

BUSINESS MODEL LEAN CANVAS BERBASIS USAHA RINTISAN DI DESTINASI PARIWISATA SUPER PRIORITAS LIKUPANG KABUPATEN MINAHASA UTARA PROVINSI SULAWESI UTARA

Agustinus Walansendow*¹, Geofane Daud*²

Politeknik Negeri Manado; Jl. Raya Politeknik, Manado, (0431) 815212

¹ Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

² Jurusan Administrasi Bisnis, Politeknik Negeri Manado

Email: walansendowagus@gmail.com

ABSTRAK

Startup merupakan organisasi yang dirancang untuk menciptakan produk atau layanan di bawah kondisi yang tidak pasti. Startup yang sukses bukan berasal dari pendahulunya yang berhasil tetapi dapat dipelajari dan dapat diajarkan. Tujuan Penelitian adalah pertama Merancang suatu model business lean canvas yang cocok untuk UMKM di Destinasi Pariwisata Super prioritas Likupang Kabupaten Minahasa Utara kemudian yang kedua Menentukan map model Bisnis Canvas Bagi UMKM kuliner dan UMKM Kerajinan dan yang ketiga Menjelaskan penggunaan Bisnis Model Canvas Bagi UMKM Kuliner dan UMKM Kerajinan, UMKM kuliner dan UMKM Kerajinan sebagai salah satu rintisan dalam penyediaan makanan dan minuman serta cendra mata menawarkan kemudahan dan menyediakan pemasaran yang telah disediakan, dengan menggunakan Lean Canvas dalam menentukan ide dan dokumentasi dalam melangkah dan memutuskan sasaran pasar sehingga akan membuat UMKM dan juga pelanggan dari UMKM tersebut akan mendapatkan banyak kemudahan dan lebih menghemat biaya. Penerapan bisnis model seperti Business Model Canvas dan Lean Canvas dalam startup UMKM Kuliner dan UMKM Kerajinan bertujuan untuk mewakili bagaimana suatu perusahaan bisa beroperasi dan dapat menggambarkan suatu hubungan dari pengembang teknologi yang dapat menghasilkan suatu nilai ekonomi. Lean Canvas lebih berfokus pada masalah dan sebagai alat untuk menyederhanakan dan mendokumentasikan model bisnis serta mengukur kemajuan dalam bisnis.

Kata kunci : Bisnis Model, *Lean Canvas*, UMKM, Model

1. PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis startup di Indonesia belakangan ini mengalami perkembangan yang sangat pesat dimana banyak sekali bermunculan startup-startup baru yang saling bersaing di dalam bidangnya, perkembangan bisnis startup ini tidak lain juga didukung oleh perkembangan jaman yang semakin hari juga semakin pesat perkembangannya dan menjadi sangat lumrah dengan masyarakat Indonesia yang juga sekarang mulai susah untuk lepas dari gawai masing-masing yang menuntut agar semua

fasilitas yang ada makin praktis dan juga mudah didapatkan tanpa harus keluar rumah. Didalam bisnis startup banyak pengembangnya yang mempunyai Teknik atau cara agar startup buatan mereka laku dan tidak gampang tergeser oleh yang lainya diantaranya adalah pengoptimalan kinerja suatu pengembang startup dengan menggunakan model canvas, yang tentunya banyak yang menggunakan model canvas tersebut untuk memberikan suatu gambaran kerangka kerja yang lebih mudah di pahami, dan bisa dibilang karena itulah suatu model canvas itu sangatlah penting untuk suatu perusahaan startup dalam mengembangkan produknya.

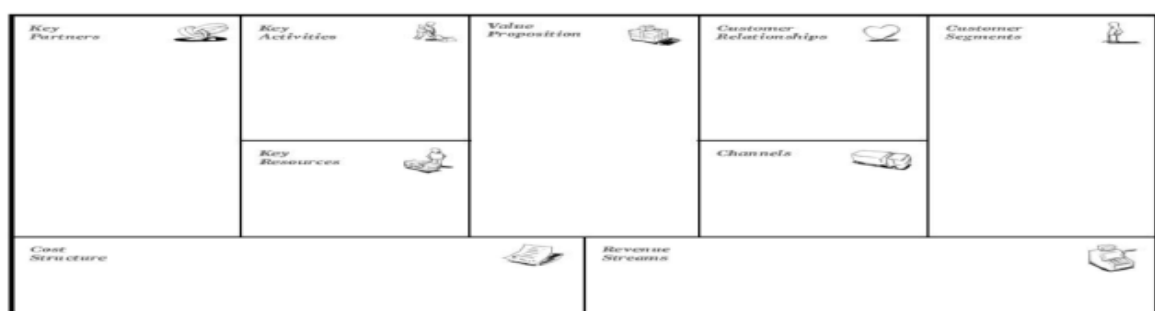
Dalam sebuah bisnis model canvas memiliki pendekatan luar-dalam melibatkan eksplorasi peluang untuk inovasi dengan melihat organisasi melalui berbagai jenis model bisnis ideal, atau pola dasar model bisnis (Joyce and Paquin 2016). *Business Model Canvas* ini juga mempunyai Sembilan blok model yang mana setiap blok tersebut menjelaskan hubungan antar blok, dalam perkembangan startup saat ini banyak yang menggunakan *Business Model Canvas* seperti ini dikarenakan lebih mudah dipahami dan lebih fleksibel dalam pengembangan bisnisnya jika suatu saat ada perubahan terkait model bisnis yang dipakai. Selain menggunakan *Business Model Canvas* konvensional seperti yang biasanya dipakai ada juga model canvas lain diantaranya Lean Canvas yang mana dalam model Canvas ini terdapat beberapa perbedaan dan fokus yang di tujukan dalam pengembangan startup. Walaupun pada dasarnya mengusung dasar yang sama dengan *Business Model Canvas* konvensional, tetapi memang ada beberapa perbedaan yang harus diketahui sebagai pengembang startup yang menggunakan Lean Canvas dalam mencapai sebuah target bisnis mereka Hasil penelitian Jaya, et al (2017) menyatakan bahwa data yang diperoleh di lapangan menunjukkan bahwa tim sangat berpengaruh bagi kesuksesan startup, kualitas SDM, skill, dan kemampuan codingnya, sangat mempengaruhi kesuksesan sebuah startup. Tim sangat penting dalam sebuah startup, tim merupakan aset paling berharga. SDM startup tidak dapat bekerja sendiri, oleh karena itu dibutuhkan sinergi antar satu dengan yang lainnya. Tim adalah aspek utama dari startup.

