**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) DAN KELAYAKAN USAHA PADA WARUNG KEPREK'AN BU YAYU DI KOTA BANJARBARU

## Business Model Canvas (BMC) Analysis and Business Feasibility of Warung Keprek'an Bu Yayu in Banjarbaru City

**Nia Octaviani *, Rifiana dan Mira Yulianti**
*Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat
Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

## ABSTRAK

**Kata Kunci**
Business Model Canvas;
Kelayakan Usaha; UMKM.

**Korespondensi**
Main author:
2010514220019@mhs.ulm.ac.id
Corresponding author:
rifiana.ulm@gmail.com
mira.yulianti@ulm.ac.id

Diterima: 30 Juli 2024,
Disetujui: 11 Agustus 2024 ,
Diterbitkan on-line : 30 September 2024

Warung Keprek'an Bu Yayu adalah sebuah Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang berfokus pada sektor kuliner di kota Banjarbaru dan telah didirikan sejak tahun 2015. Tujuan penelitian ini adalah untuk melakukan analisis pada Warung Keprek'an Bu Yayu dengan menggunakan *Business Model Canvas* dan untuk menganalisis kelayakan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu. Pada penelitian ini digunakan metode studi kasus yang melibatkan pengumpulan informasi secara mendetail. Metode yang digunakan adalah metode observasi aktif dengan teknik *accidental sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada blok segmentasi pelanggan yaitu sebagian besar konsumen Warung Keprek'an Bu Yayu berjenis kelamin perempuan dengan usia dewasa, memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, jarak tempat tinggal < 1 km – 2 km dari lokasi usaha, memiliki gaya hidup yang menyukai makanan kekinian sehingga melakukan pembelian rata-rata 1-2 kali seminggu. Blok proporsi nilai yaitu rasa yang khas, ukuran ayam yang besar, sambal yang disajikan terpisah, memiliki perbedaan nama *brand* yaitu "keprek" dan memberikan pelayanan yang cepat serta ramah. Blok saluran yaitu secara *offline* dan *online*. Blok hubungan pelanggan yaitu pelayanan secara *personal assistance*, dan menyedikan kontak *WhatsApp* pemilik usaha. Blok arus pendapatan yaitu penerimaan dari menu utama, menu indomie, dan menu minuman serta keuntungan usaha. Blok sumberdaya utama yaitu tempat usaha, modal produksi, dan tenaga kerja. Blok aktivitas kunci yaitu memproduksi dan menjual makanan dan minuman. Blok kemitraan utama yaitu UD Mutia, UD Borneo, Grab, Gojek, Shopee, dan F-Jek. Blok struktur biaya terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Dari sudut pandang keuangan, Warung Keprek'an Bu Yayu dianggap layak untuk dijalankan karena nilai RCR > 1.

## PENDAHULUAN

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan pilar penting dalam ekonomi, berfungsi untuk menciptakan lapangan kerja, menyediakan layanan ekonomi kepada masyarakat, serta meningkatkan pendapatan dan mendorong pertumbuhan ekonomi untuk mencapai stabilitas nasional. Jumlah pelaku UMKM di Indonesia mengalami peningkatan sejak pandemi Covid-19. UMKM terutama di sektor kuliner, memiliki peran yang sangat penting dan diperkirakan akan terus ada di masa depan. Produk kuliner atau makanan merupakan kebutuhan pokok masyarakat sehari-sehari sehingga akan selalu ada permintaan akan makanan. Hal ini menghasilkan peluang bisnis kuliner yang sangat potensial (Sepriyadi *et al*., 2023).

