

# BMC\_Sebagai\_Upaya\_Penguatan Usaha\_Minuman\_Sari\_Mawar Merah.docx

*by* Cek Turnitin

---

**Submission date:** 21-Nop-2023 08:11PM (UTC-0500)

**Submission ID:** 2333197019

**File name:** BMC\_Sebagai\_Upaya\_Penguatan\_Usaha\_Minuman\_Sari\_Mawar\_Merah.docx (88.07K)

**Word count:** 3828

**Character count:** 24476



## Analisis *Business Model Canvas* (BMC) Sebagai Upaya Penguatan Usaha Minuman Sari Mawar Merah

26

Aditya Nizar Al Ardi<sup>1</sup>, Aulia Nadhirah<sup>2</sup>, Dinu Saadillah<sup>3\*</sup>

<sup>1</sup>Politeknik Negeri Jember, email: [aditya.nizar@polije.ac.id](mailto:aditya.nizar@polije.ac.id)

<sup>2</sup>Politeknik Negeri Jember, email: [aulia.nadhirah@polije.ac.id](mailto:aulia.nadhirah@polije.ac.id)

<sup>3</sup>Politeknik Negeri Jember, email: [dinu.saadilah@polije.ac.id](mailto:dinu.saadilah@polije.ac.id)

\*Koresponden Penulis

**Abstract.** UMKM merupakan sektor yang dapat dijadikan sebagai penggerak perekonomian pada suatu daerah dan menjadi salah satu penyumbang PDB terbesar di Indonesia. Salah satu komoditi yang dapat dikembangkan yaitu bunga mawar yang diolah menjadi sari mawar. Pemakaian model bisnis pada pengembangan usaha sari mawar dirasa penting agar proses bisnis dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu model bisnis yang bisa dikembangkan yaitu model BMC dimana model ini dirasa dapat menyederhanakan model bisnis yang rumit sehingga tercipta model usaha baru yang lebih tepat sasaran. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Hasil analisis BMC pada usaha minuman Sari Mawar Merah yaitu: *Consumer Segmentations*, meliputi laki-laki, perempuan, usia remaja hingga lansia yang berasal dari berbagai suku dan daerah serta masyarakat yang sadar terhadap gaya hidup sehat; *Value Propositions*, antara lain kebaharuan penggunaan bahan baku, tidak menggunakan bahan pengawet buatan, pembuatan produk sesuai dengan permintaan konsumen, kemasan produk dengan botol praktis dan bisa dibawa kemana saja, harga yang lebih murah dari produk pesaing, produk dapat dibeli di toko-toko terdekat dan manfaat produk sebagai anti bakteri; *Channels*, melalui *facebook*, *instagram*, *tiktok*, aplikasi pesan antar *gojek* dan *grab* serta brosur yang dibagikan pada saat mengikuti kegiatan bazar; *Customer Relationships*, dengan memberikan *discount*, bonus pembelian dan harga khusus untuk *reseller*; *Revenue Streams*, dengan sistem *reseller* yang dapat meningkatkan omset penjualan dan menjadi narasumber inspiratif; *Key resources*, ketersediaan bahan baku, sumberdaya modal yang berasal dari tabungan, perputaran kas dan karyawan kompeten; *Key Activities*, meliputi ketersediaan bahan baku, higienitas pengolahan bahan baku, pengemasan produk dan penyimpanan produk serta pemasaran tepat sasaran; *Key Partnerships*, meliputi pemasok bahan baku dan kemasan serta *reseller*; *Cost Structure*, antara lain biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya *overhead*.

**Kata Kunci:** *Business Model Canvas*; UMKM; Sari Mawar Merah

13

### PENDAHULUAN

Sektor UMKM merupakan salah satu sektor yang mempunyai peran penting dalam penyumbang perekonomian di Indonesia dimana sektor tersebut dapat dijadikan sebagai penggerak perekonomian suatu daerah. Kegiatan usaha tersebut seringkali memperkenalkan usaha bisnis yang menawarkan produk-produk kreatif sehingga mampu memberikan ide atau peluang bisnis bagi suatu daerah. UMKM juga mempunyai persentase proporsi sampai 99,99% dari jumlah keseluruhan pelaku usaha yang ada di Indonesia sehingga UMKM dapat menjadi salah satu penyumbang PDB terbesar yang ada di Indonesia. Selain itu, sektor UMKM di pertanian, peternakan, kehutanan, dan perikanan menyumbang proporsi terbesar dibandingkan dengan sektor UMKM di bidang lain yaitu sebesar (48,85%) (Sarwono, 2015).