Dari sudut pandang venture capitalist, tim adalah elemen paling penting saat menentukan apakah seorang investor akan berinvestasi atau tidak (Uzzaman, 2015) Persaingan usaha yang sangat tinggi tentunya memacu semangat pelaku usaha untuk lebih meningkatkan produktivitas maupun sistem yang telah dimiliki. Persaingan bisnis

semakin berat dan ketat, setiap perusahaan selalu dituntut untuk berkembang. Salah satu cara yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha untuk dapat bersaing dan berkembang adalah menciptakan strategi – strategi yang baru. Namun strategi itu sendiri tidaklah cukup, perusahaan harus punya model bisnis yang kuat dan baik serta tepat pada perusahaan miliknya. *Business model canvas* (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan segmen konsumen, value yang ditawarkan, jalur penawaran nilai, hubungan dengan pelanggan, aliran pendapatan, aset vital, mitra kerja sama, serta struktur biaya yang dimiliki (Rainaldo et al., 2017). Menurut penelitian Euis et al. (2014), yang telah dilakukan bahwa *business model canvas* (BMC) memiliki sembilan elemen yang penting dalam membantu mengidentifikasi model bisnis pada beberapa UMKM dan membantu untuk mengidentifikasi elemen-elemen yang memerlukan perbaikan untuk membantu keberlangsungan usaha di masa depan. Bisnis model kanvas juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru.

Langkah Langkah yang akan dilakukan dalam model bisnis kanvas adalah membuat hipotesis awal kemudian dikonfirmasi kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung (*on line*). Konfirmasi dilakukan dengan *test the problem* dan *test the solution* kepada konsumen dan penjualan produk (Blank dan Dorf, 2012). Model bisnis kanvas terdiri dari sembilan komponen bisnis yang dapat dilihat pada gambar berikut:

Gambar 1. Model Bisnis kanvas



Sumber : Komponen bisnis pada model bisnis kanvas (Osterwalder et al., 2010).

2. METODE PENELITIAN

2.1. Metode Penelitian

Pada tahapan perencanaan bisnis model kanvas, beberapa hal yang harus dilakukan adalah menentukan hipotesis awal komponen-komponen dalam model bisnis kanvas

untuk usaha kuliner dan souvenir & Give. Komponen-komponen bisnis dalam model bisnis awal ini kemudian diuji kesesuaiannya sehingga diperoleh perubahan-perubahan untuk perbaikan komponen-komponen model bisnis kanvas berdasarkan masukan-masukan yang ada. Tahapan dalam perancangan komponen-komponen dalam model bisnis kanvas untuk produk UMKM kuliner dan UMKM Souvenir & Gift setelah penyusunan hipotesis awal adalah pengujian hipotesis dan verifikasi model bisnis.

2.2. Metode Pengolahan Data

Pada penelitian ini metode yang dilakukan adalah metode deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Metode yang dilakukan adalah dengan menggunakan pendekatan business model canvas melalui wawancara dan FGD (*focus group discussion*) yang dilakukan terhadap informan.

Langkah pertama dilakukan dalam model bisnis kanvas adalah membuat hipotesis awal kemudian dikonfirmasi kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung (*on line*). Konfirmasi dilakukan dengan *test the problem* dan *test the solution* kepada konsumen dan penjualan produk (Blank dan Dorf, 2012). Model bisnis kanvas terdiri dari sembilan komponen bisnis yang terdiri dari :

1. *Customer segment* (CS), yaitu menentukan segmen target customer dari produksi Makanan dan Souvenir & Gift yang akan dikembangkan,
2. *Value proposition* (VP), yaitu memperkirakan kebutuhan *customer* yang sudah diidentifikasi pada *customer segment*,
3. *Customer relationship* (CR), yaitu mendefinisikan hubungan antara sektor usaha dengan *customer*,
4. *Channel* (CH), yaitu suatu cara untuk mencapai *customer*,
5. *Revenue stream* (RS) yaitu representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap *customer segment*,
6. *Key resource* (KR) adalah sumber daya utama yang menjelaskan mengenai *asset* terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis,
7. *Key activities* (KA) adalah kegiatan utama,
8. *Key partners* (KP) adalah kunci kemitraan yang menjelaskan jaringan pemasok dan mitra,