Kuliner saat ini sedang menjadi tren dan menjadi salah satu daya tarik masyarakat yang banyak mengalami perkembangan, baik dari jenis makanan hingga cara penyajiannya. Kota Banjarbaru kini terkenal dengan pesatnya perkembangan bisnis kuliner, yang mengakibatkan persaingan ketat di antara pengusaha kuliner. Persaingan saat ini tidak hanya sebatas pada produk yang ditawarkan, tetapi juga pada upaya untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Dengan banyaknya usaha kuliner baru yang menyediakan berbagai pilihan menu dan konsep, gaya hidup masyarakat semakin menjadi lebih konsumtif. Perilaku konsumtif cenderung harus mengeluarkan biaya yang lebih tinggi karena bukan lagi untuk memenuhi kebutuhan saja tetapi lebih mengarah pada perubahan tuntutan keinginan sehingga perilaku tersebut akan menjadi ladang yang berpotensi bagi para pengusaha di bidang kuliner khususnya di Kota Banjarbaru. Oleh karena itu, pengusaha kuliner tidak hanya harus menawarkan varian menu yang unik, tetapi juga harus mengimplementasikan ide-ide kreatif dan inovatif dalam tempat usaha mereka. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian konsumen, membangun citra positif di mata konsumen, dan akhirnya menciptakan loyalitas konsumen.

Ayam geprek merupakan salah satu produk kuliner yang sangat digemari terutama di kalangan remaja dan dewasa. Produk ini banyak diminati karena tidak hanya menonjolkan rasa pedas, tetapi juga menonjolkan bumbu pada tepung yang digunakan untuk membalut ayam tersebut. Di kota Banjarbaru, ada banyak UMKM yang bergerak di bidang kuliner yang menjadikan ayam geprek sebagai menu andalannya, salah satunya yaitu Warung Keprek'an Bu Yayu.

Pada penelitian ini, dipilih Warung Keprek'an Bu Yayu sebagai tempat penelitian dikarenakan Warung Keprek'an Bu Yayu memiliki omset yang besar yaitu sebesar Rp 5.000.000/hari dan Rp 130.000.000/bulan dari hasil penjualan secara *online* (Gojek, Grab, Shopee, dan F-Jek) maupun dari penjualan *offline*. Adapun masalah yang ada di Warung Keprek'an Bu Yayu sendiri adalah tidak memiliki pembukuan yang sistematis, sehingga dari permasalahan inilah peneliti memilih Warung Keprek'an Bu Yayu sebagai tempat penelitian.

Agar dapat bersaing dan berkembang dalam menghadapi persaingan, perusahaan atau pelaku usaha perlu mengembangkan strategi-strategi baru. Salah satu cara untuk mencapai hal ini adalah dengan memiliki model bisnis yang efektif dan sesuai untuk usaha mereka, melalui penerapan *Business Model Canvas* (BMC) karena *Business Model Canvas* (BMC) adalah sebuah alat yang berguna untuk menciptakan dan mengevaluasi model bisnis secara efisien dan cepat.

### Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Warung Keprek'an Bu Yayu dengan menggunakan *Business Model Canvas* dan untuk menganalisis kelayakan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu. Adapun kegunaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Lambung Mangkurat, penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan proses belajar.
2. Bagi pemilik usaha, diharapkan bahwa penelitian ini dapat membantu pemilik usaha dalam memperbaiki strategi bisnis mereka melalui penggunaan model bisnis sederhana yang mampu memberikan manfaat dan solusi untuk permasalahan yang ada dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
3. Bagi peneliti, penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi peneliti dalam mengembangkan ilmu pengetahuan, khususnya mengenai penerapan *Business Model Canvas* pada Warung Keprek'an Bu Yayu di kota Banjarbaru.

4. Bagi pembaca, diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi sumber informasi dan referensi dalam melakukan penelitian sejenis.

## METODE

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Warung Keprek'an Bu Yayu yang berlokasi di Jl. Intansari No.28, Loktabat Selatan, Kecamatan Banjarbaru Selatan, Kota Banjarbaru. Penelitian ini dimulai dari bulan Maret 2024-Mei 2024 yang diawali dari pengumpulan data, pengolahan data sampai dengan penyusunan laporan hasil penelitian.

### Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, data yang digunakan terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara menggunakan kuesioner dan observasi langsung terhadap responden, yang mencakup tidak hanya pemilik usaha tetapi juga karyawan dan pelanggan Warung Keprek'an Bu Yayu.

