran untuk Ivonie Cookies melalui telepon atau bertatap langsung dengan karyawan pemasaran Ivonie Cookies.

Revenue streams

Revenue Streams dari Ivonie Cookies didapat dari *Transaction Revenue* melalui pembayaran produk yang dilakukan oleh konsumen.

Sumber pendapatan dari Ivonie Cookies di dapat melalui *asset sale* (penjualan produk).

Marketing Plan

Dan cara untuk memasarkannya dilakukan melalui : pemasangan banner di jalan raya kota Kediri, melakukan penyebaran brosur, dan mempromosikan melalui sosial media (facebook, twitter, dan instagram)

Key Resources

Physical, Ivonie Cookies memiliki : 1 Bangunan yang digunakan sebagai gerai, 2 buah mesin Mixer Roti Kapasitas 50 liter / 15 kg, Model B-50A, 5 buah Oven Roti Gas 3 Deck 6 Pan Model RFL36, 80 loyang kotak ukuran 28 x 28 x 2 cm , 9 Loyang bulat ukuran 4 x 28 cm, 5 loyang bulat ukuran 7 x 30 cm, 7 Loyang hati ukuran 7 x 18 cm, 30 Loyang lidah kucing 23 x 27 cm, 26 loyang lidah kucing hati 23 x 27 cm, 3 buah Etalase Standar ukuran 2 Meter, 2 buah Etalase Standar ukuran 1,5 Meter.

Human, para pegawai Ivonie Cookies berjumlah 9 orang yang terdiri dari 1 karyawan pemasaran, 4 karyawan produksi, 1 karyawan keuangan, 1 karyawan delivery, 2 karyawan sales

Intellectual, Ivonie Cookies sudah memiliki brand yang jelas dimata para konsumen juga pesaingnya, dan kemitraan yang jelas dengan mitra swalayannya.

Finance, sumber *Finance* berasal dari tabungan sendiri, dan kredit kepada saudara.

Key Activities

Production yang dilakukan oleh Ivonie Cookies adalah memproduksi aneka kue kering, dan kue basah.

Problem Solving yang dilakukan oleh Ivonie Cookies ialah

menyediakan paket – paket untuk acara khusus. Pada acara pernikahan Ivonie Cookies menyediakan paket pemesanan kue dari kue pernikahan sampai pada kue kotak yang dibawa saat pulang, atau hanya pemesanan kue kotak saja.

Outsourcing yang dilakukan oleh Ivonie Cookies adalah jika tenaga Ivonie Cookies tidak mencukupi pesanan yang diterima, Ivonie dapat mengambil tenaga dari luar untuk membantunya

Key Partnership

Key Partnership yang dilakukan adalah dengan menjalin kerja sama dengan non pesaing, yaitu dengan Golden Swalayan di Tulungagung, Prima Swalayan di Nganjuk, Plan Three Swalayan di Madiun. Serta tetap menjalin hubungan dengan : JNE, PEMDA, PEMKOT, RS. Baptis (kota Kediri)

Cost Structure

Cost structure pada Ivonie Cookies lebih menekankan pada *Value Driven* karena Ivonie Cookies lebih mementingkan nilai pada produknya.

Variable Cost yang ada di dalam Ivonie Cookies yaitu pembelian bahan baku untuk produksi : gula pasir, terigu, telur, susu, durian, nanas, air aqua gallon, coklat, blinjo, gula salju, coklat, mesis, keju, mentega, gas elpiji, listrik, air, dan telepon. *Fixed Cost* pada Ivonie Cookies adalah gaji pegawai, sewa tempat, pajak, dan biaya promosi.