9. *Cost structure* (CR) adalah struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan

2.3 Teknik Penentuan Narasumber

Teknik penentuan narasumber yang digunakan adalah teknik purposive sampling yaitu dimana pengambilan sampel harus berdasarkan karakteristik tertentu yang merupakan ciri-ciri pokok populasi, sehingga narasumber yang digunakan adalah customer produk Souvenir & Gift. Survei langsung pada tahap ini menggunakan 10 Informan calon konsumen potensial untuk menguji permasalahan dan pengujian solusi. Informan untuk pengujian masalah dan pengujian solusi terdiri dari 6 UMKM Keraajinan dan 4 Informan dari kalangan UMKM Kuliner

2.4 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam rencana penentuan bisnis Souvenir & Gift mengacu pada teori dari Moleong (2012) yaitu:

1. Mengumpulkan semua data yang diperoleh dari berbagai sumber melalui wawancara
2. Reduksi data, membuat abstraksi berupa rangkuman mengenai inti dari penelitian, proses, dan pernyataan yang sesuai dengan tujuan penelitian.
3. Kategorisasi di mana peneliti dituntut untuk menyusun data ke dalam kategori yang disusun berdasarkan pandangan, pendapat atau kriteria tertentu.
4. Pemeriksaan keabsahan data untuk menunjukkan bahwa isi data penelitian benar-benar asli atau valid dengan menggunakan teknik triangulasi

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Pengumpulan Ide

Metode populer untuk menghasilkan ide adalah teknik brainstorming kelompok di mana kelompok mengikuti aturan, aturan-aturan ini menginstruksikan anggota kelompok untuk membangun ide-ide sebelumnya, untuk tidak mengkritik ide apa pun, untuk menghasilkan sejumlah besar ide, dan merasa bebas untuk berkontribusi. Pada tahap brainstorming ini bertujuan untuk pengumpulan ide sebanyak mungkin untuk diterapkan ke dalam blok yang tersedia, setelah mendapat ide, setiap anggota akan memaparkan ide-

ide yang didapatkan dan dikumpulkan menjadi satu. Pada saat melakukan proses ini setiap anggota tim akan bertemu untuk mengeluarkan semua ide yang ada di dalam pikiran yang akan diolah untuk mengisi satu persatu blok yang tersedia sesuai kebutuhan, para anggota tim akan menulis setiap ide yang dikeluarkan kedalam flipchart atau sticky note untuk mendokumentasikan ide yang muncul dan dapat digunakan sebagai perangsang munculnya ide-ide yang lain karena semakin banyak ide yang ditemukan akan semakin baik pula dalam penentuan pengisian blok.

3.2 Proses Gambar Canvas

Proses penggambaran blok yang ada dalam Lean Canvas dan Business Model Canvas sangat mirip, hanya ada perbedaan di beberapa judul yang ada di dalam blok yang tersedia. Pada proses ini dilakukan dua kali dikarenakan sebelum menggunakan Lean Canvas, terlebih dahulu untuk mengembangkan dan menampung ide-ide yang telah kami dapat dalam penentuan ide masing-masing blok yang tersedia di dalam Business Model Canvas. Beberapa perubahan dijelaskan pada Gambar 2 berikut:



Dari gambar diatas maka didapatkan beberapa perubahan dalam blok yang ada di Lean Canvas perubahan tersebut dapat dijelaskan kedalam tabel berikut:

Table 3 : Perubahan blok pada Busines Model Canvas ke Lean Canvas

BMC	Keterangan	Lean Canvas	Keterangan
Key partner	Sebagai mitra usaha pengembangan usaha	Problem	Masalah-masalah yang dihadapi oleh konsumen

Key Activities	Sebagai aktivitas utama dan paling penting agar bisnis model berfungsi dan beroperasi	Solution	Suatu solusi yang mungkin atas masalah blok problem
Key Resources	Sumber daya utama yang dibutuhkan untuk membuat suatu model bisnis bekerja	Key Metrics	Aktivitas utama yang akan digunakan untuk melacak penggunaan solusi
Customer Relationship	Hubungan pelanggan adalah bagaimana suatu perusahaan dapat menjalin dan memelihara suatu hubungan dengan pelanggan.	Unfair advantage	keunggulan yang benar benar tidak dapat disalin dengan mudah oleh pesaing

3.3 Prioritas Mulai

Menempatkan setiap ide yang ditemukan ke dalam masing-masing blok. semula akan banyak ide yang dimasukan ke dalam blok. namun dengan berjalanya waktu, ide terus mengecil sehingga menghasilkan ide-ide yang dianggap sesuai dengan blok yang ada.

