Frontier Agribisnis

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

OPEN ACCESS

e-ISSN 3048-1260

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA USAHA MINUMAN KEKINIAN "BUBBLE TIE" DI KOTA BANJARBARU

Business Model Canvas (Bmc) Analysis Of The Contemporary Drink "Bubble Tie" Business In Banjarbaru City

Aulya Triapritasyari [*], Muzdalifah, Mira Yulianti

[*]Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Minuman Kekinian adalah julukan yang diberikan pada inovasi minuman yang digemari oleh anak muda pada masa ini. Salah satu minuman kekinian yang cukup populer pada masanya yaitu minuman boba dan bubble. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis usaha "Bubble Tie" menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dan menganalisis kelayakan usaha "Bubble Tie" menggunakan metode RCR pada bulan Maret – Juni 2023. Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha "Bubble Tie" di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer dikumpulkan melalui wawancara langsung kepada pemilik usaha dan pengisian kuisioner oleh pelanggan dengan memakai daftar pertanyaan yang telah disiapkan. Data sekunder diperoleh dari instansi, buku, jurnal, dan literatur-literatur yang dapat memberikan informasi berkaitan dengan penelitian ini. Pada penelitian ini didapat 9 elemen blok BMC pada usaha "Bubble Tie" yaitu *customer segmentasit, value proposition, channels, customers relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership*, dan *cost structure*. Biaya total yang dikeluarkan Usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret - Juni 2024 sebesar Rp 170.899.035. Total Penerimaan (*Total Revenue*) yang diperoleh sebesar Rp 205.890.300. Keuntungan yang dihasilkan usaha "Bubble Tie" sebesar Rp 34.991.265. Kelayakan usaha dengan nilai RCR sebesar 1,204, hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" untuk memproduksi sebuah minuman dan makanan akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1.204.

Kata Kunci
Analisis Usaha; Kelayakan Usaha ; BMC.

Korespondensi
Main author:
tasyaprita28@gmail.com
Corresponding author:
muzdalifah@ulm.ac.id
mira.yulianti@ulm.ac.id

Diterima: 6 Juni 2024
Disetujui: 21 Juni 2024
Diterbitkan on-line : 30 Juni 2024

PENDAHULUAN

Istilah pembangunan ekonomi dan pertumbuhan ekonomi sering dianggap sama sehingga tak jarang kedua istilah tersebut digunakan secara bergantian untuk maksud yang sama. Padahal, secara konsep kedua istilah tersebut yaitu pembangunan ekonomi/perkembangan ekonomi (*economic development*) berbeda dengan pertumbuhan ekonomi (*economic growth*) memiliki perbedaan makna. Istilah pertumbuhan ekonomi biasanya diartikan apabila suatu ekonomi memiliki lebih banyak output, sedangkan yang dikatakan pembangunan/ perkembangan ekonomi yaitu jika adanya perubahan atau penambahan bukan hanya pada output melainkan bisa terjadi pada aspek yang lain seperti kelembagaan dan pengetahuan

teknik dalam menghasilkan output. Tak hanya itu, dapat dikatakan terjadi pembangunan ekonomi di sebuah negara apabila pertambahan pendapatan nasional (*national Income*) lebih banyak dibandingkan dengan angka pertumbuhan penduduknya.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran yang signifikan dalam pembangunan dan pertumbuhan ekonomi, baik di negara maju maupun negara berkembang. Pengaruh UMKM di negara maju sangat penting karena sektor ini mampu menyerap jumlah tenaga kerja yang besar, berbeda dengan usaha besar yang lebih dominan di negara berkembang. Kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan Produk Domestik Bruto (PDB) juga lebih besar daripada kontribusi usaha besar. Di negara berkembang, UMKM memainkan peran penting dalam menciptakan peluang kerja, menghasilkan pendapatan bagi kelompok miskin, mendistribusikan pendapatan, mengurangi kemiskinan, dan mendukung pembangunan ekonomi pedesaan. Namun, kontribusi UMKM terhadap PDB, ekspor nonmigas, khususnya produk manufaktur, inovasi, dan pengembangan teknologi, masih rendah di negara sedang berkembang. Hal ini merupakan perbedaan yang mencolok dengan peran UMKM di negara maju (Tambunan, 2012).

Industri makanan dan minuman diestimasi akan tetap menjadi salah satu pilar utama yang mendukung sektor manufaktur dan ekonomi nasional. Peranan strategis sektor ini dapat dilihat dari kontribusi yang stabil dan signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di sektor industri non-migas, serta peningkatan investasi yang nyata. Pemerintah berkomitmen untuk memastikan ketersediaan bahan baku bagi industri makanan dan minuman, sehingga dapat meningkatkan produktivitas dan daya saing global. Selain itu, karena sektor ini berbasis nilai tambah, penting untuk memastikan proses hilirisasi. Industri makanan dan minuman nasional juga semakin bersaing karena memiliki banyak pemain, tidak hanya perusahaan besar, tetapi juga industri kecil dan menengah (IKM) serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) (Nurmala et al., 2022).

