

MERANCANG MODEL BISNIS YANG TEPAT UNTUK USAHA KECIL SEBAGAI PANDUAN KEGIATAN OPERASIONAL STUDI KASUS PADA USAHA GERAI “KING MONSTER” *FRIED CHICKEN*

Petrus Pius Salamin
Francisca Hermawan
petrus.salamin@atmajaya.ac.id
ciscah61@gmail.com

UNIVERSITAS KATOLIK INDONESIA ATMA JAYA JAKARTA

Abstract,

This article aims to (1) design an appropriate business model for a small business, (2) give an example of business model that may be can be applied to the same kind of business or other small businesses, (3) give a guidance to the owner and employee in daily operational activity. This article is based on the survey result at King Monster Fried Chicken Outlet (gerai), and survey at the area sorounded. It is also based on interview with the owner of the business and literature study. Having analysed all the data and information, and then try to describe what kind of business model would be appropriate for a small business. It can be concluded that a Canvas Business Model is an appropriate business model for a small business.

Keywords: Canvas Business Model; King Monster Fried Chicken Outlet.

Abstrak,

Analisis ini bertujuan untuk (1) mendesain model bisnis yang tepat untuk usaha kecil, (2) memberikan suatu contoh model bisnis yang mungkin dapat diterapkan pada usaha sejenis atau bisnis kecil lainnya, (3) memberikan panduan bagi pemilik bisnis dan karyawan dalam kegiatan operasional bisnis sehari-hari. Artikel ini didasarkan pada hasil survey dan rancangan untuk pendirian bisnis baru *King Monster Fried Chicken*, dan survey pada lokasi di sekitarnya. Juga di dasarkan pada wawancara dengan pemilik usaha, dan studi literatur. Setelah menganalisa data dan informasi yang diperoleh, penulis mencoba untuk menggambarkan model bisnis apa yang tepat untuk sebuah bisnis kecil. Penulis mengambil kesimpulan bahwa bisnis model kanvas cocok untuk diterapkan pada usaha kecil.

Kata Kunci: Model Bisnis Kanvas; Gerai *King Monster Fried Chicken*

King Monster Fried Chicken merupakan nama sebuah usaha kecil, yaitu gerai ayam goreng. Dinamakan “King Monster” karena bahan baku ayam yang digunakan yaitu ayam negeri roiler, karena harganya terjangkau, dagingnya lebih empuk dan lebih gemuk, dibandingkan dengan ayam kampung. Gerai King Monster Fried Chicken merupakan gerai dengan konsep *fast food*, atau dikenal konsep rumah makan siap saji yang menawarkan makanan dan minuman dalam waktu singkat dari mulai pesanan sampai proses hidangan disajikan ke tangan konsumen. Pemesanan makanan dapat dilakukan konsumen untuk makan di tempat (*dine in*), bawa pulang (*take away*) dan layanan *delivery* melalui gojek sesuai paket produk yang tersedia.

Model bisnis

Model bisnis berkaitan erat dengan proses bisnis, karena keduanya berkenaan dengan bagaimana bisnis beroperasi. Barringer (2012), memberikan definisi model bisnis sebagai berikut: *“a business model is a firm’s plan or diagram for how it competes, uses its*

resources, structures its relationships, interfaces with customers, and creates value to sustain itself on the basis of the profits it earns”.

Frans M. Royan dalam bukunya *Bisnis Model Kanvas Distributor* (2014), menjelaskan bahwa ragam model bisnis dapat dibedakan dari dua sudut pandang, yaitu (1) apa yang dijual, dan (2) hak penggunaan asset. Dari sudut pandang “apa yang dijual” ada empat jenis model, yaitu (1) creator, (2) distributor, (3) land lord, dan (4) broker. Berdasarkan uraian lebih lanjut di sini adalah model bisnis creator. Masih menurut Frans M. Royan (2010), creator adalah pihak yang membeli bahan baku atau komponen dari pemasok dan mengubahnya, mengolahnya, atau merakitnya menjadi barang yang siap dijual kepada konsumen. Kelompok creator ini ada empat macam model bisnis yaitu, (1) wirausaha yang menciptakan dan menjual asset keuangan; (2) manufaktur yang menciptakan dan menjual asset-asset fisik; (3) inventor yang menciptakan dan menjual asset-aset tak berwujud