Tahapan berikutnya akan terus berulang dan terus berkembang mengikuti perkembangan dari startup rintisan, karena pada dasarnya semakin lama dan semakin berkembang banyak startup-startup lain juga yang menyaingi dan mencoba menggeser posisi startup yang ada maka dalam penentuan ini bisa diulang dilakukan sampai mendapatkan ide dan solusi yang sekiranya sesuai dengan kebutuhan, sesuai dengan masalah yang harus diselesaikan dengan solusi dan perkembangan startup yang sedang dirintis

3.4 Target Pasar

Target pasar adalah merupakan kegiatan yang berisi dan menilai serta memilih satu atau lebih segmen pasar yang akan dimasuki oleh suatu perusahaan. Apabila perusahaan ingin menentukan segmen pasar mana yang akan dimasukinya.(Vermana 2004). Dalam pengembangan ide dari startup Umkm Makanan dan UMKM Souvenir & Give penentuan pasar dilakukan bertujuan untuk memastikan bahwa pemasaran tepat sasaran dan sesuai dengan ide dalam blok Customer Segment. Hal ini penting dilakukan untuk peningkatan penjualan dan sebagai alat ukur tingkat keberhasilannya, target utama startup Umkm

Makanan dan UMKM Souvenir & Give adalah customer yang berada di Likupang, pemilihan target pasar ini dikarenakan Likupang yang merupakan destinasi super prioritas pariwisata dari 5 destinasi prioritas Indonesia maka, merupakan hal yang wajar jika dibutuhkan customer yang merata. untuk memenuhi kebutuhan makanan serta souvenir. Hal ini dapat dilihat dari data yang telah diperoleh dimana banyaknya bertebaran umkm kuliner dan souvenir didaerah destinasi wisata Likupang Dengan jumlah yang terbatas dan bisa menjadi sebuah peluang target pasar.

Penyesuaian ideasi dalam blok Lean Canvas Dalam tahapan wawancara yang telah dilakukan didapatkan, dua Informan yang sesuai dengan kriteria yang diterapkan pada teknik Purposive Sampling dan bekerja dari UMKM Kuliner dan Kerajinan yang berbeda, 10 Informan tersebut adalah:

Untuk memvalidasi ideasi pada tahap brainstorming agar sesuai dengan customer maka dihasilkan simpulan hasil wawancara pada Tabel 4:

Tabel 4 Pertanyaan dan hasil

Pertanyaan	Tujuan	Hasil
Apa masalah yang dihadapi dalam memakai sistem?	Memastikan permasalahan yang dihadapi oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan	Penggunaan manual terkendala penyimpanan.
Apakah ada keluhan/masalah dari Pelanggan jika pelayanan manajemen masih manual?	Memastikan kesesuaian ide dalam blok problem	Beberapa Informan berpendapat pelayanan manual masih ditemukan kendala
Apakah akan terbantu jika disediakan platform itu semua secara system?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok solution	Semua Informan berpendapat bahwa akan terbantu jika ada sistem yang disediakan
Apakah bersedia memberikan penilaian serta kritik dan saran?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok channel	beberapa Informan bersedia memberikan penilaian jika sistem tersedia
Apakah bisa pengumpulan data Pelanggan diterapkan secara sistem tanpa harus ke kantor?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok solution	Informan mengatakan pengumpulan sudah berada dalam sistem, tapi pengumpulan berkas masih manual

Apakah kurang efisiensi data Pelanggan pada manajemen bisa menjadi kendala?	Memastikan kesesuaian ide dalam blok problem	Dari semua Informan setuju bahwa kurang efisiennya data menjadi kendala manajemen
Apakah memakai sistem? Atau manual?	Mengetahui jenis manajemen yang digunakan	Masih ada Informan yang menggunakan sistem secara manual
Apakah transaksi masih manual?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok solution	Salahsatu Informan sudah menggunakan sistem
Jika ada apakah bersedia untuk membayar atau berlangganan?	Mengetahui kesesuaian ide pada blok Revenue Stream terhadap customer	Kedua Informan berpendapat akan terbantu, walau masih ragu
Pengumpulan data dan tracking dengan manual atau tidak?	Memastikan kesesuaian ide dalam blok problem	Tracking masih manual

Dari tabel 4 didapatkan respon dari target calon pengguna terkait ideasi yang diterapkan untuk memvalidasi pengisian setiap blok yang ada pada Lean Canvas, sudah cukup sesuai dengan permasalahan dan solusi yang ditawarkan oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan dan mendapatkan beberapa saran yang dirasa penting bagi calon pengguna. Untuk mendukung dan memperkuat ideasi yang telah dilakukan terkait blok-blok yang tersedia, dilakukan pula penyebaran kusioner ditargetkan untuk pengguna umum yang kemungkinan berpotensi menjadi Pelanggan atau pelanggan dari UMKM Kuliner dan Kerajinan. Maka didapatkan Tabel 5 yang berisi simpulan dari hasil kusioner sebagai berikut.