Tingginya tingkat persaingan usaha dapat meningkatkan semangat para pelaku usaha agar lebih produktif dengan cara penciptaan strategi-strategi baru dimana strategi yang dikembangkan dapat berupa model bisnis yang kuat (Herawati et al., 2019).

Tren gaya hidup sehat saat ini mulai sering diperbincangkan dimana masyarakat mulai sadar akan pentingnya hidup sehat dengan memakan atau mengonsumsi berbagai olahan organik (Suprpto & Wijaya, 2017). Gaya hidup sehat yang dimaksud adalah segala hal yang bersumber dari alam yang dinilai baik dan mampu menjamin terjadinya keseimbangan antara alam dan manusia (Chan & Lau, 2000).

Salah satu komoditi yang dapat dikembangkan karena memiliki potensi usaha yaitu bunga mawar yang diolah menjadi sari mawar. Pengolahan bunga mawar menjadi sari mawar dapat menginovasi munculnya kreativitas bisnis dari yang sebelumnya hanya dijadikan bunga tabur. Selain itu, ketersediaan bunga mawar yang melimpah menjadikan bunga ini memiliki nilai jual lebih ketika diolah menjadi sari mawar. Bunga mawar memiliki senyawa flavonoid yang mengandung antioksidan sehingga baik untuk kesehatan. Selain itu, kelopak bunga mawar juga mengandung vitamin C yang tinggi (Saati et al., 2011). Pigmen warna merah pada bunga mawar yang merupakan pigmen antosianin memiliki daya antioksidan 4 kali lebih baik dari vitamin E dan dapat mengatasi beberapa penyakit salah satunya yaitu diabetes militus sehingga baik untuk kesehatan (Kurniawan, 2016).

Pemakaian model bisnis pada pengembangan usaha sari mawar dirasa penting agar proses bisnis dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan. Salah satu model bisnis yang bisa dikembangkan yaitu model BMC dimana model ini dirasa dapat menyederhanakan model bisnis yang rumit sehingga tercipta model usaha baru yang lebih tepat sasaran. Adapun pencapaian yang diharapkan dalam penelitian ini yaitu didapatkannya strategi bisnis yang tepat, analisis kelemahan dan kekuatan proses bisnis, uraian karakteristik usaha, serta pemberian rekomendasi yang tepat dalam bentuk pemetaan *Business Model Canvas* (BMC).

## METODE

Metode penelitian merupakan tata cara kerja yang dilaksanakan dalam proses kegiatan penelitian, baik dalam pengumpulan data maupun dalam menganalisis fenomena yang terjadi (Zulkarnaen & Amin, 2018). Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode penelitian yang berisi pemaparan atau penjelasan pada suatu peristiwa yang terjadi. Metode penelitian merupakan langkah-langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk menjawab permasalahan pada suatu penelitian atau rumusan masalah.

### 3.1 Objek Penelitian

Pada penelitian ini, yang menjadi objek penelitian yaitu usaha minuman sari mawar merah yang berada di Kelurahan Mimbaan Kecamatan Panji, Kabupaten Situbondo.

### 3.2 Variabel Penelitian

Variabel operasional yang digunakan dalam penelitian ini adalah sembilan blok elemen *Business Model Canvas* (BMC), yaitu: *Customer Segment*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Value Proposition*, *Key Partner*, *Key Activities*, *Key Resource*, *Revenue Stream*, dan *Cost Structure* (Osterwalder & Pigneur, 2010).

### 3.3 Responden (Narasumber)

Narasumber merupakan subjek penelitian yang akan menjadi informasi pada penelitian dan akan memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini. Narasumber pada penelitian ini dapat dibagi menjadi dua kelompok, yaitu narasumber internal dan narasumber eksternal. Narasumber internal yaitu pemilik dari usaha minuman sari mawar merah. Sedangkan narasumber eksternal adalah mereka yang terlibat secara langsung atau memiliki hubungan dengan usaha minuman sari mawar merah seperti konsumen dan mitra kerja.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer. Data primer merupakan sumber data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama melalui wawancara mendalam. Wawancara mendalam merupakan teknik pengumpulan data secara tatap muka langsung dengan narasumber (Burhan, 2004).

### 3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah Model Miles dan Huberman. Tahapan analisis data yang dikemukakan dalam Model Miles dan Huberman yaitu: *Data Collecting*, *Data Reduction*, *Data Display*, dan *Conclusion Drawing* (Sugiyono, 2016).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Karakteristik Usaha

Produk sari mawar merah ini merupakan produk minuman sehat yang memiliki khasiat sebagai anti bakteri. Minuman sari mawar merah dengan bahan baku kelopak bunga mawar merah mengandung zat yang bermanfaat sebagai antibakteria dan antifungi yang berasal dari zat tannin dan zat sitronellol (Imran, 2023). Bahan baku utama yaitu kelopak bunga mawar merah disortir, dibersihkan dan direbus menggunakan air. Setelah mendidih, rebusan air tersebut didinginkan pada suhu ruang dan diberi tambahan bahan pendukung yaitu gula, jeruk nipis dan biji selasih. Rasa minuman sari mawar merah ini adalah manis dengan sedikit rasa masam dari perasan jeruk nipis.