seperti hak paten dan hak cipta; (4) human creator yang cenderung menciptakan dan menjual asset manusia (tentunya tidak legal). Khusus yang terkait dengan wirausaha, salah satu model bisnis yang sering digunakan oleh wirausahawan adalah Bisnis Model Kanvas dari Ostewalder dan Pigneur (2010), yang terdiri dari sembilan komponen, yaitu Custmer Segment, Customer Relationship, Value

Proposition, Key Activities, Key Partner, Cost Structure, Channels, and Revenue Streams. Bisnis Model Kanvas dari Ostewalder dan Pigneur ini digunakan untuk memvisualisasikan gagasan, logika berpikir, atau kerangka kerja para wirausahawan, yang digambarkan atau dituangkan di atas kertas (kanvas), seperti terlihat pada gambar bisnis model kanvas berikut ini:

Gambar 1. Model Bisnis Kanvas

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
	Key Resources		Channels	
Cost Structure			Revenue Streams	

Sumber: Ostewalder& Pigner dalam Frans. M. Royan, p.13

METODE

Metode penelitian yang digunakan dengan melakukan survey dan kuisioner kepada pemilik bisnis dan beberapa informan yang mengetahui tentang bagaimana menjalankan bisnis tersebut, kemudian penulis melakukan pengamatan lapangan di daerah sekitar lokasi bisnis tersebut. Atas dasar pengamatan dan survey tersebut, penelitian merancang model bisnis yang tepat sesuai dengan apa yang dilakukan oleh pemilik. Analisisnya lebih bersifat mikro (hanya untuk satu usaha), namun demikian model tersebut dapat menjadi acuan untuk model bisnis sejenis lainnya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Wirausahawan telah merancang sebuah model bisnis yang tepat bagi usahanya, tidaklah secara otomatis produk bisnis tersebut laku terjual, mendapatkan keuntungan yang memadai atau mampu bertahan dan berkelanjutan. Hal yang paling utama untuk mendukung keberhasilan sebuah bisnis adalah bagaimana strategi pasar untuk bisa menjangkau konsumen yang menjadi target pasar dari bisnis tersebut. *Literature Ilmu Marketing*, seperti dalam bukunya Scarborough, *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (2016) menyebutkan empat strategi pemasaran, yaitu *product strategy*, *price strategy*, *Place/distribution strategy*, dan *promotion strategy*. Pelaksanaannya perlu ada kombinasi yang tepat diantara keempat strategi tersebut. Kombinasi dari ke empat

strategi tersebut dalam ilmu marketing disebut sebagai *Marketing Mix* (Scarborough, 2016). Studi yang dilakukan oleh Salamin (2018) mengenai penerapan Model Bisnis Kanvas pada usaha kecil (baru) pada “*Restaurant Pondok Maranggi*“ di Rusian *Journal of Agricultural and Socio-Economic*, memperlihatkan bahwa model bisnis kanvas cocok untuk diterapkan pada usaha kecil yang membuat operasi usaha kecil lebih tertata dengan baik yang berdampak pada peningkatan keuntungan perusahaan. Sama halnya studi yng dilakukan oleh Hermawan (2017), model bisnis yang tepat mendorong efektivitas perusahaan, yang kemudian berdampak pada kelayakan keuangan bisnis.