Iklim Tropis membuat sebagian besar masyarakat Indonesia lebih suka meminum minuman dingin karena mampu memberikan sedikit sensasi kesegaran disaat suhu meningkat tinggi. Hal tersebut mengakibatkan produk minuman segar mendapatkan banyak perhatian. Ada berbagai macam perusahaan minuman yang beroperasi saat ini, diantaranya telah disesuaikan dengan selera masa kini. Akibatnya, kebutuhan akan ide-ide baru untuk bersaing dengan pesaing lainnya menjadi lebih mendesak (Chairunnisa, 2022).

Tingginya keinginan masyarakat mengonsumsi minuman dalam kemasan dan racikan yang berbeda memberikan peluang bagi pengusaha untuk ikut serta ke dalam minuman kekinian. Saat ini banyak bermunculan berbagai merk dan jenis minuman kekinian di Indonesia. Minuman kekinian adalah sebutan bagi minuman-minuman yang inovatif dan populer, yang terkenal karena cita rasanya yang unik dan karakteristiknya yang istimewa. Beberapa contoh minuman kekinian meliputi minuman boba, *cheese tea*, kopi susu dengan gula merah, thai tea, dan *regal drink*. Minuman gelembung dan boba merupakan salah satu jenis minuman kekinian (Veronica et al., 2020).

Kekenyalan tekstur bubble menjadi daya tarik bagi pecinta minuman manis. Bahan utama bubble terbuat dari tepung tapioka atau tepung singkong. Walaupun bubble sendiri tidak memiliki rasa, namun rasa manis bisa diciptakan pada bubble yang berasal dari penambahan gula atau madu sebelum disajikan (Tinambunan et al., 2020).

Di Indonesia, bubble (*tapioca pearl*) dijadikan sebagai tambahan dalam minuman-modern seperti teh susu, smoothie, kopi, teh, jus, yang dapat ditemukan di kedai-kedai minuman di pusat perbelanjaan, dengan merek dan nama tertentu seperti Chatime, Quickly Bubble Tea, Calais-Artisan Bubble Tea & Coffee, Presotea, Thai tea, Xie Xie Boba, Xi Bo Ba, Kam-sia Boba, dan sebagainya (Ambarita, 2018).

Salah satu brand minuman bubble yang hadir di Kota Banjarbaru adalah "Bubble Tie". "Bubble Tie" merupakan produk minuman yang muncul akibat adanya tren minuman kekinian bubble. "Bubble Tie" menjadi salah satu merk minuman kekinian bubble terlama di Kota Banjarbaru yang hadir sejak tahun 2019. Lokasi Usaha juga cukup strategis sehingga mudah untuk ditemukan. Tempatnya yang nyaman dengan

fasilitas yang cukup memadai membuat daya tarik tersendiri khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa. "Bubble Tie" sendiri menawarkan varian rasa minuman dipadukan dengan topping bubble di dalamnya, tak hanya menyediakan minuman dengan berbagai varian rasa. "Bubble Tie" juga menawarkan minuman kopi series dan juga snack ringan sebagai pendampingnya.

Tabel 1. Omset "Bubble Tie" pada Bulan Juni-Desember 2022

No.	Bulan	Pendapatan
1.	Juni 2022	Rp 60.305.600
2.	Juli 2022	Rp 56.007.500
3.	Agustus 2022	Rp 51.486.600
4.	September 2022	Rp 43.259.700
5.	Oktober 2022	Rp 41.295.700
6.	November 2022	Rp 38.219.600
7.	Desember 2022	Rp 42.520.900

Sumber : Data primer 2023.

Berdasarkan hasil Tabel 1. diketahui pada bulan Juni-Desember 2022 usaha "Bubble Tie" mengalami permasalahan terkait *revenue stream* yaitu berupa penurunan omset dalam beberapa bulan terakhir. Salah satu penyebabnya adalah banyak munculnya usaha serupa. Selain itu, manajemen pengelolaan usaha yang masih tergolong rendah juga menjadi permasalahan dalam menjalankan usaha (Latifah et al., 2024). Oleh karena itu, perlu dilakukan penyusunan model bisnis sebagai salah satu upaya evaluasi dan koreksi pada usaha "Bubble Tie" menggunakan metode *Business Model Canvas.* Menurut Hidayat et al., (2023), *Business Model Canvas* adalah alat sederhana yang berprospek untuk merancang dan menilai model bisnis dengan efisien dan cepat. BMC bisa diterapkan secara terstruktur untuk memahami, merancang, dan mengaplikasikan model bisnis yang sudah ada atau menciptakan model bisnis yang baru. BMC mencakup sembilan elemen berbeda yang saling terhubung dan dianggap kunci utama dalam menciptakan model bisnis yang berhasil (Osterwalder & Pigneur, 2012).