Data sekunder dikumpulkan dari berbagai dinas dan instansi yang mendukung penyusunan penelitian, termasuk jurnal penelitian, buku, dan artikel ilmiah yang relevan. Dalam hal ini, Dinas Koperasi UKM dan Tenaga Kerja Kota Banjarbaru menjadi salah satu sumber informasi.

### Batasan Masalah

Untuk memperjelas penelitian ini, ditetapkan beberapa batasan masalah sebagai berikut:
1. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) hanya untuk menggambarkan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu.
2. Analisis kelayakan dilakukan pada bulan Januari 2024 hingga Maret 2024.
3. Untuk analisis kelayakan usaha hanya dilakukan pada Warung Keprek'an Bu Yayu yang utama.

### Metode Pengumpulan Data

Pada penelitian ini digunakan metode studi kasus yang melibatkan pengumpulan informasi secara mendetail. Metode yang digunakan adalah metode observasi aktif dengan teknik *accidental sampling*. Adapun kriteria-kriteria responden yang dipilih sebagai sampel adalah sebagai berikut:
1. Berdomisili di Kota Banjarbaru.
2. Pernah melakukan pembelian dan mengonsumsi ayam keprek'an Bu Yayu lebih dari sekali secara pribadi.
3. Responden berusia ≥ 17 tahun dan berasal dari berbagai latar belakang pendidikan.

Jumlah sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 24 responden.

### Analisis Data

Tahapan-tahapan untuk mencapai tujuan pertama adalah sebagai berikut (Kusriyanti, 2020):
1. *Costumer segment*, menentukan target konsumen yang akan dikembangkan. Segmentasi pelanggan dapat dibagi menjadi beberapa kategori; demografis, geografis, dan psikografis.
2. *Value proposition*, memperkirakan kebutuhan konsumen yang sudah diidentifikasi pada *costumer segment*.
3. *Channel*, suatu cara untuk mencapai konsumen.
4. *Costumer relationship*, mendefinisikan hubungan antara perusahaan dan konsumen.
5. *Revenue stream*, representasi dari jalur penerimaan uang yang akan diterima dari setiap *costumer segment*.
   Untuk menghitung penerimaan digunakan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004):

$$TR = Y \times Py \quad (1)$$

   dengan: TR Penerimaan total Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
   Y Jumlah output Warung Keprek'an Bu Yayu (pcs)
   Py Harga output Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp/pcs)

   Untuk menghitung keuntungan digunakan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004):

$$\Pi = TR - TC \quad (2)$$

   dengan: Π Keuntungan Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
   TR Penerimaan total Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
   TC Biaya total Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
6. *Key Resources*, sumberdaya yang menjelaskan mengenai aset terpenting yang diperlukan dalam membuat model bisnis.
7. *Key Activities*, kegiatan utama yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

8. *Key partnership*, menjelaskan jaringan pemasok dan mitra.
9. *Cost structure*, struktur biaya yang menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan.
   Untuk menghitung biaya total digunakan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004):

$$TC = FC + VC \quad (3)$$

dengan: TC Biaya total Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
FC Biaya tetap Warung Keprek'an Bu Yayu ( (Rp)
VC Biaya variabel Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)

Untuk barang modal yang tidak habis dalam satu kali proses produksi, perlu dihitung nilai penyusutannya. Dalam penelitian ini, metode garis lurus digunakan untuk menetukan nilai penyusutan, sebagaimana dijelaskan dalam rumus oleh Kasim (2004):

$$D = \frac{N_A - N_S}{U_p} \quad (4)$$

dengan: D Nilai penyusutan atau depresiasi barang modal tetap selama satu tahun usaha di Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp/tahun)
$N_A$ Nilai awal barang tetap yang sama dengan harga beli atau pengadaannya di Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
$N_S$ Nilai sisa dari barang modal tetap, yaitu nilainya pada saat sudah tidak terpakai di Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
$U_p$ Umur ekonomis penggunaan barang di Warung Keprek'an Bu Yayu (tahun)