Produk minuman sari bunga mawar ini tidak menggunakan bahan pengawet. Pengaturan kemasan yang harus tertutup rapat dan menyimpannya pada suhu lemari pendingin menjadi strategi untuk memberikan umur simpan yang lebih lama pada minuman sari bunga mawar. Perasan jeruk nipis dapat menghambat pertumbuhan bakteri *Salmonella* dan *E.coli* pada minuman yang sangat kuat sehingga dapat berperan sebagai pengawet alami (Rahardjo, 2012)(Razak et al., 2013).

Produk minuman ini menggunakan kemasan botol plastik dengan bentuk cembung di bagian bawah. Kemasan ini memudahkan konsumen dalam membawa produk kemana saja dan dapat menjaga minuman sari mawar merah tetap dalam keadaan aman dan tidak mudah tumpah. Dalam pelabelan produk menggunakan label dengan memuat informasi mengenai produk. Informasi yang tercantum ialah nama produk, tempat produksi, komposisi, tanggal kadaluarsa dan *contact person* untuk pemesanan lebih lanjut. Desain label dibuat semenarik mungkin untuk meningkatkan minat konsumen terhadap produk minuman sari bunga mawar ini.

### 3.2 Konsep *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha minuman sari mawar

Setiap usaha membutuhkan penguatan untuk keberlanjutan produksi. Usaha minuman sari mawar merah agar terus dapat diproduksi dan diminati oleh pelanggan, maka harus ada pemetaan dalam berbagai aspek pada usaha yang diterapkan. Pemetaan ini untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan terhadap produk minuman sari mawar. Keberlanjutan usaha dapat dipetakan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat untuk merencanakan dan mempersiapkan model bisnis yang akan dilakukan (Murray & Scuotto, 2015). Berikut Gambar 1 merupakan hasil pemetaan yang dilakukan pada usaha minuman sari mawar.

Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Suplier bahan baku bunga mawar</li> <li>• Suplier kemasan produk</li> <li>• Mitra bisnis atau <i>reseller</i></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ketersediaan bahan baku bunga mawar</li> <li>• Higienitas pengolahan bahan baku bunga mawar</li> <li>• Pengemasan produk yang tertutup rapat</li> <li>• Penyimpanan produk pada suhu rendah</li> <li>• Pemasaran produk tepat sasaran</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kebaharuan penggunaan bahan baku bunga mawar</li> <li>• Mengandung manfaat sebagai antibakteria</li> <li>• Kemasan minuman praktis dan dapat dibawa kemana saja</li> <li>• Menggunakan bahan pengawet alami (perasan jeruk nipis)</li> <li>• Sistem <i>Pre-order</i> dengan pembuatan sesuai dengan permintaan konsumen</li> <li>• Harga murah dan terjangkau</li> <li>• Dapat dibeli di gerai terdekat di Situbondo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Discount</i> pada moment tertentu</li> <li>• Pembelian 10 botol bonus 1 botol gratis</li> <li>• Reseller mendapatkan harga khusus</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Laki-laki dan perempuan</li> <li>• Usia remaja hingga lansia</li> <li>• Berbagai suku dan daerah tempat tinggal</li> <li>• Masyarakat yang sadar terhadap gaya hidup sehat</li> </ul>
	<p><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ketersediaan bahan baku</li> <li>• Modal berasal dari tabungan pemilik usaha</li> <li>• Hasil penjualan sebagai putaran kas usaha</li> <li>• Karyawan yang kompeten</li> </ul>		<p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media sosial (facebook, instgram dan tiktok)</li> <li>• Pemesanan melalui aplikasi gojek dan grab</li> <li>• Brosur promosi saat bazar</li> </ul>	

Cost Structure	Revenue Streams
<ul style="list-style-type: none"><li>• Pembelian bahan baku bunga mawar</li><li>• Pembelian bahan pendukung tambahan</li><li>• Tenaga kerja</li><li>• Penyusutan alat</li><li>• Listrik dan air</li><li>• Pengemasan produk</li><li>• Pemberian label kemasan</li><li>• Penyimpanan produk</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Sistem reseller yang dapat menaikkan omset penjualan</li><li>• Menjadi narasumber pengusaha inspiratif sekaligus mempromosikan produk</li></ul>

Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC) pada usaha minuman sari bunga mawar