Gambar 2 Rancangan *Business model canvas* gerai Ivonie Cookies

Key Partners Menjalin hubungan dengan mitra non pesaing dengan Golden Swalayan di Tulungagung, Prima Swalayan di Nganjuk, Three Swalayan di Madiun	Key Activities - Production : memproduksi aneka kue kering dan kue basah <i>Outsourcing</i> : mengambil tenaga dari luar Ivonie Cookies, mengambil produk tambahan dan luar bila pesanan produk tidak mencukupi <i>Problem solving</i> : menyediakan paket – paket pembuatan kue untuk acara – acara khusus.	Value Proposition <i>Newness</i> : memunculkan produk baru setiap tahun, tanpa bahan pengawet, menyediakan tester kue basah setiap 3 bulan sekali <i>Performance</i> : menjaga kualitas produk dengan memakai bahan non kimia, dan memakai bahan – bahan berkualitas <i>Customization</i> : menerima pesanan khusus kue basah atau kue kering untuk berbagai acara <i>Design</i> : menyediakan 2 ukuran kemasan produk yaitu ukuran standart dan besar	Customer Relationships Melakukan personal assistance dengan memberikan informasi produk, dan dapat memberikan saran secara langsung melalui karyawan pemasaran Ivonie Cookies	Customer Segments - Geografi: Kediri, Nganjuk, Madiun, dan Tulungagung - Demografi : berusia > 20 tahun, bekerja sebagai karyawan atau mahasiswa, berjenis kelamin pria maupun wanita, kelas sosial menengah keatas
Key Resources <i>Physical</i> : mixer, oven, loyang, etalase <i>Human</i> : 9 orang karyawan <i>Intellectual</i> : memiliki brand, dan kemitraan <i>Finance</i> : tabungan sendiri, dan kredit kepada saudara		Revenue Streams - Tipe <i>Revenue streams</i> : <i>transaction revenue</i> yang didapat dari pembayaran oleh konsumen - Sumber pendapatan : <i>asset sale</i> (penjualan produk)		
Cost Structure <i>Cost Structure</i> berfokus pada <i>value - driven</i> <i>Variable Cost</i> : gula pasir, terigu, telur, susu, durian, nanas, air aqua gallon, coklat, blinjo, gula salju, coklat, mesis, keju, mentega, gas elpiji, listrik, air, dan telepon <i>Fixed Cost</i> : gaji pegawai, sewa tempat, pajak, biaya promosi				

Berikut merupakan diskripsi Finance Analysis gerai Ivonie Cookies dengan menggunakan penganggaran modal, dan payback periode

1. Penganggaran modal

Kebutuhan Investasi

Jln Wr. Supratman Kediri dipilih menjadi lokasi untuk gerai Ivonie Cookies karena lokasi tersebut dekat dengan jalan Dhoho yang merupakan salah satu jalan yang menjadi pusat belanja di kota Kediri. Berikut merupakan tabel investasi yang dibutuhkan oleh Ivonie Cookies untuk membuka gerainya :

Tabel 1 Tabel Investasi gerai Ivonie Cookies

Diskripsi	Kuantitas	Harga	Total
Sewa tempat :			
sewa tempat Jln Wr. Supratman Kediri	3 tahun	Rp.50.000.000	Rp.1500.000.000
Beli :			
Etalase Standar ukuran 2 Meter	3 buah	Rp. 1.400.000	Rp. 4.200.000
Etalase Standar ukuran 1,5 Meter	2 buah	Rp. 1.200.000	Rp. 2.400.000
Oven Roti Gas 3 Deck 6 Pan, Model RFL36	3 buah	Rp.30.400.000	Rp. 91.200.000
Mixer Roti Kapasitas 50 liter / 15 kg, Model B-50A	1 buah	Rp.35.000.000	Rp. 35.000.000
loyang kotak ukuran 28 x 28 x 2 cm	10 buah	Rp. 15.000	Rp. 150.000
Loyang bulat ukuran 4 x 28 cm	9 buah	Rp. 17.500	Rp. 157.500
loyang bulat ukuran 7 x 30 cm	5 buah	Rp. 20.500	Rp. 102.500
Loyang hati ukuran 7 x 18 cm	7 buah	Rp. 13.500	Rp. 94.500
loyang lidah kucing hati 23 x 27 cm	26 buah	Rp. 11.500	Rp. 299.000
Biaya lain – lain		Rp. 500.000	Rp. 500.000
TOTAL KEBUTUHAN INVESTASI			Rp.284.103.500

Dari tabel investasi diatas peneliti menyimpulkan bahwa kebutuhan investasi yang dibutuhkan dalam membuka gerai Ivonie Cookies, mulai dari sewa tempat 3 tahun sampai membeli mesin – mesin adalah sebesar Rp. 284.103.500

2. Payback Periode

Dalam perhitungan *payback periode* diketahui bahwa kebutuhan investasi awal adalah sebesar Rp. 284.103.500. Peneliti mengasumsikan bahwa pengembalian kebutuhan investasi awal gerai Ivonie Cookies dibatasi dalam 3 tahun, dan bila kebutuhan investasi awal gerai Ivonie Cookies tidak kembali dalam batas waktu 3 tahun maka gerai Ivonie Cookies tidak layak untuk dijalankan. Berikut merupakan tabel perhitungan *Payback periode* gerai Ivonie Cookies :

Tabel 2 Tabel Payback periode

Jumlah tahun	Total Saldo akhir	Payback yang terkumpul
Tahun 1	Rp. 87,154,000	Rp. 87,154,000
Tahun 2	Rp.100,816,000	Rp. 187,970,000
Tahun 3	Rp.112,837,000	Rp. 300,807,000

Dari tabel diatas payback yang terkumpul pada tahun ke 3 lebih besar daripada investasi awal pada gerai Ivonie Cookies. Maka *payback periode* Ivonie Cookies adalah :

$$\text{Payback periode} = \left(\frac{\text{Rp. 284.103.500} - \text{Rp. 187.970.000}}{\text{Rp. 112.837.000}} \right) + 2 \text{ tahun} = 2,85 \text{ tahun}$$

Dari perhitungan diatas *payback periode* pada Ivonie Cookies adalah 2,85 tahun. Dan bila dihitung dalam asumsi bulan maka payback yang terjadi adalah :

$$\text{Payback periode} = 2,85 \text{ tahun} \times 12 \text{ bulan} = 34,2 \text{ bulan}$$

Dari perhitungan *payback periode* diatas, terjadi dalam kurun waktu 34,2 bulan, maka dapat ditarik perhitungan pastinya adalah terjadi pada 2 tahun, 10 bulan, 6 hari.

