

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Model bisnis atau yang sering disebut rencana bisnis adalah deskripsi atau garis besar yang menjelaskan bagaimana suatu organisasi menghasilkan uang, menjalankan operasinya dan mencapai tujuannya. Model bisnis adalah penjelasan tentang bagaimana sumberdaya dan keunggulan suatu perusahaan memiliki hubungan satu sama lain, serta tindakan yang diambil untuk memberikan nilai dan memungkinkan bisnis menghasilkan keuntungan (Chandra, 2016). Adapun cara untuk merumuskan startegi ialah salah satunya dengan membuat suatu model bisnis dari perusahaan tersebut. Salah satu alat yang efisiensi dalam rangka pembuatan model bisnis ialah *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* (BMC) adalah alat yang berguna untuk mengembangkan model bisnis. BMC dapat diterapkan untuk memahami, merencanakan, dan melaksanakan model bisnis saat ini atau mengembangkan model bisnis baru (Osterwalder dan Pigneur, 2012). Menurut Nugroho *et al.*, (2021) Terdapat tiga elemen yang di generalkan yaitu pengakuan nilai (*value capture*), penciptaan nilai (*value creation*), penyaluran nilai (*value delivery*).

Pengakuan nilai (*value capture*), merupakan metode yang dimiliki oleh perusahaan untuk mengakui nilai sebagai pendapatan. Untuk mengakui pendapatan dari nilai yang disalurkan, metode apa yang harus digunakan oleh perusahaan untuk membisniskan nilai yang akan disalurkan. Penciptaan nilai (*value creation*), merupakan suatu proses dimana perusahaan dalam menciptakan nilai yang akan ditawarkan. Dalam hal ini terdapat beberapa ketentuan mengenai apa saja yang akan ditawarkan perusahaan kepada pelanggan, mitra yang memiliki kemampuan untuk mendukung kegiatan pembuatan nilai, sumber daya yang digunakan perusahaan untuk melakukan kegiatan perusahaan, dan kegiatan yang akan dilakukan perusahaan untuk membuat nilai yang ditawarkan. Penyaluran nilai (*value delivery*), merupakan suatu metode yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyalurkan nilai yang ditawarkan. Untuk menyalurkan nilai kepada pelanggan, perusahaan harus menentukan bagaimana cara perusahaan dalam menghadapi pelanggan, bagaimana cara membangun hubungan dengan pelanggan, serta segmen pasar yang akan dituju untuk menjadi pelanggan (Nugroho *et al.*, 2021).

Berdasarkan definisi-definisi tersebut, setiap perusahaan perlu menjabarkan model bisnisnya agar proses dari ketiga elemen tersebut dapat diterapkan dengan mudah, salah satu pendekatan model yang biasa diterapkan untuk menjabarkan

adalah BMC. BMC ini merupakan salah satu model bisnis yang memberikan gambaran tentang kegiatan-kegiatan baik internal maupun eksternal untuk menentukan kondisi lingkungan yang dihadapi oleh perusahaan. BMC membagi berbagai tugas bisnis menjadi 9 blok bangunan yang menggambarkan perspektif berbeda tentang bagaimana suatu perusahaan harus beroperasi (Hutamy *et al.*, 2021).

Menurut Wahyuni (2021) mengatakan bahwa BMC terbagi menjadi 9 *building blocks* diantaranya ialah proporsisi nilai (*value propositions*), segmentasi pelanggan (*customer segments*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), saluran (*channels*), arus pendapatan (*revenue streams*), sumber daya utama (*key resource*), aktivitas utama (*key activities*), mitra kerja utama (*key partnership*) dan struktur biaya (*cost structure*).

Beberapa penelitian telah menerapkan Business Model Canvas (BMC) untuk menggambarkan aktivitas bisnis perusahaan seperti Saputra & Samsinar (2020) meneliti penerapan BMC di web commerce dan menemukan bahwa BMC meningkatkan layanan pelanggan dan penjualan. Prameswari (2020) meneliti penerapan BMC dan analisis finansial pada UMKM dan menemukan bahwa keduanya diperlukan untuk mempertahankan keberlangsungan UMKM. Yudianto (2021) meneliti penerapan BMC di Kabupaten Indramayu dan menemukan bahwa BMC membantu pengembangan produk olahan makanan dan minuman, serta meningkatkan kemampuan pelaku usaha untuk berlanjut dan berkembang.

Berdasarkan beberapa penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa BMC merupakan alat yang penting dalam pengembangan bisnis dan perencanaan strategi dalam sebuah perusahaan. BMC membantu perusahaan dalam merancang, menggambarkan, serta memahami elemen-elemen kunci dari model bisnis yang diterapkan oleh perusahaan.

Analisis *Business Model Canvas* ini dapat diterapkan pada industri jamu yang ada di pulau Madura, industri jamu pulau Madura ini merupakan pulau penghasil rempah khususnya di kabupaten Bangkalan. Beberapa rempah memiliki manfaat kesehatan dan digunakan dalam pengobatan tradisional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2021), beberapa produksi komoditas unggulan rempah Madura antara lain cabe jamu 5.480 ton, jahe 1.214 ton, kencur 1.104 ton, laos 906 ton, kunyit 631 ton. Sebagian besar masyarakat Madura memanfaatkan rempah-rempah dengan diolah menjadi jamu tradisional. Hal ini dapat disimpulkan

bahwa jamu Madura merupakan produk khas Madura yang sudah tidak asing bagi masyarakat.

Dinas Perizinan dan Perdagangan kabupaten Bangkalan (2015) memberikan informasi bahwa saat ini terdapat 20 industri jamu berbeda yang tersebar di wilayah kabupaten Bangkalan. UMKM Jamu Tresna merupakan salah satu industri jamu yang ada di kabupaten Bangkalan. Turunnya tingkat konsumsi jamu terjadi di Kabupaten Bangkalan, seperti pada penelitian Suhendi & Sulfia (2021) menyatakan bahwa sebesar 53,9% masyarakat Kota Bangkalan kurang dalam mengonsumsi jamu karena lebih memilih pengobatan yang modern seperti obat kimia. Permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Jamu Tresna ialah kesulitan dalam menarik minat konsumen muda, generasi muda kurang berminat meminum jamu tradisional dan lebih menyukai produk modern yang lebih menarik dari segi kemasan dan promosi. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Natadjaja *et al* (2013) menyatakan bahwa penyajian jamu tradisional sendiri masih cenderung monoton dalam hal kemasan, terutama jika ditinjau dari aspek visual.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian ini ialah bagaimana mengidentifikasi 3 elemen model bisnis (*value capture*, *value creation*, dan *value delivery*) dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut ini merupakan tujuan penelitian yang akan dilakukan:

1. Mengidentifikasi 9 *building blocks* model bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) di UMKM Jamu Tresna Bangkalan
2. Membangun model bisnis baru berdasarkan *value proporsition*

1.4 Manfaat Penelitian

Berikut ini merupakan manfaat dari penelitian yang dilakukan :

1. Memahami *Business Model Canvas* (BMC), membantu dalam pemahaman yang mendalam tentang bagaimana suatu bisnis dioperasikan dan menghasilkan pendapatan, serta memungkinkan pemilik bisnis untuk memperbaiki model bisnis menjadi lebih baik.
2. Mengatasi tantangan bisnis dengan cara mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh pebisnis