Berikut perincian pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) yang dilakukan pada usaha minuman sari mawar merah untuk setiap kegiatannya:

### 3.2.1 Customer Segments

Segmentasi konsumen dibutuhkan pada usaha minuman sari mawar merah untuk mencapai tujuan perusahaan. Tujuan perusahaan tentunya akan berkaitan dengan kepuasan dan loyalitas konsumen sehingga dapat meningkatkan omset penjualan usaha. Segmentasi konsumen pada usaha minuman sari mawar ini belum ditentukan karena usaha ini tergolong masih melakukan perintisan. Segmentasi konsumen ini bertujuan untuk memberikan posisi di hati konsumen dengan keistimewaannya maupun keunikannya (Tjiptono & Chandra, 2012). Ketika konsumen dapat menerima hal tersebut maka konsumen akan mendapatkan kepuasan.

Berdasarkan tiga golongan yang telah dijelaskan sebelumnya, segmentasi konsumen yang dapat dipetakan meliputi: 1) Laki-laki dan perempuan; 2) Usia remaja hingga lansia; 3) Berasal dari berbagai suku dan daerah; 4) Masyarakat yang sadar terhadap gaya hidup sehat. Pemetaan pada segmentasi konsumen ini memberikan batasan kepada kegiatan promosi yang dilakukan sehingga konsumen lebih mendapatkan kepuasan ketika membeli produk minuman sari mawar merah. Kepuasan konsumen terpenuhi ketika perusahaan dapat mendefinisikan segmentasi konsumen secara lebih jelas (Yazid, 2003).

### 3.2.2 Value Propositions

*Value Propositions* merupakan manfaat yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen melalui penawaran-penawaran yang menarik untuk pemenuhan kebutuhan konsumen (Osterwalder & Pigneur, 2010)(Kotler et al., 2018). Terdapat beberapa elemen yang menyusun dalam memberikan kesan yang baik kepada konsumen dengan menonjolkan manfaat yang akan diterima oleh konsumen produk minuman sari mawar merah atau melalui *value propositions*, antara lain (Osterwalder & Pigneur, 2010):

- 1) *Newness*, kebaharuan penggunaan bahan baku yaitu kelopak bunga untuk minuman sari mawar merah
- 2) *Performance*, produk minuman sari bunga mawar tidak menggunakan bahan pengawet buatan. Bahan pengawet yang digunakan alami berasal dari perasan jeruk nipis
- 3) *Customization*, pembuatan produk sesuai dengan permintaan konsumen dengan sistem *pre-order*. Kemasan produk menggunakan botol sesuai dengan permintaan dan keinginan konsumen saat memesan
- 4) *Design*, kemasan produk yang menggunakan botol praktis siap minum yang anti bocor, anti tumpah dan bisa dibawa kemana saja.
- 5) *Price*, harga yang ditentukan oleh pemilik usaha sesuai dengan harga pokok produksi adalah sebesar enam ribu rupiah atau lebih murah dari produk pesaing yang menerapkan harga tujuh ribu hingga delapah ribu rupiah
- 6) *Accessibility*, produk minuman sari mawar merah ini dapat dibeli di toko-toko terdekat yang ada di Kabupaten Situbondo
- 7) *Convenient/Usability*, produk minuman sari mawar merah memiliki manfaat sebagai anti bakteri

### 3.2.3 Channel

*Channel* merupakan media bertemunya produk dengan konsumen sehingga konsumen dapat merasakan nilainya. Media ini berfungsi sebagai alat komunikasi, distribusi dan jaringan antara penjual dan calon konsumen (Osterwalder & Pigneur, 2010). Media yang digunakan pada usaha

minuman sari mawar merah adalah *facebook*, *instagram*, *tiktok*, aplikasi pesan antar gojek dan grab serta brosur yang dibagikan pada saat mengikuti kegiatan bazar. Penggunaan sosial media ini dapat memberikan manfaat kepada pengusaha untuk mempromosikan produknya lebih dari pemasaran konvensional. Pemasaran produk secara konvensional saat ini seperti promosi dengan cara pembagian brosur pada bazar dianggap kurang menarik dengan jangkauan terbatas dan membutuhkan pembiayaan yang cukup besar. Berbeda dengan promosi yang dilakukan melalui media sosial lebih dapat diterima dengan konten yang menarik.