Pembahasan

Model Bisnis Kanvas

“Kingmonster”Fried Chicken

Jenis Model bisnis King Monster Fried Chicken adalah model bisnis creator, khususnya model bisnis wirausaha. Seperti telah dikemukakan di atas bahwa salah satu model bisnis yang banyak digunakan oleh para wirausahawan adalah Model Bisnis Kanvas dari Ostewalder dan Pigneur. Model bisnis Raja Kingkong Fried Chicken juga mengacu pada model bisnis kanvas dari Ostewalder dan Pigneur tesebut, seperti terlihat pada gambar berikut (gambar 2):

Key Partners: • Supplier ayam pedaging (broiler) & bahan lainnya. • Supplier peralatan dapur & perlengkapan.	Key Activities: • Pembelian bahan baku (ayam dll.) • Produksi (goreng ayam) • Penerimaan order • Pelayanan	Value Proposition: • Konsep Fast Food: Take away & dine in (pelayanan cepat) • Varian rasa (pedis, biasa) • Varian paket (dada, paha, sayap)	Customer Relationship: • <i>Customer Retention:</i> Kerjasama dengan Indomaret point, Circle K & Family Mart • Upselling: Memberikan discount untuk pembelian dalam jumlah besar • Promosi offline & online (whatsapp, instagram)	Customer Segment: • Demografis: Semua umur (kecuali balita) • Geografis: Daerah perumahan padat penduduk, sekitar Ciracas, Cibubur, Jakarta Timur. • Psikografis: mereka penyuka ayam goreng, butuh cepat, tidak punya waktu cukup, tidak bisa memasak sendiri.
	Key Resources: • Tukang masak (sebagai tenaga kerja inti) & karyawan lainnya. • Bahan baku utama (ayam broiler) & bahan lainnya • Peralatan memasak, dsb.		Channels: • Penjualan langsung ke konsumen : di Gerai, dan Pemesanan online (dikirim melalui gojek atau diantar sendiri)	
Cost Structure: • Investasi Aktiva Tetap & Modal Kerja (untuk operasional) • Biaya operasional : <i>Fixed cost</i> (gaji, penyusutan, listrik, air), & <i>Variable cost</i> (ayam, bumbu, minyak, dsb)			Revenue Streams : • Hasil penjualan (paket) produk (ayam goreng)	

Gambar 2. Model Bisnis Kanvas King Monster Fried Chicken

Deskripsi dari Model Bisnis di atas adalah sebagai berikut:

1. Customer Segments

a. Demografis

Berdasarkan sudut demografi, target pasar King Monster Fried Chicken mencakup semua usia, kecuali balita. Seperti kita lihat dimana-mana, terutama di pulau Jawa, termasuk Jakarta, begitu banyak restoran ayam goreng dengan kekhasannya masing-masing, dan juga ayam goreng menjadi salah satu

menu makanan harian, baik untuk individu maupun keluarga. King Monster Fried Chicken merupakan salah satu alternatif pilihan, untuk memenuhi selera berbagai lapisan masyarakat.

b. Geografis

Secara geografis target pasar King Monster Fried Chicken adalah daerah perumahan padat penduduk, khususnya dipinggir jalan besar di salah satu daerah di Jakarta Timur. Mengapa di pinggir jalan besar,

perumahan padat penduduk? Seperti yang dijelaskan diawal bahwa konsep bisnisnya adalah *fast food*, yang bisa *eating in* atau *take away*. Dengan demikian, konsumendari daerah perumahan sekitar lokasi yang lewat di sana, dan melihat Gerai King Monster Fried Chicken, kemungkinan tertarik untuk membeli dan membawanya pulang ke rumah; terutama bila tidak punya waktu cukup untuk menyediakan ayam goreng sendiri, atau ada tamu mendadak. Maka alternatif pilihanya adalah *fast food (fried chicken)*.

c. Psikografis

Berdasarkan sudut psikografis target pasarnya adalah mereka yang tidak bisa memasak sendiri, mereka yang sibuk tidak punya waktu untuk memasak sendiri, atau ada kebutuhan mendadak, seperti kedatangan tamu mendadak, dan juga mereka yang masih membujang yang tidak mau repot dengan memasak sendiri, termasuk mereka yang tinggal dirumah kost.