IV. KESIMPULAN/RINGKASAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, kesimpulan perancangan model bisnis yang nantinya dijalankan pada gerai Ivonie Cookies adalah sebagai berikut :

1. Team manajemen di Ivonie Cookies terdiri dari 9 karyawan yaitu, karyawan keuangan yang bertugas menghitung setiap keuangan yang masuk dan keluar juga menjaga kasir di grosir Ivonie Cookies, karyawan produksi yang bertugas untuk membeli barang baku untuk produksi, memproduksinya hingga menjadi produk yang siap dijual hingga melakukan pengepakan pada produk tersebut, karyawan pemasaran yang bertugas untuk memasarkan produk dan brand Ivonie Cookies, karyawan sales yang bertugas untuk menjual produk Ivonie Cookies, dan karyawan delivery yang bertugas untuk mengirim produk Ivonie Cookies pada acara khusus.
2. *Customer segment* dari Ivonie Cookies adalah para konsumen yang bertempat tinggal di Kediri, Nganjuk, Madiun, dan Tulungagung. Customer Segment dari Ivonie Cookies mencakup mereka yang berumur lebih dari 20 tahun, dan berkelas sosial menengah keatas
3. *Value proposition* dari Ivonie Cookies adalah dengan membuat produk yang masih belum atau jarang ada di pasar dengan tanpa menggunakan bahan kimia., Ivonie Cookies juga akan menyediakan tester kue basah untuk para konsumen yang ingin memesan kue basah pada acara khusus. Pada gerai Ivonie Cookies ini juga dapat menerima pesanan kue basah atau kue kering pada berbagai acara, dan disini Ivonie Cookies juga dapat menerima pesanan luar kota. Dan pada gerainya nanti Ivonie Cookies akan menyediakan 2 macam ukuran produk yaitu ukuran standart dan besar.
4. *Channel* yang dilakukan oleh gerai Ivonie Cookies nantinya adalah dapat langsung membeli produk di gerai atau dapat melakukan pemesanan melalui telepon, dan dengan membeli produk Ivonie Cookies melalui swalayan

- swalayan yang telah menjadi mitra kerja Ivonie Cookies.
- 5. Peningkatan hubungan dengan konsumen pada gerai Ivonie Cookies akan dilakukan dengan cara konsumen dibimbing dan diberikan informasi atas produk yang dijual oleh Ivonie Cookies. Pelanggan juga dapat memberikan saran atau keluhan secara langsung pada Ivonie Cookies.
- 6. *Revenue Streams* pada gerai Ivonie Cookies didapat dari pembayaran langsung atas pembelian produk yang dilakukan oleh konsumen.
- 7. Ivonie Cookies akan melakukan pemasaran dengan memasang banner, menyebar brosur, dan memasarkan melalui sosial media.
- 8. *Key resources* pada Ivonie Cookies terdiri dari 4 macam, yang pertama ialah *physical*, *physical* disini adalah mesin – mesin dan bangunan gerai Ivonie Cookies. Kedua ialah *human* yang terdiri dari 7 karyawan . yang ketiga ialah *Intellectual* dimana gerai Ivonie Cookies ini sudah memiliki brand yang jelas di mata para konsumen dan pesaingnya serta juga sudah menjalin mitra dengan swalayan diluar kota. Dan yang keempat ialah *Finance*, dimana sumber keuangan Ivonie Cookies ini dari tabungan pemilik, dan bila dirasa kurang maka akan melakukan pinjaman kepada saudara.
- 9. *Key Activities* pada Ivonie Cookies adalah memproduksi produk kue kering yang dijual setiap hari, dan kue basah yang dijual hanya untuk pemesanan khusus, melakukan *outsourcing* bila memerlukan bantuan tambahan, melakukan *problem solving* dengan menyediakan paket – paket pada acara – acara khusus
- 10. *Key partnership* dari Ivonie Cookies ialah melakukan hubungan kerja sama dengan beberapa swalayan diluar kota, ini dilakukan dengan tujuan untuk menggapai para konsumen Ivonie Cookies yang berada di luar Kediri.
- 11. *Cost structure* pada Ivonie Cookies lebih menekankan pada nilai, ini dilakukan dengan tujuan untuk tetap menjaga kualitas pada produk gerai Ivonie Cookies. Dan di dalam *Cost structure* ini *Variable Cost* dari Ivonie Cookies adalah pada pembelian bahan baku yang digunakan untuk produksi, sedangkan *Fixed Cost* pada gerai Ivonie Cookies adalah gaji pegawai, dan sewa bangunan untuk gerai.
- 12. Dari analisa financial yang sudah dilakukan oleh peneliti, peneliti menyimpulkan bahwa gerai Ivonie Cookies ini dapat dijalankan, dan payback periode nya akan terjadi dalam 2 tahun, 10 bulan, 6 hari.