Pertanyaan	Tujuan	Hasil
Pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Mengetahui pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Banyak Informan menjawab tidak tahu dan ragu ragu sisanya, berpendapat tidak memuaskan
Pertanyaan	Tujuan	Hasil
Pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Mengetahui pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Banyak Informan menjawab tidak tahu dan ragu ragu sisanya, berpendapat tidak memuaskan
Pertanyaan	Tujuan	Hasil

Pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Mengetahui pendapat terkait pelayanan manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan	Banyak Informan menjawab tidak tahu dan ragu ragu sisanya, berpendapat tidak memuaskan
---	--	--

Berdasarkan Tabel 6 bahwa banyak target calon pengguna atau Pelanggan dari UMKM Kuliner dan Kerajinan tidak mengetahui dan tidak paham terkait sistem yang disediakan untuk mempermudah pelayanan, namun meskipun begitu seluruh Informan memilih jika disediakan sistem secara digital akan lebih membantu dan efisien dalam manajemen maupun pelayanan.

Penerapan Pada Lean Canvas Pada proses ini merupakan tahapan pengimplementasian rancangan yang telah dijelaskan sebelumnya pada blok perencanaan Lean Canvas, pengisian tersebut dihasilkan dari brainstorming dan rancangan yang telah disusun sebelumnya, yang kemudian didukung dengan validasi pada tahapan wawancara dan kusioner terhadap beberapa Informan. Maka dihasilkan rancangan yang diimplementasikan seperti pada tabel 7.

Tabel 7 : Pemetaan hasil rancangan

PROBLEM	SOLUTION	UNIQUE VALUE PROPOSITION	UNFAIR ADVANTAGE	CUSTOMER SEGMENTS
- Kurang Efisien Data Pelanggan - Keluhan dari Pelanggan yang mengeluhkan pelayanan manual - Kurang Tracking Transaksi	Menyediakan Platform data pelanggan keuangan secara digital sehingga mudah diakses	Desan yang masih sederhana		pelanggan kuliner dan souvenir
Key Metric				Chanel
-Mengunjungi Web UMKM - Login Masuk -Mengisi Kebutuhan Pelanggan				-iklan -stori Telling -Demo
Cost Structure		Revenue Stream		
- Promosi -Gaji		Sumber Pemasukan dari biaya berlangganan yang tersedia		

-Biaya Iklan -Pemeliharaan -Pengembangan	
--	--

3.4.1 Customer Segment

Customer segment yang UMKM Kuliner dan Kerajinan targetkan adalah wisatawan, UMKM Kuliner dan Kerajinan sendiri menargetkan pemasaran pada wisatawan dikarenakan banyaknya UMKM Kuliner dan Kerajinan yang ada di Indonesia, yang didapatkan data total dari penyelenggara UMKM Kuliner dan Kerajinan sebanyak 1421 , maka dari itu UMKM Kuliner dan Kerajinan berani menargetkan UMKM Kuliner dan Kerajinan sebagai target pasar utama karena banyaknya yang tersedia khususnya rintisan yang baru memulai dan belum menggunakan sistem dalam membantu manajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan yang mereka kelola.

3.4.2 Problem

Pada blok ini didapatkan beberapa masalah yang dihasilkan dari tahapan brainstorming, yang kemudian divalidasi pada tahapan wawancara dan diperkuat dengan penyebaran kusioner secara online untuk memastikan ide tersebut layak dan sesuai dengan masalah yang dihadapi oleh customer. Masalah tersebut adalah:

1. Kurang efisiennya data Pelanggan, yang diperkuat dengan hasil wawancara Informan memberikan pendapat bahwa kurang efisien dalam pengelolaan maupun penginputan merupakan suatu kendala yang harus segera diatasi karena merupakan permasalahan yang berpengaruh pada kinerja.
2. Keluhan dari Pelanggan yang mengeluhkan manualnya proses pelayanan, masalah ini diperkuat
3. dari hasil wawancara dan kusioner, yang mana banyak Informan dari Pelanggan lebih memilih pelayanan secara digital daripada manual. Sedangkan dari wawancara didapatkan pendapat bahwa setiap pasti ada keluhan dari Pelanggan walaupun sudah menggunakan sistem secara digital maupun yang belum.
4. Kurangnya tracking transaksi. Masalah ini diperkuat dalam proses wawancara yang mana Informan berpendapat bahwa untuk input data bisa secara sistem digital namun masih diinputkan oleh pegawai UMKM Kuliner dan Kerajinan,

sedangkan untuk pengumpulan berkas masih menggunakan proses manual dimana Pelanggan harus datang secara langsung untuk memberikan berkas yang dibutuhkan. Pada pengisian blok ini berdasarkan hasil brainstorming dan divalidasi dengan hasil wawancara serta dikuatkan dengan hasil kusioner online yang disebar, terlihat banyak Informan wawancara dan kusioner lebih memilih menggunakan sistem dari pada penggunaan manual dan menilai bahwa penggunaan sistem bisa lebih memudahkan pekerjaan daripada manajemen secara manual.