2. Value Proposition

King Monster, merupakan sebuah nama yang mudah diingat. King Monster diasosiasikan dengan

“besar”, karena ayam yang digunakan adalah ayam berukuran besar (jenis *broiler*). Akan disediakan dua varian rasa yaitu, rasa pedas dan biasa; disamping itu disediakan alternatif pilihan yaitu dada, paha atau sayap. Konsep *fast food*, konsumen dapat dilayani dengan cepat, tidak harus menunggu lama.

3. Channels

Konsumen dilayani secara langsung di Gerai King Monster. Bagi Konsumen yang tidak sempat datang sendiri ke Gerai King Monster dapat dipesab melalui telepon atau Whatsapp, dan akan dikirim dengan menggunakan jasa pengiriman, seperti GoJek atau diantar oleh karyawan kami.

4. Customer Relationship

Untuk membangun hubungan dengan pelanggan, dan juga agar usaha King Monster Fried Chicken ini tetap diingat oleh konsumen, maka promosi akan dilakukan melalui media sosial (Facebook, Whatsapp, dan Twitter). Didepan Gerai akan dipasang spanduk yang besar, sehingga mudah terlihat oleh para calon konsumen yang

lewatdepan Gerai. Selain itu, akan dilakukan penawar dengan harga diskon untuk pemesanan dalam jumlah besar, seperti ulang tahun atau acara-acara lainnya.

5. Revenue Streams

Sumber pendapatan dari King Monster Fried Chicken hanya dari penjualan ayam goreng, baik *take away*, *dine in* maupun *delivery*.

6. Key Partners

Partner utama dari King Monster Fried Chicken adalah supplier ayam pedaging (ayam broiler) di pasar tradisional di sekitar lokasi, seperti di pasar tradisional Ciracas dan Cibubur. Berbagai macam bumbu yang dibutuhkan juga diperoleh dari pasar-pasar tradisional tersebut. Untuk peralatan dibeli dari supplier (toko) khusus peralatan dapur. Supplier-supplier ini akan menjadi langganan tetap untuk menjamin ketersediaan ayam setiap hari, menjaga kualitas (atas dasar kepercayaan), dan potongan harga.

7. Key Activities

Ada tiga kegiatan utama harian di Gerai King Monster Fried Chicken, yaitu (1). Pembelian bahan baku (ayam pedaging dan berbagai

bahan penolong lainnya), (2) proses produksi (pengolahan dan menggoreng ayam), dan (3) pelayanan konsumen (baik langsung di Gerai maupun sistem *delivery*). Sedangkan kegiatan yang berhubungan dengan investasi (pembelian peralatan dapur dan perlengkapan meja kursi) dilakukan di awal periode (investasi awal atau saat persiapan pembangunan fisik).

8. Key Resources

Sumber daya utama yang digunakan di gerai King Monster Fried Chicken adalah:

a. Tenaga Kerja Inti

Tenaga kerja inti adalah tenaga kerja yang memiliki pengetahuan dan ketrampilan untuk mengolah dan menggoreng ayam sesuai dengan yang diharapkan. Tenaga kerja dengan ketrampilan seperti ini sudah dimiliki oleh pembisnis sendiri. Namun pemilik akan tetap mempersiapkan dan melatih staff (tukang masak/goreng), sehingga pada waktunya bisa menjadi tangan kanan dari pemilik atau menggantikan peran pemilik. Selain itu dibutuhkan juga tenaga

yang handal yang mampu melayani konsumen dengan cepat dan ramah.

b. Bahan baku ayam (*broiler*), seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya.

c. Berbagai peralatan tahan lama (peralatan dapur, meja, kursi); sedangkan tempat akan disewa (tidak memiliki tempat sendiri)

9. *Cost Structure*

Modal yang dibutuhkan adalah untuk investasi dalam Aktiva Tetap (Peralatan dapur, perlengkapan dan motor) dan Modal Kerja (untuk operasional harian). Pelaksanaan operasional harian biaya terdiri dari biaya variabel (*variable cost*) (ayam pedaging, bumbu, dan sebagainya), dan biaya tetap (*fixed cost*), seperti gaji (pemilik dan karyawan), sewa tempat, biaya penyusutan peralatan dapur dan perlengkapan (meja kursi), serta biaya lain-lain (air, listrik, telpon, iuran sampah dan keamanan).