Tujuan dan Kegunaan

Adapun tujuan dari penelitian ini, yaitu : (1) menganalisis usaha "Bubble Tie" dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC), (2) menganalisis kelayakan usaha "Bubble Tie" menggunakan metode RCR. Penelitian ini memiliki kegunaan sebagai berikut : (1) bagi pemilik usaha, mendapatkan saran dan pertimbangan bagi "Bubble Tie" dalam meningkatkan strategi usaha "Bubble Tie" dengan menggunakan model bisnis sederhana yang mampu memberikan manfaat dan solusi atas permasalahan (*Business Model Canvas*). (2) bagi peneliti, mendapatkan wawasan mengenai strategi usaha terutama yang berhubungan mengenai penerapan *Business Model Canvas* pada usaha "Bubble Tie". (3) bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi dalam proses pembelajaran atau penelitian selanjutnya mengenai analisis BMC.

METODE

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada usaha minuman kekinian "Bubble Tie" di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan Februari 2023 - Maret 2024 di awali dengan proses persiapan, survei tempat usaha, identifikasi dan perumusan masalah, pengumpulan data, pengolahan data sampai dengan penyusunan laporan akhir.

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan pada penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara secara langsung dengan manajer usaha dan penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang berisi daftar pertanyaan yang sudah dipersiapkan lebih dahulu. Data sekunder meliputi data pertumbuhan ekonomi kota Banjarbaru tahun 2017-2021 dan data rekapitulasi perkembangan data UMKM yang diperoleh dari web instansi terkait seperti BPS dan Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Kalimantan Selatan beserta literatur–literatur lainnya yang berhubungan dengan penelitian ini.

Analisis Data

Untuk mengetahui tujuan penelitian yang pertama yaitu menganalisis usaha "Bubble Tie", maka digunakan metode deskriptif dengan pendekatan *Business Model Canvas* melalui wawancara maupun pengamatan langsung yang dilakukan terhadap responden dan tempat usaha.

Untuk mengetahui tujuan kedua yaitu kelayakan dari usaha "Bubble Tie" ini harus menganalisis biaya, penerimaan, pendapatan dan keuntungan usaha "Bubble Tie". Perhitungan dilakukan secara terpisah antara biaya, penerimaan dan keuntungan. Untuk mengetahui besarnya biaya produksi dapat dilihat dari biaya total yang merupakan penjumlahan dari seluruh komponen biaya tetap (*fixed cost*) dan komponen biaya variabel (*variable cost*) yang ada pada usaha "Bubble Tie". yang secara matematis dirumuskan sebagai berikut:

TC = TFC + TVC ..... (1).

Keterangan :
TC = Total biaya (Rp)
TFC = Total biaya tetap(Rp)
TVC = Total biaya variabel (Rp)

Besarnya penerimaan total dapat dihitung dengan mengalikan jumlah produksi dengan harga satuannya yang didefinisikan sebagai nilai produk total dalam jangka waktu tertentu. Dalam menaksir penerimaan, maka semua komponen produk yang tidak dijual harus dinilai berdasarkan harga pasar yang secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

TR = Y x Py ..... (2).

Keterangan:
TR = Total penerimaan (Rp)
Y = Jumlah produk (cup/porsi)
Py = Harga produk per unit (Rp/cup)

Untuk mengetahui biaya penyusutan alat dan perlengkapan perhitungannya menggunakan metode penyusutan garis lurus, dinyatakan dengan rumus:

$$\boldsymbol{D = \frac{N_A - N_S}{U_P}} \text{ ..... (3).}$$

Keterangan:
D = Besarnya nilai penyusutan barang modal tetap (Rp/tahun)
N_A = Nilai awal barang modal tetap (Rp/tahun)
N_S = Nilai sisa dari modal tetap (Rp/tahun)
U_P = Umur penggunaan barang (Rp/tahun)

Untuk mengetahui besarnya keuntungan penjualan dapat dilihat dari selisih antara penerimaan total (*total revenue*) dengan pengeluaran total (*total cost*) secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut:

π = TR – TC ..... (4).

Keterangan:
π = Keuntungan usaha "Bubble Tie" (Rp)
TR = Total penerimaan usaha "Bubble Tie" (Rp)
TC = Total biaya (Rp)

Untuk menganalisis kelayakan pada usaha "Bubble Tie" ini berada pada posisi menguntungkan, impas, atau mengalami kerugian. Perhitungan atas dasar unit dapat dilakukan dengan menggunakan rumus:

$$\textbf{R/C} = \boldsymbol{\frac{TR}{TC}} \text{ ..... (5).}$$

dengan:
R/C = Perbandingan antara penerimaan total dan biaya total (Rp)
TR = Penerimaan total usaha "Bubble Tie" (Rp)
TC = Total biaya usaha "Bubble Tie" (Rp)

Kriteria kelayakan usaha dalam perhitungan terbagi menjadi 3, yaitu sebagai berikut:

a. Apabila R/C>1 maka usaha "Bubble Tie" menguntungkan dan layak untuk diusahakan lebih lanjut.
b. Apabila R/C<1 maka usaha "Bubble Tie" tidak menguntungkan dan tidak layak untuk diusahakan lebih lanjut dan perlu dilakukan evalusi usaha lebih lanjut.
c. Apabila R/C=1 maka usaha "Bubble Tie" tidak untung dan tidak rugi, hal ini menunjukkah bahwa usaha tidak memungkin untuk dilanjutkan, namun jika tetap ingin dilanjutkan perlu adanya evaluasi lebih dalam mengenai usaha.