3.4.3 Solution

Pada blok solution didapatkan dari upaya pemecahan masalah yang dihadapi oleh customer, maka dihasilkan berupa penyediaan platform data Pelanggan, keuangan secara digital sehingga dapat diakses dengan mudah dan diterapkan dalam tahapan tahapan bauran pemasaran yang menjelaskan tentang produk yang bisa menyelesaikan masalah dari customer, dan solusi tersebut kemudian divalidasi kesesuaiannya dengan tahap wawancara, dimana fokus dari pemecahan masalah tersebut adalah

1. Pendataan Pelanggan ataupun input data Pelanggan, yang dilakukan secara sistem digital agar lebih mempermudah inputan tanpa harus menggunakan form manual seperti kertas ataupun pendataan yang masih menggunakan excel. Pemfokusan ini didapatkan saat sesi wawancara yang salah satu informan mengungkapkan bahwa manajemen pengelolaan mereka masih ada yang manual dan menggunakan excel sebagai alat untuk pendataan.
2. Pengelolaan keuangan yang dapat dilacak jadi Pelanggan tidak perlu khawatir jika Pelanggan lupa akan kekurangan pembayaran karena akan disediakan bagan menampilkan histori pembayaran oleh Pelanggan.
3. Semua fitur yang tersedia diringkas hanya dengan satu kesatuan sistem yang membuat lebih sederhana dan diharapkan mudah dalam pengoperasiannya.

Diambilnya solusi ini disesuaikan dalam tahapan wawancara yang mana semua Informan berpendapat bahwa akan sangat terbantu jika disediakan semua dalam satu kesatuan sistem. Dari semua Informan yang memberikan tanggapan berupa pernyataan bahwa manajemen Pelanggan maupun pengelolaan data akan terbantu jika benar ada sistem digital yang dapat memecahkan semua masalah yang sebelumnya hanya dengan satu kesatuan sistem yang diharapkan dalam penggunaan akan lebih mudah. Membuktikan

bahwa solusi yang ditawarkan bisa membantu memecahkan masalah yang ada.

3.4.4 Unique Value Proposition

Unique Value Proposition disini dikembangkan dari pemecahan masalah yang terjadi pada blok problem dengan menyediakan blok solution untuk meraih atau mewujudkan tujuan atau nilai lebih yang dimiliki UMKM Kuliner dan Kerajinan yaitu pada blok ini didapatkan Unique Value Proposition dari UMKM Kuliner dan Kerajinan yang merupakan keunggulan dari produk yang kami kembangkan adalah, desain yang simple dibuat dengan tujuan untuk memudahkan dalam melakukan pengelolaan umroh dan haji mereka. Selain itu, terdapat sistem informasi yang dibuat secara detail dan informatif agar yang menggunakan layanan dari produk kami dapat mengetahui secara rinci terkait manajemen bisnis yang dikelolanya. Isi dari blok ini sendiri merupakan tujuan utama UMKM Kuliner dan Kerajinan yang bertujuan untuk Memudahkan Pengelolaan UMKM Kuliner dan Kerajinan.

3.4.5 Channels

Channels yang jembatan untuk menyampaikan proposisi nilai yang dimiliki perusahaan kepada pelanggan. Dalam blok ini UMKM Kuliner dan Kerajinan mengisinya dengan iklan, demo dan testimoni sebagai sarana agar produk yang disampaikan kepada Customer Segment sesuai dengan Value Proposition yang UMKM Kuliner dan Kerajinan miliki. Pengisian tersebut didasarkan pada brainstorming dan rancangan bauran pemasaran pada tahap promosi. Berikut adalah bahasan pengisian blok Channels

- a) Iklan merupakan sarana pemasaran yang pasti dilakukan oleh suatu perusahaan dalam menawarkan produknya, dalam mengiklankan produk UMKM Kuliner dan Kerajinan berdasarkan pada bauran pemasaran menggunakan sarana berupa promosi digital yaitu dengan menggunakan media sosial, website, serta menggunakan relationship marketing.
- b) Demo dalam strategi pemasaran maka demo akan diberikan masa percobaan selama satu bulan kepada untuk mencoba sistem yang dikembangkan dengan memiliki fitur yang terbatas. Setelah satu bulan berjalan, bila tertarik untuk memperpanjang, produk akan disewakan kepada .
- c) Testimoni merupakan salah satu bentuk pemasaran yang efektif karena menggunakan feedback dari customer untuk menarik customer yang lain namun ada pula resiko yang terjadi apabila customer memberikan feedback yang buruk, namun

dibalik feedback yang buruk bisa menjadikan pengembangan lebih terarah untuk menyelesaikan permasalahan tersebut. Dalam pemilihan testimoni ini diperkuat dengan hasil wawancara yang mana Informan akan bersedia memberikan masukan dan penilaian terhadap produk yang digunakan.

3.4.6 Revenue Streams

Revenue Stream atau penyusun arus pendapatan merupakan perwujudan keberhasilan perusahaan dalam menawarkan proposisi nilai kepada para pelanggannya sehingga mendapatkan suatu keuntungan. Yang mana pada blok ini UMKM Kuliner dan Kerajinan ngisinya sesuai dengan perencanaan yang telah disepakati sebelumnya dan dikuatkan dengan digunakanya perencanaan tersebut pada saat bauran pemasaran harga (Price) berdasarkan riset perbandingan harga dengan startup yang sama, jadi revenue stream dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah, Pembayaran pelayanan, yang dimaksud dalam pembayaran pelayanan disini adalah berlangganan sistem yang disediakan agar bisa digunakan untuk memanajemen UMKM Kuliner dan Kerajinan pada pada tiap haji dan umrah yang memakai, sehingga customer yang menggunakan UMKM Kuliner dan Kerajinan mendapatkan fitur-fitur yang telah disediakan didalam sistem. Dalam pembayaran pelayanan disini didasarkan pada strategi pemasaran tentang harga yang telah ditetapkan berdasarkan harga pesaing atau startup yang serupa dengan UMKM Kuliner dan Kerajinan, maka ditetapkan untuk harga berlangganan atau pelayanan UMKM Kuliner dan Kerajinan

Jadi dapat disimpulkan pada pengembangan awal bahwa sumber pemasukan UMKM Kuliner dan Kerajinan berasal dari biaya berlangganan sistem yang tersedia selama pertahun yang akan bisa bertambah jika ada ketentuan khusus yang ingin ditambahkan oleh calon pengguna. Dari hasil riset untuk kisaran harga yang diterapkan oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan masih tergolong sangatlah terjangkau daripada startup serupa, dan dari hasil wawancara-pun Informan memberikan jawaban mau untuk berlangganan.