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Sebuah model bisnis akan memberikan gambaran yang jelas bagaimana mengoperasikan sebuah bisnis. Bukan hanya bisnis besar

yang membutuhkan model bisnis dalam operasionalnya, tetapi juga bisnis-bisnis kecil. Kegagalan sering kali bisa terjadi karena pemilik bisnis tidak paham benar bagaimana mengoperasikan bisnisnya, terutama bagi pembisnis pemula. Maka sangat penting bagi seorang pembisnis pemula untuk memiliki dan merancang model bisnisnya, agar menjadi panduan dalam kegiatan operasional bisnisnya.

Berbagai ragam model bisnis, salah satu diantaranya yang paling banyak digunakan oleh wirausahawan adalah model bisnis kanvas, seperti yang digunakan dalam bisnis Gerai King Monster Fried Chicken. Studi kasus pada Gerai King Monster Fried Chicken ini, jelas tergambar bahwa Model Bisnis Kanvas seperti yang dikemukakan oleh A. Osterwalder dan Pigneur tepat untuk dijadikan model bisnis untuk usaha kecil, walaupun tetap memperhatikan karakter bisnisnya masing-masing.

Saran

Berdasarkan simpulan tersebut, maka sarannya yaitu perlu

ada penelitian lebih lanjut dalam bidang keuangan bisnis untuk mengetahui sejauh mana dampak model bisnis kanvas ini terhadap keuangan usaha kecil khususnya Gera King Monster Fried Chicken.

DAFTAR PUSTAKA

- Cornelia, Clara; Petrus Pius Salamin, *Perencanaan Bisnis CC Florist & Decoration, Proceeding Working Papers Series in Management*, Seri 9, November 15, 2017, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.
- Clifton, Jr., David S; David E. Fyffe, *Project Feasibility Analysis, A Guide To Profitable New Ventures*, John Wiley Sons, Georgia & Institute of Technology, 1977.
- Hermawan, Francisca; Petrus Pius Salamin; Meiliana, Analisis SWOT, Bisnis Model Kanvas, dan Kelayakan Keuangan, Studi Kasus Bisnis AMIGURUMI M'S CROCHET, *Jurnal Ekonomi Pembangunan OPTIMUM*, vol 7, No. 2, 2017.
- Lind; Marchal, Wathen, *Statistical Techniques in Business & Economics*, ed 14, Mc Graw-Hill, NewYork 2018
- Osterwalder, A.; Pigneur, Y. *"Business Model Generation: Building a Business Model"*. Jakarta. ELEX Media Komputindo, 2012.
- Miller, Michael, Alpha Teach Yourself, *Business Plans dalamn 24 jam*, Prenada, Jakarta, 2008
- Royan, Frans M. *Bisnis Model Kanvas Distributor*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2014.
- Scarborough, Norman M.; Jeffrey R. Cornwall, *Essential of Entrepreneurship Small Business Management*, Global Edition, Eighth Edition, Pearson Education Limited, 2016
- Salamin, Petrus Pius; Francisca Hermawan; Kevin Setiawan, Market And Financial Feasibility Analysis: A Case Study On "PONDOK MARANGGI 17" Restaurant, *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic (RJOAS)*, 5(77), May 2018.
- Salamin, Petrus Pius; Francisca Hermawan; Purnama Putri Sari, Analisis Bisnis Model Kanvas dan Kelayakan Keuangan (Studi Kasus Pada Bisnis Sambal Terateri); *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya (JMBS)*, vol. 15, no. 1, 2017.