GAMBARAN UMUM USAHA

Sejarah Usaha

Usaha "Bubble Tie" mulai berdiri pada tahun 2019. Usaha ini didirikan oleh 2 orang Kakak Beradik Bernama Intan dan Wati yang dikelola oleh 7 Karyawan. Asal mula berdirinya usaha ini dikarenakan Kak Intan melihat peluang

usaha minuman bubble dan boba yang sedang tren saat itu namun belum banyaknya usaha tersebut di daerah Kalimantan Selatan khususnya di Kota Banjarbaru.

Lokasi Usaha

Usaha "Bubble Tie" ini berlokasi Jl. Panglima Batur, Loktabat Utara, Kec. Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan

Modal Usaha

Usaha milik Kak Intan ini dirintis pada tahun 2019. Beliau mendirikan usaha "Bubble Tie" ini bersama adik beliau yang bernama Kak Wati dengan dibantu oleh 7 karyawan. Kak Intan dan Kak Wati sendiri membuka usaha ini dengan modal mandiri sebesar Rp 500.000.000 untuk membeli bahan baku, bahan pelengkap, dan peralatan seperti meja dan kursi.

Tenaga Kerja

Usaha "Bubble Tie" mempunyai 7 orang karyawan yang terdiri atas 1 orang manajer, 1 orang karyawan supplier, dan 5 karyawan operasional. Untuk jam kerja yang dimiliki setiap karyawan juga berbeda-beda tergantung dengan tugasnya masing-masing. Seorang manajer harus selalu siap kapanpun dan dimanapun ia berada, untuk karyawan supplier bekerja 1 jam sebelum usaha beroperasi. Sedangkan untuk jam kerja karyawan operasional dibagi 2 shift kerja yaitu shift 1 dari pukul 09:00 – 16:00 Wita dan shift 2 dari pukul 16:00 – 22:00 Wita.

Sarana dan Fasilitas Usaha

Sarana yang dimiliki oleh usaha "Bubble Tie" ini untuk kelancaran usaha secara langsung yaitu berupa peralatan operasional yang digunakan untuk kelancaran proses produksi sebanyak 14 yaitu berupa 2 buah blender, 1 *cup seller*, 1 pompa air mineral elektrik, 1 teko listrik, 1 penggiling kopi, 1 alat ekspresso kopi, 1 kompor 2 tungku, 2 wajan dan 2 panci. Selain itu sarana yang dimiliki usaha ini dalam pelayanan dan penjualan berjumlah 3 buah alat yaitu satu tab kasir, 1 buah printer struk, dan satu set remote alarm. Sedangkan fasilitas penunjang operasional lainnya berjumlah 7 buah yaitu 3 *air conditioner*, 3 *speaker*, dan satu tab penyetel musik.

Proses Produksi

Proses produksi setiap produk menggunakan teknik yang berbeda. Minuman varian rasa dibuat dengan cara mencampur semua bahan dalam blender, sedangkan kopi dibuat dengan mencampur kopi ekspreso dengan tambahan seperti sirup caramel/vanila, susu UHT, dan susu evaporasi. Makanan dibuat dengan cara digoreng atau direbus. Minuman dikemas dalam cup berukuran 16 Oz dan ditutup dengan cup seller, sementara makanan disajikan di piring atau mangkok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas

Business model canvas pada usaha "Bubble Tie" di Kecamatan Banjarbaru Utara Kota Banjarbaru. Berdasarkan hasil wawancara kepada manajer dan kuesioner yang diisi oleh pelanggan, maka didapat hasil sebagai berikut:

1. Blok segmentasi pelanggan (*customer segmentasits*) usaha "Bubble Tie" yaitu kisaran umur 16-40 tahun; pekerjaan: pelajar, mahasiswa, dan pekerja; 70% perempuan, 30% laki-laki; menyukai minuman dengan topping, cita rasa manis, dan tempat yang instagramable.
2. Blok proposisi nilai (*value proposition*) yaitu memiliki banyak varian menu (47 varian minuman) dengan produk unggulan bubble Choco oreo, Brown sugar, Red velvet, Black forest, Bubblegum, dan Tiramisu; menyediakan cemilan seperti kentang goreng, sosis, sempol, otak-otak, cireng, indomie mix, dan ramen; tempatnya yang memiliki tata ruang yang rapi dan fasilitas yang memadai untuk mengerjakan tugas (Susunan meja yang rapi, tersedianya stop kontak di setiap mejanya, dan akses internet yang lancar); harga produk yang terjangkau (Rp 15.000-18.000,-/porsi); memiliki internet yang bisa diakses kapan saja dan bebas biaya. Adapun kekurangan yang dimiliki "Bubble Tie" pada elemen ini yaitu hanya tersedianya 1 kasir sehingga menimbulkan antrian saat outlet sedang ramai pengunjung; metode pembayaran hanya bisa dilakukan secara *cash*.
3. Blok hubungan pelanggan (*Customer relationship*) yaitu Usaha "Bubble Tie" menerapkan metode *self-service* dalam proses pelayanannya, *self-service* adalah metode pelayanan yang melibatkan diri konsumen dalam proses pelayanan. Tak hanya itu usaha ini menyediakan informasi mengenai usaha yang di*upload* di ig *story*

akun usaha "Bubble Tie" sehingga memudahkan pelanggan mendapatkan informasi tentang usaha tersebut. Namun, akun media sosial Instagram "Bubble Tie" tidak terlalu aktif sehingga pelanggan sulit untuk mendapatkan informasi terbaru mengenai usaha tersebut. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa hubungan pelanggan dengan karyawan pada usaha "Bubble Tie" cenderung masih monoton yaitu hanya sekedar pelayanan transaksi dan penjualan. Usaha ini dirasa perlu mengkreasikan kembali hubungan kepada pelanggan dengan membangun interaksi meskipun secara tidak langsung bisa juga usaha ini mengadakan promosi berupa diskon pada even tertentu seperti hari besar nasional untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dan menarik perhatian pelanggan baru.

4. Blok saluran (*channels*), saluran pertama usaha "Bubble Tie" yaitu dengan penjualan secara langsung di outlet "Bubble Tie" yang buka setiap hari dari jam 10.00 – 22.00, konsumen bisa membeli secara langsung dan memilih produk yang diinginkan sambil menikmati suasana yang tercipta di outlet tersebut. Selain itu, usaha "Bubble Tie" menggunakan media sosial sebagai alat promosi produknya. Penggunaan media sosial sebagai saluran usaha yang berupa promosi dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan cara menyewa jasa *endorsment* selebgram daerah sekitar dan melakukan dokumentasi keadaan usaha pada hari itu sebagai sarana pelanggan mengetahui keadaan outlet tersebut saat itu. Namun sangat disayangkan bahwa Usaha "Bubble Tie" kurang memperluas saluran distribusi maupun promosi, karena hanya mengandalkan penjualan secara langsung dan promosi menggunakan metode *endorsement* dari beberapa selebgram saja. Padahal di era ini banyak sekali *marketplace* yang tidak hanya membantu dalam prosen penjualan namun juga promosi dan distribusi secara *online.*
5. Blok arus pendapatan (*revenue stream*) yaitu diketahui bahwa total penerimaan per bulan usaha "Bubble Tie" sebesar Rp 51.472.575,- dengan penerimaan terbesar usaha "Bubble Tie" berasal dari minuman rasa dengan rata-rata penerimaan per bulan sebesar Rp 33.697.500. Sedangkan ramen merupakan penerimaan terkecil dengan rata-rata per bulan sebesar Rp 1.417.500.
6. Blok sumberdaya kunci (*key resources*) yaitu Lokasi yang strategis sehingga mudah untuk diakses (terletak di tepi jalan utama); bangunan terdiri dari 3 lantai dengan desain interior yang dibuat instagramable dengan mengusung tema *Colorful Farmhouse Garden* yang menggambarkan produk "Bubble Tie"; memiliki resep rahasia yang menjadi ciri khas dari produk Bubble Tie; tenaga kerja terlatih (Adanya pemberian training khusus pada karyawan baru).
7. Blok aktivitas kunci (*key activities*) yaitu Produksi dan penjualan minuman khas "Bubble Tie" sebanyak 47 varian yang terdiri dari minuman bubble, boba, dan kopi; penjualan cemilan tambahan seperti sempol, sosis goreng, kentang goreng, otak- otak, samosa, ramen, cireng dan indomie mix; pencatatan jumlah keluar dan masuknya barang yang dilakukan setiap hari; pencatatan pembukuan keuangan di akhir shift sebelum penutupan setiap harinya.
8. Blok kemitraan utama (*key partnership*), Adapun yang menjadi mitra utama dalam usaha "Bubble Tie" adalah supplier bahan baku bubuk perasa yaitu "Miltie Indonesia", supplier bahan baku biji kopi yaitu "Kopi Giling Nyaman", supplier bahan baku es batu yaitu "Solju", dan untuk bahan baku lainnya seperti kentang, otak-otak, sosis, cireng, nugget, kebab, samosa dibeli di toko *frozen food* terdekat dengan lokasi usaha "Bubble Tie". Begitu juga dengan bahan pelengkap seperti gula, minyak goreng, susu UHT, topping boba dibeli di toko swalayan terdekat usaha "Bubble Tie". Mitra lainnya yaitu "Berkat Mulia Sablon" sebagai pencetak cup produk minuman usaha dan untuk bahan pelengkap pengemasan usaha dibeli di "Toko Plastik Bauntung". Usaha ini juga melakukan kerjasama dengan jasa penyedia layanan internet indihome, meskipun banyak memiliki mitra namun dari hasil penelitian usaha "Bubble Tie" masih belum memiliki mitra usaha/pemasok tetap bahan pelengkap yang sifatnya *continue.*
9. Blok struktur biaya (*cost structure*) yaitu biaya tetap sebanyak 68% dan biaya veriabel sebanyak 32%. Diketahui bahwa komponen biaya tetap terbesar adalah biaya