Produk minuman sari mawar merah ini mempromosi melalui *facebook*, *Instagram* dan *tiktok* dengan cara membuat konten video maupun foto yang menarik minat konsumen. Akun dibuat tersendiri khusus untuk produk ini dan disebar luaskan pula melalui akun kolaborasi dengan pengguna akun lain yang telah memiliki pengikut lebih banyak. Dengan cara ini, pemilik usaha tidak memerlukan biaya yang besar dan jangkauan promosinya tidak terbatas. Begitu pula dengan aplikasi pesan antar, produk minuman sari mawar merah telah terdaftar pada layanan ini sehingga memudahkan konsumen untuk membeli tanpa harus mendatangi gerai secara langsung. Bazar diikuti jika pemerintah memberikan peluang kepada UMKM lokal untuk mempromosikan produknya ke masyarakat luas.

#### **3.2.4 Customer Relationships**

Usaha minuman sari mawar merah selalu berusaha untuk memberikan hubungan yang terbaik dengan konsumen. Layanan yang diberikan kepada konsumen akan berdampak pada kepuasan konsumen (Andromeda et al., 2019). Kepuasan konsumen juga akan berlanjut menjadi loyalitas konsumen (Ramadonna et al., 2019). Hubungan baik yang dibangun pada usaha ini adalah dengan memberikan *discount* atau potongan harga ketika momen tanggal kembar, momen kemerdekaan dan momen-momen lainnya. Pembelian 10 botol minuman sari bunga mawar merah ini juga akan mendapatkan bonus 1 botol secara gratis. Hal ini dilakukan untuk memberikan ketertarikan konsumen membeli produk minuman sari mawar merah. Strategi lainnya untuk menjaga hubungan baik dengan konsumen, pemilik usaha memberlakukan harga khusus yang diberikan untuk *reseller* atau distributor yang menjual kembali produk minuman sari mawar merah. Harga khusus dibawah harga pasar diberikan kepada *reseller* sehingga harga yang konsumen akhir terima sama dengan harga di gerai pusat. Pemberian bonus kepada *reseller* juga diberikan jika pembelian diatas 100 botol per minggu.

#### **3.2.5 Revenue Streams**

*Revenue streams* merupakan salah satu langkah yang dapat dilakukan oleh pemilik usaha untuk mendapatkan keuntungan dari bisnis yang dijalankan sesuai dengan segmentasi konsumen dengan menjual produk dengan harga yang sesuai (Osterwalder & Pigneur, 2010). Langkah yang diambil oleh pemilik usaha untuk mendapatkan keuntungan dari penjualan minuman sari mawar merah adalah dengan sistem *reseller* yang telah disebutkan sebelumnya. Sistem *reseller* ini dapat memberikan kemudahan bagi pemilik usaha untuk memasarkan produknya kepada konsumen akhir. Dampak positif yang ditimbulkan adalah omset yang meningkat dan juga jangkauan pasar yang semakin luas. Langkah lainnya yang dilakukan oleh pemilik usaha adalah menjadi narasumber pengusaha inspiratif sekaligus mempromosikan produk minuman sari mawar merah ini kepada masyarakat luas pentingnya mengkonsumsi makanan maupun minuman yang sehat. Hal ini dapat menjadi keuntungan untuk mempromosikan produk dan pemilik usaha akan mendapatkan *feedback* secara langsung keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap gaya hidup sehat saat ini.

#### **3.2.6 Key Resources**

*Key Resources* merupakan sumberdaya yang digunakan oleh perusahaan agar dapat memberikan *added value* pada konsumen (Osterwalder & Pigneur, 2010). Sumberdaya dalam usaha minuman sari mawar merah terbagi menjadi tiga yaitu sumberdaya alam mencakup ketersediaan bahan baku kelopak bunga mawar merah, sumberdaya modal mencakup ketersediaan modal yang berasal dari tabungan pemilik usaha dan hasil usaha yang nantinya sebagai perputaran kas dalam usaha, selanjutnya sumberdaya manusia, yaitu mencakup ketersediaan karyawan atau tenaga kerja yang ahli di bidangnya.

#### **3.2.7 Key Activities**

*Key Activities* merupakan aktivitas yang dapat menjadikan nilai tambah yang menguntungkan bagi usaha (Osterwalder & Pigneur, 2010). Usaha minuman sari mawar merah ini harus

memperhatikan setiap aktivitas yang dilakukan terutama aktivitas yang menjadi pain penting dalam keberlangsungan usaha. *Key Activities* yang dilakukan oleh usaha minuman sari mawar ini antara lain:

- 1) Ketersediaan bahan baku bunga mawar. Aktivitas ini harus diperhatikan secara detail untuk tetap dapat memenuhi permintaan dari konsumen. Ketika pemilik usaha tidak dapat memenuhi kebutuhan konsumen maka kepercayaan konsumen terhadap produk tersebut akan berkurang.
- 2) Higienitas pengolahan bahan baku bunga mawar. Pemilik usaha harus menjaga higienitas pada saat mengolah minuman sari mawar ini dengan cara mencuci kelopak bunga yang sudah disortir dan selalu menggunakan sarung tangan latek. Makanan dan minuman yang dikelola dengan baik dan benar dapat terhindar dari berbagai penyakit yang akan menyerang, seperti keracunan yang disebabkan oleh mikroorganisme yang terdapat pada makanan dan minuman tersebut (Adams & Motarjemi, 2004).
- 3) Pengemasan produk yang tertutup rapat. Selain penggunaan botol yang praktis, minuman ini juga menggunakan tutup botol yang dilapisi dengan plastik vakum sehingga meminimalisir masuknya mikroorganisme dari luar. Aktivitas ini dilakukan untuk menjaga agar produk tetap segar dan tidak terkontaminasi apapun sebelum dikonsumsi.
- 4) Penyimpanan produk pada suhu rendah. Penyimpanan yang paling baik adalah pada suhu rendah atau lemari pendingin. Dilakukan penelitian pada 139 bahan dan hasilnya menunjukkan bahan yang disimpan di suhu rendah memiliki umur simpan yang lebih lama karena dapat mengurangi proses respirasi dan pertumbuhan organisme (Muchtadi, 1992).
- 5) Pemasaran produk tepat sasaran. Segmentasi konsumen telah diuraikan sebelumnya, maka pemilik usaha harus dapat memastikan bahwa produknya telah memenuhi target pasar. Aktivitas yang dilakukan adalah mempromosikan pada media sosial dan berkolaborasi dengan seseorang yang memiliki gaya hidup sehat sehingga target pasar usaha dapat tercapai.

### 3.2.8 Key Partnerships

Berinteraksi dengan pemasok sangat dibutuhkan oleh pelaku usaha. Interaksi ini dapat memberikan dampak positif yaitu berupa pertukaran informasi dan pengetahuan (Roushdy et al., 2015). Usaha yang dapat meningkatkan proses dalam memasok bahan baku seperti kualitas, harga dan pelayanan maka usaha tersebut dapat meningkatkan kinerja usahanya (Morrissey & Pittaway, 2006). Aktivitas yang diperhatikan oleh pemilik usaha minuman sari mawar merah ini adalah terkait hubungan baik dengan pemasok bahan baku bunga mawar dan pemasok kemasan produk. Hubungan baik ini dapat membantu pemilik usaha untuk mendapatkan bahan baku dan kemasan dengan kualitas yang terbaik. Dampak positif lainnya adalah pemilik usaha dapat menghemat biaya dan energi untuk menyediakan bahan baku. Persediaan bahan baku dan kemasan juga akan selalu terjaga. Hubungan baik lainnya harus dijalin dengan mitra bisnis atau *reseller*. *Reseller* merupakan perantara antara pemilik usaha dengan konsumen akhir. Ketika hubungan baik tersebut terjalin maka penjualan terhadap minuman sari mawar merah juga akan meningkat.

### 3.2.9 Cost Structure

*Cost structure* merupakan gambaran tentang semua biaya yang muncul ketika menjalankan model usaha yang ditentukan. Aktivitas ini harus dilakukan untuk memberikan gambaran berapa harga jual produk yang sesuai ketika akan dipasarkan kepada konsumen. Pada usaha minuman sari mawar ini, pemilik usaha membagi pengeluaran untuk produksi berdasarkan atas biaya bahan baku, biaya tenaga kerja dan biaya overhead pabrik. Biaya bahan baku meliputi pembelian bahan baku bunga mawar, pembelian bahan pendukung tambahan lainnya. Biaya tenaga kerja dibagi menjadi biaya tenaga kerja langsung yang berhubungan dengan produksi minuman sari mawar dan tenaga kerja tidak langsung seperti tenaga kerja administrasi, dan lain-lain. Sedangkan biaya overhead adalah biaya yang harus dikeluarkan yang tidak berhubungan langsung dengan produksi oleh pemilik usaha minuman sari mawar merah seperti biaya penyusutan alat, listrik, air, biaya kemasan, biaya pelabelan, biaya penyimpanan dan biaya pemasaran.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) penelitian ini adalah sebagai berikut:

1) *Consumer Segmentations*, meliputi laki-laki, perempuan, usia remaja hingga lansia yang berasal dari berbagai suku dan daerah serta masyarakat yang sadar terhadap gaya hidup sehat; 2) *Value Propositions*, antara lain kebaruan penggunaan bahan baku, tidak menggunakan bahan pengawet buatan, pembuatan produk sesuai dengan permintaan konsumen, kemasan produk dengan botol praktis dan bisa dibawa kemana saja, harga yang lebih murah dari produk pesaing, produk dapat dibeli di toko-toko terdekat dan manfaat produk sebagai anti bakteri; 3) *Channels*, melalui *facebook*, *instagram*, *tiktok*, aplikasi pesan antar gojek dan grab serta brosur yang dibagikan pada saat mengikuti kegiatan bazar; 4) *Customer Relationships*, dengan memberikan *discount*, bonus pembelian dan harga khusus untuk reseller; 5) *Revenue Streams*, dengan sistem reseller yang dapat meningkatkan omset penjualan dan menjadi narasumber inspiratif; 6) *Key resources*, ketersediaan bahan baku, sumberdaya modal yang berasal dari tabungan, perputaran kas dan karyawan kompeten; 7) *Key Activities*, meliputi ketersediaan bahan baku, higienitas pengolahan bahan baku, pengemasan produk dan penyimpanan produk serta pemasaran tepat sasaran; 8) *Key Partnerships*, meliputi pemasok bahan baku dan kemasan serta reseller; 9) *Cost Structure*, antara lain biaya produksi, biaya tenaga kerja dan biaya overhead.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adams, M., & Motarjemi, Y. (2004). *Dasar-dasar keamanan makanan untuk petugas kesehatan*. Jakarta: EGC.
- Andromega, E., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Service Quality, Price, dan Service Recovery Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus pada Pelanggan Kereta Api Gajayana di Stasiun Kota Baru Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 8(07).
- Burhan, B. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Chan, R. Y. K., & Lau, L. B. Y. (2000). Antecedents of green purchases: A survey in China. *Journal of Consumer Marketing*, 17(4), 338–357. <https://doi.org/10.1108/07363760010335358>
- Herawati, N., Lindriati, T., & Suryaningrat, I. B. (2019). Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai Edamame Goreng. *Jurnal Agroteknologi*, 13(01), 42. <https://doi.org/10.19184/j-agt.v13i01.8554>
- Imran, A. (2023). Literature Review: Potensi Tanaman Mawar Merah (*Rosa damascena*) Beserta Kandungan Senyawa di Dalamnya. *Biocaster: Jurnal Kajian Biologi*, 3(3), 122–132.
- Kotler, P., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., & Leong, S. M. (2018). *Marketing management: an Asian perspective*. Pearson.
- Kurniawan, W. (2016). EFEKTIVITAS ANTOSIANIN EKSTRAK BUNGA MAWAR UNTUK PENGOBATAN DIABETES MELLITUS TIPE 2 WAWAN. *Jurnal Inovasi Riset Ilmu Kesehatan*, 2(2), 1–23.
- Morrissey, W. J., & Pittaway, L. (2006). Buyer-supplier relationships in small firms: the use of social factors to manage relationships. *International Small Business Journal*, 24(3), 272–298.
- Muchtadi, D. (1992). *Fisiologi pasca panen sayuran dan buah-buahan*. IPB. Bogor.
- Murray, A., & Scuotto, V. (2015). The business model canvas. *Symphonya. Emerging Issues in Management*, 94–109.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc.
- Rahardjo, A. H. D. (2012). Efektivitas jeruk nipis dalam menurunkan bakteri salmonella dan *Escherichia coli* pada dada karkas ayam broiler. *Indonesian Journal of Applied Sciences*, 2(3).
- Ramadonna, Y., Nasf, N., & Aziz, Z. (2019). The Effect Of Customer Relationship Management And Customer Value On Customer Satisfaction Of Services And Its Impact On Customer Loyaltyin PT. Bpr Rangkiang Aur. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian Dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 5(1).
- Razak, A., Djamal, A., & Revilla, G. (2013). Uji daya hambat air perasan buah jeruk nipis (*Citrus aurantifolia* s.) terhadap pertumbuhan bakteri *Staphylococcus Aureus* secara In Vitro. *Jurnal Kesehatan Andalas*, 2(1), 5–8.
- Roushdy, M., Mohamed, M., Hesham, S., Elzarka, S., & Hafez, L. (2015). Investigating the impact of suppliers relationship management on firms' performance: a multiple case study approach on



- manufacturing companies in Egypt. *Proceedings of the 2015 International Conference on Operations Excellence and Service Engineering Orlando, Florida, USA, September*, 10–11.
- Saati, E. A., Pengajar, S., Ilmu, J., Ilmu, A. J., Pangan, T., Muhammadiyah, U., Besar, G., Kedokteran, F., & Malang, H. B. (2011). Optimalisasi fungsi pigmen bunga mawar sortiran sebagai zat pewarna alami dan bioaktif pada beberapa produk industri. *Jurnal Teknik Industri*, 133–140.
- Sarwono, H. A. (2015). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm). *Bank Indonesia Dan LPPI*, 1–135.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Suprpto, B., & Wijaya, T. (2017). *Intentions of Indonesian Consumers on Buying Organic Food*. April. <https://doi.org/10.7763/IJTEF.2012.V3.183>
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik, Edisi 2*, Yogyakarta, CV. Andi Offset.
- Yazid, D. (2003). *Pemasaran Jasa, Edisi kedua Ekonisia Fakultas Ekonomi UII*. Yogyakarta.
- Zulkarnaen, W., & Amin, N. N. (2018). PENGARUH STRATEGI PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, 2(1), 106–128. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v2i1.52>