3.4.7 Cost Structure

Cost Structure bertujuan untuk penjelasan struktur biaya yang dikeluarkan untuk mengoperasikan model bisnis, dalam UMKM Kuliner dan Kerajinan sendiri meliputi beberapa kegiatan yang memang harus mengeluarkan biaya dalam operasional nya.

1. Promosi, yang merupakan salah satu dari elemen bauran pemasaran dalam melakukan strategi ini, tentunya harus mengeluarkan biaya seperti biaya iklan

pada media cetak, media online.

2. Gaji, sudah pasti suatu perusahaan mengeluarkan biaya dalam penggajian karyawan yang bekerja
3. di perusahaan tersebut termasuk untuk gaji dalam developing sistem.
4. Maintenance, merupakan biaya yang harus dikeluarkan dalam masalah pemeliharaan meliputi, sarana dan prasarana yang ada, biaya pemeliharaan kantor maupun gedung yang dipakai.

3.4.8 Key Metrics

Key Metrics yang berfungsi sebagai langkah-langkah atau aktifitas utama yang harus dilakukan dalam startup UMKM Kuliner dan Kerajinan, maka dari itu dimasukan beberapa aktivitas utama yang harus dilakukan diantaranya,

- a. Mengunjungi web UMKM Kuliner dan Kerajinan,
- b. Login untuk mengakses fitur dan halaman yang dibutuhkan dalam sistem,
- c. Mengisi kebutuhan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Dalam pengisian blok ini didasarkan pada tahapan-tahapan yang dilakukan agar pengguna dapat menggunakan UMKM Kuliner dan Kerajinan, selain itu sebagai fokus arah dalam pengembangan apa yang harus dibuat agar tidak melakukan atau membuat pengembangan yang akhirnya malah tidak digunakan atau tidak berguna dan membantu, Langkah-langkah tersebut juga merupakan salah satu rancangan perencanaan bauran pemasaran produk (Product) dalam menentukan bagaimana konsumen dapat menggunakan produk tersebut.

3.4.9 Unfair Advantage

Unfair Advantage yang berfungsi untuk menentukan ciri atau sesuatu yang susah ditiru oleh perusahaan lain. Pada blok ini boleh dikosongkan terlebih dahulu, seiring berkembangnya startup maka akan bisa mengisinya ketika memang benar-benar telah menemukannya, pada blok ini UMKM Kuliner dan Kerajinan masih dikosongkan dikarenakan UMKM Kuliner dan Kerajinan merupakan startup yang benar-benar baru masuk dalam bisnis dikarenakan itu masih belum mengetahui apa ciri khusus dan keunggulan yang benar-benar tidak bisa ditiru oleh perusahaan lain, kami akan terus berusaha mengisi blok ini sembari terus mengembangkan UMKM Kuliner dan Kerajinan agar menjadi startup yang bisa memecahkan masalah dan memiliki sesuatu yang tidak

bisa ditiru oleh perusahaan lain.

3.5 Faktor penerapan Lean Canvas pada startup UMKM Kuliner dan Kerajinan

Lean Canvas merupakan salah satu alat yang digunakan untuk mengimplementasikan ide bisnis dalam suatu perusahaan sama halnya dengan Business Model Canvas. Lean Canvas juga difungsikan sebagai pedoman dalam langkah pengembangan suatu startup dan dari kedua model tersebut akan terus berkembang mengikuti perusahaan atau startup yang mengimplementasikannya. Faktor penentu dalam penerapan Lean Canvas untuk pengembangan UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah untuk fokus mengidentifikasi masalah dan solusi. Yang dirancang untuk pola pikir pemula untuk penerapan bagi perusahaan rintisan dan membantu wirausahawan membangun ide mereka. (Maurya 2010). Dalam penerapannya Lean canvas memiliki konsep untuk memotong informasi yang tidak perlu dan tugas yang memakan waktu. Jadi lebih berfokus dengan masalah apa yang sedang kita bawa dan divalidasi apakah masalah itu sudah sesuai belum dengan apa yang terjadi dengan customer dan memberikan gambaran serta arahan untuk pengembangan UMKM Kuliner dan Kerajinan kearah yang benar dibutuhkan oleh customer yang harapanya agar tidak terjadi aktivitas yang mengakibatkan pemborosan maupun sia-sia. Dalam penerapannya UMKM Kuliner dan Kerajinan masih menggunakan Business Model Canvas untuk mendukung dan menjangkau pada blok yang tidak bisa dijangkau oleh Lean canvas, akan tetapi penggunaan dilakukan setelah ide dalam blok Lean Canvas tervalidasi dan berkerja barulah Business Model Canvas digunakan sebagai pelengkap dalam bisnis model yang digunakan oleh UMKM Kuliner dan Kerajinan.