tenaga kerja sebesar 57,5% dan biaya tetap terkecil adalah biaya keamanan sebesar 0,7% dari total biaya tetap rata-rata per bulan sebesar Rp 13.576.543. Sedangkan komponen biaya variabel terbesar adalah biaya bahan pelengkap sebesar 38,3% dan biaya variabel terkecil adalah biaya promosi sebesar 0,3% dari total biaya variabel rata-rata per bulan sebesar Rp 29.148.216.

Analisis Kelayakan Usaha

Biaya Tetap. Adapun komponen biaya tetap usaha "Bubble Tie" yaitu biaya penyusutan peralatan, biaya sewa bangunan, biaya pajak bangunan dan logo, biaya tenaga kerja tetap, biaya internet, biaya aplikasi, biaya ongkos kirim, biaya keamanan, dan biaya kebersihan. Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni 2023 dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Jumlah biaya tetap usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023

No.	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Penyusutan Peralatan	1.272.840
2.	Sewa Bangunan	13.500.000
3.	Pajak BB & Logo	1.533.332
4.	Tk Tetap	31.200.000
5.	Internet	2.600.000
6.	Aplikasi	1.200.000
7.	Ongkir	1.400.000
8.	Keamanan	400.000
9.	Kebersihan	1.200.000
	Total	**54.306.172**

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Pada Tabel 2, menunjukkan bahwa total biaya tetap yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023 sebesar Rp 54.306.172. Biaya Tenaga kerja menjadi biaya tetap terbesar yaitu sebesar Rp 31.200.000, sedangkan biaya keamanan menjadi biaya tetap terkecil yaitu sebesar Rp 400.000 dari jumlah total biaya tetap.

Biaya Variabel. Adapun komponen biaya variabel usaha "Bubble Tie" yaitu biaya bahan baku, biaya bahan pelengkap, biaya bahan bakar, biaya listrik, biaya air, biaya kemasan, biaya pemeliharaan, biaya pajak penjualan, biaya promosi, dan biaya tenaga kerja. Jumlah biaya variabel yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni 2023 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah biaya variabel usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023

No.	Keterangan	Total Biaya (Rp)
1.	Bahan Baku	23.662.940
2.	Bahan Pelengkap	44.635.103
3.	Bahan Bakar	1.632.000
4.	Listrik	16.001.000
5.	Air	1.361.120
6.	Kemasan	7.802.200
7.	Pemeliharaan	360.000
8.	Pajak Penjualan	18.528.000
9.	Promosi	302.000
10.	Tenaga Kerja	2.308.500
	Total	**116.592.863**

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Pada Tabel 3, menunjukkan bahwa total biaya variabel yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023 sebesar Rp 116.592.863. Biaya bahan pelengkap menjadi biaya terbesar yaitu sebesar Rp 44.635.103, sedangkan biaya promosi menjadi biaya terkecil yaitu sebesar Rp 302.000 dari jumlah total biaya variabel.

Biaya Total. Biaya total adalah keseluruhan biaya yang dikeluarkan untuk menjalakan sebuah usaha yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Biaya total yang dikeluarkan oleh usaha "Bubble Tie" dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Jumlah biaya total usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023

No.	Komponen Biaya	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Biaya Total	54.306.172
2.	Biaya Variabel	116.592.863
	Total Biaya	**170.899.035**

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Pada Tabel 4, dapat dilihat bahwa biaya total yang harus dikeluarkan oleh usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023 yaitu sebesar Rp 170.899.035 dengan rata-rata per bulan Rp 42.724.758. Dimana biaya variabel merupakan biaya terbesar yaitu sebesar Rp 116.592.035. Sedangkan biaya tetap yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" sebesar Rp 54.306.172.

Penerimaan. Penerimaan atau *revenue* adalah besarnya pendapatan kotor yang didapat dari hasil penjualan sebuah produk atau jasa. Adapun penerimaan sendiri didapat dari jumlah barang/jasa yang terjual dikali dengan harga barang/jasa per satuan.