# BMC\_Sebagai\_Upaya\_Penguatan\_Usaha\_Minuman\_Sari\_Ma...

## ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

14%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://text-id.123dok.com">text-id.123dok.com</a> Internet Source	2%
2	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	2%
3	<a href="http://core.ac.uk">core.ac.uk</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://repository.dinamika.ac.id">repository.dinamika.ac.id</a> Internet Source	1%
5	<a href="http://jurnal.umt.ac.id">jurnal.umt.ac.id</a> Internet Source	1%
6	Submitted to Universitas Mulawarman Student Paper	1%
7	Narto Narto. "STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PENGGILINGAN PADI UNTUK MENINGKATKAN DAYA SAING USAHA DI UD. SUMBER TANI", KAIZEN : Management Systems & Industrial Engineering Journal, 2019 Publication	<1%

8	Sabran Sabran, Iwan Abdi Suandana, Dian Kartika Sari. "Health Service Innovation Strategy of TEFA House of Health Promotion with SWOT Analysis", International Journal of Health and Information System, 2024 Publication	<1 %
9	<a href="http://www.researchgate.net">www.researchgate.net</a> Internet Source	<1 %
10	<a href="http://es.scribd.com">es.scribd.com</a> Internet Source	<1 %
11	<a href="http://www.kemenkeu.go.id">www.kemenkeu.go.id</a> Internet Source	<1 %
12	<a href="http://etheses.iainkediri.ac.id">etheses.iainkediri.ac.id</a> Internet Source	<1 %
13	<a href="http://journal.ipb.ac.id">journal.ipb.ac.id</a> Internet Source	<1 %
14	<a href="http://repository.ub.ac.id">repository.ub.ac.id</a> Internet Source	<1 %
15	<a href="http://arifindriadi.wordpress.com">arifindriadi.wordpress.com</a> Internet Source	<1 %
16	<a href="http://repository.usd.ac.id">repository.usd.ac.id</a> Internet Source	<1 %
17	Shasa Yuni Nofiani, Kokom Komariah, Acep Syamsudin. "Analisis Penentuan Harga Pokok Produksi berdasarkan Metode Full Costing	<1 %

pada UMKM Sehi Kerpik", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2022

Publication

18

[etheses.uinmataram.ac.id](https://etheses.uinmataram.ac.id)

Internet Source

<1 %

19

[journal.binadarma.ac.id](https://journal.binadarma.ac.id)

Internet Source

<1 %

20

[openjournal.unpam.ac.id](https://openjournal.unpam.ac.id)

Internet Source

<1 %

21

[repository.its.ac.id](https://repository.its.ac.id)

Internet Source

<1 %

22

Nur Wijayanti, Hety Handayani Hidayat. "Business Model Canvas (BMC) sebagai Strategi Penguatan Kompetensi UMKM Makanan Ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah", JURNAL AGROINDUSTRI HALAL, 2020

Publication

<1 %

23

[dokumen.pub](https://dokumen.pub)

Internet Source

<1 %

24

[journal.unismuh.ac.id](https://journal.unismuh.ac.id)

Internet Source

<1 %

25

[jp.feb.unsoed.ac.id](https://jp.feb.unsoed.ac.id)

Internet Source

<1 %

26

Aditya Nizar Al Ardi, Aulia Nadhirah, Dinu Saadillah, Dewi Kurniawati, Fredy Eka.

<1 %

# "Strengthening the competitiveness of presto milkfish through increasing entrepreneurial spirit and packaging innovation", Community Empowerment, 2024

Publication

---

27 [adoc.pub](#) <1 %  
Internet Source

---

28 [celexa2016.us.com](#) <1 %  
Internet Source

---

29 [dspace.bu.ac.th](#) <1 %  
Internet Source

---

30 [eprints.ulm.ac.id](#) <1 %  
Internet Source

---

31 [luftiainun.blogspot.com](#) <1 %  
Internet Source

---

32 [www.riset.unisma.ac.id](#) <1 %  
Internet Source

---

33 [www.scribd.com](#) <1 %  
Internet Source

---

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

# BMC\_Sebagai\_Upaya\_Penguatan\_Usaha\_Minuman\_Sari\_Mawa

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

GENERAL COMMENTS

/100

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8