4. PENUTUP

4.1 Kesimpulan

Dari hasil analisis dan bahasan sebelumnya maka diperoleh beberapa kesimpulan terkait dengan penerapan Lean Canvas pada startup UMKM Kuliner dan Kerajinan sebagai berikut:

1. Penerapan Lean Canvas pada startup UMKM Kuliner dan Kerajinan sendiri disebabkan karena pengembangan ide Jadi lebih berfokus dengan masalah, untuk sarana yang pendukung pada startup rintisan seperti UMKM Kuliner dan Kerajinan agar pengembangan UMKM Kuliner dan Kerajinan kearah yang dibutuhkan oleh

customer.

2. Lean Canvas dan Business Model Canvas merupakan satu kesatuan yang sama tapi dengan fokus dan cakupan yang berbeda.
3. Lean Canvas lebih berfokus pada masalah dan beberapa perubahan yang ada dalam blok seperti masalah, solusi, parameter kunci, dan nilai kompetitif, selain itu juga bisa dimanfaatkan untuk mengukur risiko dan ketidakpastian bisnis.
4. Penerapan Lean Canvas pada UMKM Kuliner dan Kerajinan:
 - a) Channel dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah iklan, demo dan testimoni.
 - b) Cost Structure dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah promosi, gaji, dan maintenance.
 - c) Customer Segment adalah dari UMKM Kuliner dan Kerajinan
 - d) Key Metric dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah mengunjungi web UMKM Kuliner dan Kerajinan, login, dan mengisi kebutuhan pelayanan.
 - e) Problem dari Customer Segment yang dianalisis adalah, kurang efisien pendataan Pelanggan, pelayanan yang masih manual, dan kesulitan untuk tracking transaksi.
 - f) Revenue Stream dari UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah berlangganan
 - g) Solution yang ditawarkan UMKM Kuliner dan Kerajinan untuk memecahkan blok problem adalah menyediakan platform pengelolaan UMKM Kuliner dan Kerajinan secara digital sehingga dapat diakses dengan mudah.
 - h) Unique Value Proposition UMKM Kuliner dan Kerajinan adalah desain yang simple sistem, informasi yang dibuat secara detail dan informatif untuk mempermudah pengelolaan UMKM Kuliner dan Kerajinan.
5. Lean Canvas maupun Business Model Canvas akan terus berkembang dan dapat berubah mengikuti perkembangan startupnya.

4.2 Saran

Penerapan Lean Canvas pada pengembangan startup UMKM Kuliner dan Kerajinan didapatkan beberapa saran yang diharapkan bisa bermanfaat untuk semua pihak terkait penerapan Lean canvas atau topik bahasan sebelumnya:

1. Penting dan perlu perhatian khusus untuk blok problem karena merupakan salah satu blok terpenting dalam kesesuaian dengan pelanggan.

2. Penting dan perlu diperhatikan lagi ketika menggunakan Lean Canvas dan Business Model Canvas secara bersamaan karena belum tentu blok yang sama dan tidak berubah tujuan dan isinya akan tetap sama.

Untuk pemakaian Lean Canvas dan Business Model Canvas harap bisa lebih diperhatikan lagi karena penggunaan tergantung dengan cakupan dan kebutuhan yang dirasa paling cocok.

DAFTAR PUSTAKA

- Blank, S., & Dorf, B. (2012). The startup owner's manual: The step-by-step guide for building a great company. BookBaby, 278-288.
- Euis, S., Hubeis, S., dan Maulana, A. 2014. Analisis model bisnis pada KNM fish farm dengan pendekatan business model canvas (BMC). Jurnal Sosek KP, 9 (2): 185-194.
- Jaya, Mardi Arya, Ridi Ferdiana, and Silmi Fauziyati. 2017. "Analisis Faktor Keberhasilan Startup Digital Di Yogyakarta.
- Joyce, Alexandre, and Raymond L. Paquin. 2016. "The Triple Layered Business Model Canvas: A Tool to Design More Sustainable Business Models." Journal of Cleaner Production 135:1474–86. doi: 10.1016/j.jclepro.2016.06.067.
- Moleong, Lexy J. (2012). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Novitha Herawati,dkk 2019 Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana ... Jurnal Agroteknologi Vol. 13 No. 01 Program Studi Magister Teknologi Agroindustri, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Jember.
- Osterwalder, A. et.al.,2010 Business Model Generation,John Wiley & Sons, Inc., , Terjemahan Sihandrini, N.R, PT.Elex Media Komputindo,2012.
- Rainaldo M., Wibawa, B.M., Rahmawati, Y. 2017. Analisis business model canvas pada operator jasa online ride-sharing (Studi kasus Uber di Indonesia). Jurnal Sains dan Seni ITS, 6 (2): 235-239.
- Rohmat Judi, 2021 Penerapan Metode Leas Canvas untuk Pengembangan Startup Safir. Fakultas Teknologi Industri Universitas Islam Indonesia.