Tabel 5. Jumlah penerimaan total usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni 2023

No.	Komponen Produk	Jumlah Produk	Harga Produk		Total Penerimaan
1.	Minuman	8986	Rp 15.000	Rp	134.790.000
2.	Kopi asli	316	Rp 18.000	Rp	5.688.000
3.	Snack	2735	Rp 15.000	Rp	41.025.000
4.	Ramen	315	Rp 18.000	Rp	5.670.000
Total penerimaan bulan Maret-Juni 2023				**Rp**	**187.173.000**
Pajak 10%				**Rp**	**18.717.300**
Total Penerimaan rata-rata per bulan				**Rp**	**51.472.575**

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Pada Tabel 5, dapat dilihat bahwa total penerimaan pada usaha "Bubble Tie" selama bulan Maret – Juni 2023 adalah sebesar Rp 187.173.000 ditambah dengan pemasukan pajak sebesar 10%, maka total penerimaan usaha "Bubble Tie" adalah sebesar Rp 205.890.300. Sehingga dapat diketahui bahwa rata-rata penerimaan per bulan usaha "Bubble Tie" adalah sebesar Rp 51.472.575.

Keuntungan. Pada usaha "Bubble Tie" jumlah keuntungan yang diperoleh usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jumlah keuntungan usaha "Bubble Tie" pada bulan Maret – Juni Tahun 2023

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1.	Penerimaan	205.890.300
2.	Biaya Total	170.899.035
Total		**34.991.265**
Keuntungan/Bulan		**8.747.816**

Sumber : Pengolahan data primer, 2024

Berdasarkan Tabel 6, dapat dilihat bahwa pada bulan Maret-Juni 2023 jumlah penerimaan yang diperoleh usaha "Bubble Tie" lebih besar dibandingkan dengan jumlah biaya yang dikeluarkan. Usaha "Bubble Tie" memperoleh keuntungan selama 4 yaitu sebesar Rp 34.991.300. Keuntungan yang didapatkan Usaha "Bubble Tie" tergolong kecil karena keuntungan per bulannya hanya Rp 8.747.816. Walaupun usaha "Bubble Tie" tidak mengalami kerugian dan layak secara finansial.

***Revenue Cost Ratio* (RCR).** *Revenue Cost Ratio* (RCR) merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya total. Perhitungan *Revenue Cost Ratio* (RCR) usaha "Bubble Tie" per tahun dapat dilihat pada Tabel 7 berikut.

Tabel 7. Perhitungan *Revenue Cost Ratio* (RCR) usaha "Bubble Tie" per tahun

No.	Keterangan	Nilai
1.	Penerimaan	Rp 617.670.900
2.	Biaya total	Rp 512.697.108
	RCR	**1,204**

Sumber data **:** Pengolahan data primer, 2024

Pada Tabel 7, dapat dilihat dari perbandingan antara penerimaan yang diperoleh usaha "Bubble Tie" dengan biaya total yang dikeluarkan untuk produksi dan operasional usaha diperoleh perhitungan RCR sebesar 1,204. Dapat dilihat bahwa RCR sebesar 1,204 berarti lebih besar dari satu (1,204 > 1). Hal ini menunjukkan bahwa setiap Rp 1,00 biaya yang dikeluarkan usaha "Bubble Tie" dapat menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,204. Dapat disimpulkan bahwa secara finansial usaha "Bubble Tie" menguntungkan serta layak dijalankan dan dikembangkan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan dan permasalahan penelitian pada usaha "Bubble Tie", maka kesimpulan yang dapat dirumuskan adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis *business model canvas* berikut 9 blok usaha "Bubble Tie" :
   a. Blok segmentasi pelanggan (*customer segmentasits*) usaha "Bubble Tie" yaitu kisaran umur 16-40 tahun; pekerjaan: pelajar, mahasiswa, dan pekerja; 70%

perempuan, 30% laki-laki; menyukai minuman dengan topping beragam, cita rasa yang pas, dan tempat yang instagenik.