DAFTAR PUSTAKA

- Biki (2015, June 18). Kue Kering, Bisnis yang Tak Pernah Kering. Retrived September 12, 2015, from : [http://bisniskuliner.co.id/kue-kering-bisnis-yang- tak- pernah-kering/](http://bisniskuliner.co.id/kue-kering-bisnis-yang-tak- pernah-kering/)
- Bramantyo Djohanputro, MBA, PhD (2008). Manajemen Risiko Korporat. Jakarta: PPM
- Brian R. Ford, Jay M. Bornstein, & Patrick T. Pruitt (2007). The Ernst & Young Business Plan Guide. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, Inc
- Catur Sasongko & Safrida Rumondang Parulian (2010). Anggaran. Jakarta: Salemba Empat
- David J. Teece (2009). Business Models, Business strategy and Innovation. Elsevier Ltd
- Dr.Nusa Putra, S.Fil.,M.Pd (2011). Penelitian Kualitatif : Proses & Aplikasi. Jakarta: PT Indeks
- Ecka Pramita (2015, July 8). Kue Lebaran Klasik Masih Tetap Jadi Juara. Majalah Kartini. Retrived September 12, 2015, from <http://majalahkartini.co.id/berita/serba-serbi/kue-lebaran-klasik-masih-tetap- jadi-juara>
- Jack R. Meredith & Samuel J. Mantel, Jr. (2010). Project Management : A Managerial Approach seventh edition. John Wiley & Sons, Inc.
- Jerry w. moorman & James w. halloran (2005). Successful business planning for entrepreneurs. Mason, Ohio: Thomson South-Western
- Joan Magretta (2002). Why Business Models Matter. Havard Business Review
- Jogiyanto H.M (2008). Metodologi penelitian informasi : Pedoman dan contoh melakukan penelitian di bidang system teknologi informasi edisi 1.Yogyakarta: ANDI
- John A. Pearce II & Richard B.Robinson, Jr. (2005). Strategic Manajement : formulation, Implementation, and control 9th edition. Boston: Irwin McGraw- Hill,
- Joseph krallinger & karsten G hellebust (1993). Strategic planning Workbook second edition. New York
- Kotler & Armstrong (2012). Principles Of Marketing 14th . Prentice Hall, One Lake Street, Upper Saddle River, New Jersey
- Linda Pinson (2006). Anatomy of business plan : Panduan lengkap menyusun proposal dan rencana bisnis Edisi 5, cet. 6

- Noe et al (2008). *Human Resources Management : Gaining a competitive advantage*, fifth edition, McGraw-Hill/Irwin, a business unit of the McGraw-hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York, NY, 10020
- Osterwalder & Yves Pigneur (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey
- Pythag Kurniati (2015, July 8). Siswa SMK Dapat Pesanan Kue Hingga 2.100 Stoples (2015). Retrived September 12, 2015, from <http://ramadan.metrotvnews.com/read/2015/07/08/411311/siswa-smk-dapat-pesanan-kue-hingga-2-100-stoples>
- Ray, Noreen, Brewer (2006). *Managerial Accounting* edition 11. McGraw-Hill/Irwin, a business unit of the McGraw-Hill Companies, Inc., 1221 Avenue of the Americas, New York.
- Redaksi (2015, July 5). Bahan Kue Kering, Banyak Diburu Ibu-Ibu. Retrived September 12, 2015, from : <http://www.adakitaneews.com/bahan-kue-kering-banyak-diburu-ibu-ibu/>
- Samiaji Sarosa, S.E., M.Sc., Ph.D. (2012). *Penelitian Kualitatif Dasar – Dasar*. Jakarta: PT Indeks
- Septian Deny (2014, October 23). Pertumbuhan Omzet Industri Roti di Atas 10%. Retrived September 12, 2015, from : <http://bisnis.liputan6.com/read/2123566/pertumbuhan-omzet-industri-roti-di-atas-10>
- Sugiyono (2012). *Metode penelitian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Zott & Amit (2003). *Business Model Desgin and the Performance of Entrepreneurial Firms*. The Alliance INSEAD Wharton