b. Blok proposisi nilai (*value proposition*) yaitu memiliki 47 varian; tata ruang yang rapi dengan penambahan daya di setiap mejanya, dan akses internet yang lancar; harga produk yang cukup terjangkau (Rp 15.000-18.000,-/porsi); metode pembayaran hanya bisa dilakukan secara *cash*.
c. Blok hubungan pelanggan (*Customer relationship*) yaitu Pelayanan yang ramah, namun kurang interaktif dan terkesan monoton; penerapkan *self-service;* memiliki media sosial instagram namun kurang update; jarang melakukan promo atau diskon kepada pelanggan.
d. Blok saluran (*channels*) usaha "Bubble Tie" yaitu Toko (Outlet) yang buka setiap hari dari jam 10.00 – 22.00; menggunakan jasa *endorsment* instagram untuk promosi; tidak menerima pemesanan online; tidak menggunakan layanan pesan antar; tidak bekerjasama dengan *marketplace* manapun.
e. Blok arus pendapatan (*revenue stream*) yaitu Total pendapatan bulanan dari usaha "Bubble Tie" adalah Rp 51.472.575,-, dengan sebagian besar pendapatan berasal dari penjualan minuman rasa yang mencapai rata-rata Rp 33.697.500 per bulan. Pendapatan terkecil diperoleh dari penjualan ramen, hanya sebesar rata-rata Rp 1.417.500 per bulan.
f. Blok sumberdaya kunci (*key resources*) yaitu "Bubble Tie" memiliki lokasi yang strategis di tepi jalan utama; bangunannya terdiri dari 3 lantai dengan desain interior yang menarik dan instagramable, mengusung tema *Colorful Farmhouse Garden* yang mencerminkan produk "Bubble Tie"; mereka memiliki resep rahasia yang menjadi ciri khas dari produk mereka, dan pegawainya terlatih dengan baik.
g. Blok aktivitas kunci (*key activities*) yaitu Bubble Tie memproduksi dan menjual 47 variasi minuman khasnya, serta menawarkan cemilan tambahan. Setiap hari, mereka mencatat jumlah barang yang keluar dan masuk, serta melakukan pembukuan keuangan pada akhir shift sebelum penutupan toko.
h. Blok kemitraan utama (*key partnership*) yaitu Miltie Indonesia sebagai supplier bubuk perasa; berlangganan dengan supplier kopi khusus yaitu Kopi Giling Nyaman; percetakan kemasan yang berlangganan dengan Berkat Mulia Sablon; "Solju" sebagai supplier es batu; bermitra dengan Indihome untuk kemudahan akses internet.
i. Blok struktur biaya (*cost structure*) yaitu biaya tetap sebesar 68% dan biaya variabel sebesar 32% dari total biaya. Diantara komponen biaya tetap, biaya tenaga kerja menjadi yang terbesar sebesar 57,5%, sedangkan biaya keamanan merupakan yang terendah sebesar 0,7%, dari total biaya tetap bulanan yang rata-rata sebesar Rp 13.576.543. Sementara itu, biaya bahan pelengkap menjadi yang terbesar sebesar 38,3% dari total biaya variabel rata-rata per bulan sebesar Rp 29.148.216, sementara biaya promosi menjadi yang terendah sebesar 0,3%.

2. Usaha "Bubble Tie" memperoleh perhitungan RCR sebesar 1,204 per tahun. Artinya secara finansial usaha "Bubble Tie" menguntungkan serta layak dijalankan dan dikembang karena RCR > 1.

Saran

Adapun saran yang diberikan terhadap penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk bahan baku dan bahan pelengkap yang sifatnya kontinyu, sebaiknya pemilik usaha mencari pemasok tetap jangka panjang agar usaha ini mampu mengefisiensi biaya yang akan dikeluarkan.
2. Sebaiknya pemilik usaha bisa memfilter kembali menu-menu "Bubble Tie" mana yang menjadi favorite pelanggan dan menu mana yang mengalami penurunan minat pelanggan sehingga pemilik usaha bisa mengurangi pembelian bahan baku pada produk tersebut untuk mengefektifkan penggunaan biaya usaha.
3. Pemilik usaha disarankan untuk melakukan diversifikasi dalam distribusi dan promosi usaha. Ini mencakup penggunaan berbagai metode pembayaran, berbagi dokumentasi harian usaha di Instagram,

menyelenggarakan promo diskon, dan membuka toko di platform *marketplace*.

DAFTAR PUSTAKA

Ambarita, A. T. (2018). *Pengaruh penambahan tepung ceker ayam ras terhadap daya terima dan kandungan gizi mutiara tapioka (tapioca pearl)*. Universitas Sumatera Utara.

Chairunnisa, S. (2022). *Analisis Strategi Pengembangan Usaha Usaha Minuman Kekinian ES-MOSI*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Hidayat, R., Rifiana, & Yulianti, M. (2023). Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada Usaha Hidroponik Asri Hydrofarm. *Frontier Agribisnis*, *5*(1).

Latifah, N., Salawati, U., & Budiwati, N. (2024). Strategi Pengembangan Usaha Keripik Industri Rumah Tangga Rio R.M Di Kelurahan Guntung Paikat Kecamatan Banjarbaru Selatan Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, *8*(1).

Nurmala, Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, Emilda, Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha Kuliner Sebagai Penggerak UMKM Pada Masa Covid 19. *Jurnal Aksi Kepada Masyarakat*, *3*(1).

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. PT Elex Media Komputindo.

Tambunan, T. (2012). *Usaha Mikro Kecil dan Menengah di Indonesia*. LP3ES.

Tinambunan, E. C., Syahra, A. F., & Hasibuan, N. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Minat Milenial Terhadap Boba vs Kopi di Kota Medan. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*.

Veronica, Trifosa, M., Ilmi, & Bakhrul, I. M. (2020). Minuman Kekinian di Kalangan Mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Jurnal of Health Development*, *2*(2).