Untuk menjawab tujuan kedua yaitu kelayakan usaha digunakan rumus sebagai berikut (Suratiyah, 2015 dalam Puspitasari, 2022):

$$R/C = \frac{TR}{TC} \quad (5)$$

dengan: R/C Rasio yang membandingkan penerimaan total dengan biaya total di Warung Keprek'an Bu Yayu
TR Penerimaan total Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)
TC Biaya Total Warung Keprek'an Bu Yayu (Rp)

Ada tiga kriteria dalam perhitungannya, yaitu sebagai berikut:
1) Apabila R/C > 1 maka usaha tersebut menguntungkan.
2) Apabila R/C = 1 maka usaha tersebut tidak untung atau rugi (impas).
3) Apabila R/C < 1 maka usaha tersebut merugikan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Karakteristik Responden

Karakteristik responden yang dianalisis pada penelitian ini adalah jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, dan pendapatan rata-rata (per bulan). Berikut adalah deskripsi karakteristik responden pada penelitian ini.

**Jenis Kelamin.** Deskripsi karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

| Jenis kelamin | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Laki-laki | 5 | 20,9% |
| Perempuan | 19 | 79,1% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 1 tersebut, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar konsumen Warung Keprek'an Bu Yayu adalah perempuan.

**Usia.** Deskripsi karakteristik responden berdasarkan usia yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakteristik responden berdasarkan usia

| Usia | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Remaja (10-19 tahun) | 6 | 25% |
| Dewasa (20-44 tahun) | 16 | 66,7% |
| Pra lansia (45-59 tahun) | 2 | 8,3% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 2 tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu sebagian besar berusia dewasa dengan rentang usia 20-44 tahun.

**Pendidikan Terakhir.** Deskripsi karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan terakhir yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir

| Pendidikan terakhir | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| SMP/Sederajat | 3 | 12,5% |
| SMA/Sederajat | 18 | 75% |
| Sarjana | 3 | 12,5% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 3 tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu sebagian besar memperoleh pendidikan terakhir SMA/Sederajat.

**Pekerjaan.** Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

| Pekerjaan | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Pelajar | 2 | 8,3% |
| Mahasiswa | 17 | 70,8% |
| IRT, wiraswasta/pengusaha, dan lainnya | 5 | 20,9% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 4 tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden yang melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu sebagian besar adalah mahasiswa.

**Pendapatan Rata-rata (per bulan).** Deskripsi karakteristik responden berdasarkan pendapatan rata-rata (per bulan) yang diperoleh dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Karakteristik responden berdasarkan pendapatan rata-rata (per bulan)

| Pendapatan rata-rata (Rp/bulan) | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| < 500.000 | 5 | 20,9% |
| 500.000 – 5.000.000 | 17 | 70,8% |
| 5.500.000 – 10.000.000 | 2 | 8,3% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 5 tersebut, dapat disimpulkan bahwa yang melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu konsumen dengan pendapatan rata-rata per bulan antara Rp 500.000 – Rp 5.000.000.

**Analisis Business Model Canvas**

Membuka bisnis di bidang kuliner pastinya memiliki banyak pesaing, sehingga perlu melakukan analisis bisnis untuk melihat peluang dan perkembangan bisnis di masa depan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Adapun hasil analisis penerapan 9 blok kunci *Business Model Canvas* (BMC) di Warung Keprek'an Bu Yayu, yaitu:

**Segmentasi Pelanggan (*Costumer Segment*)**

Segmentasi pelanggan Warung Keprek'an Bu Yayu pada awalnya hanya untuk para remaja dan dewasa khususnya pelajar dan mahasiswa, namun seiring berjalannya waktu segmentasi pelanggan Warung Keprek'an Bu Yayu mulai bertambah, bukan hanya dari kalangan remaja dan dewasa saja. Warung Keprek'an Bu Yayu mempunyai rencana perluasan pangsa pasar ke segmentasi pegawai di sekitar wilayah Warung Keprek'an Bu Yayu. Saat ini juga Ibu Rahayu sedang melengkapi persyaratannya seperti *e-katalog*. Segmentasi pelanggan Warung Keprek'an Bu Yayu dapat dibagi menjadi beberapa kelompok segmentasi sebagai berikut:

**Segmentasi Demografis.** Segmentasi demografis Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu para pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, wiraswasta maupun swasta, yang mana mahasiwa dengan rentang usia 19-23 tahun merupakan mayoritas konsumen di Warung Keprek'an Bu Yayu dengan persentase sebanyak 70,8%. Selain itu, ada juga ibu rumah tangga yang ada pada rentang usia 26-43 tahun yang membeli produk Warung Keprek'an Bu Yayu, biasanya para ibu-ibu ini membeli produk tersebut pada saat jam pulang sekolah anak-anak

mereka. Sementara itu juga ada bapak-bapak yang berprofesi sebagai wiraswasta dan swasta dengan rentang usia 32-52 tahun yang juga melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu. Diketahui pula bahwa mayoritas konsumen di Warung Keprek'an Bu Yayu berjenis kelamin perempuan dengan usia muda yaitu dari rentang usia 19-23 tahun dengan persentase sebesar 79,1%. Hal ini terjadi karena pada usia tersebut, perempuan cenderung lebih konsumtif dan lebih senang untuk berkumpul.

**Segmentasi Geografis.** Segmentasi geografis Warung Keprek'an Bu Yayu didasarkan pada lokasi/wilayah atau jarak untuk melakukan pembelian. Konsumen yang biasa melakukan pembelian langsung adalah konsumen yang tempat tinggalnya memiliki jarak < 1 km - 5 km dari lokasi Warung Keprek'an Bu Yayu. Jarak tempat tinggal konsumen dengan Warung Keprek'an Bu Yayu dapat dilihat pada Tabel 6.

Tabel 6. Jarak tempat tinggal responden dengan Warung Keprek'an Bu Yayu

| Jarak | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| < 1 km – 2 km | 20 | 83,4% |
| 2,5 km – 4 km | 2 | 8,3% |
| ≥ 5 km | 2 | 8,3% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 6 tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsumen yang sering melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu adalah konsumen yang jarak tempat tinggalnya < 1 km – 2 km dari lokasi Warung Keprek'an Bu Yayu. Biasanya konsumen yang melakukan pembelian secara langsung adalah konsumen yang berasal dari kecamatan Banjarbaru Selatan ataupun juga para mahasiswa yang kampusnya berada di kecamatan Banjarbaru Selatan seperti Universitas Lambung Mangkurat, UNISKA, dan Poltekkes Banjarmasin yang berjarak < 1 km – 2 km dari Warung Keprek'an Bu Yayu.

**Segmentasi Psikografis.** Segmentasi psikografis Warung Keprek'an Bu Yayu didasarkan pada perilaku konsumen, dimana hal ini bersifat abstrak yaitu berupa gaya hidup, hobi, dan kepribadian. Menurut Ibu Rahayu, konsumen yang sering beliau amati yaitu konsumen yang membeli secara langsung biasanya senang untuk berlama-lama di outlet Warung Keprek'an Bu Yayu. Karena kebanyakan konsumen Warung Keprek'an Bu Yayu adalah mahasiswa yaitu sebanyak 70,8% yang mana gaya hidup dari para mahasiswa tersebut adalah menyukai makanan kekinian yang cepat saji atau yang sedang tren saat ini, salah satunya adalah ayam geprek. Oleh karena itu, frekuensi pembelian konsumen berbeda-beda atau bervariasi. Frekuensi pembelian oleh setiap responden dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Frekuensi pembelian produk Warung Keprek'an Bu Yayu

| Frekuensi pembelian | Jumlah (orang) | Persentase (%) |
|---|---|---|
| Tidak tentu | 2 | 8,3% |
| 1-2 kali seminggu | 15 | 62,5% |
| 3-5 kali seminggu | 5 | 20,9% |
| Setiap hari | 2 | 8,3% |
| **Total** | **24** | **100%** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 7 tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebanyakan konsumen melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu 1-2 kali dalam seminggu.

**Proporsi Nilai (*Value Proposition*)**

Proporsi nilai (*value propositions*) dari Warung Keprek'an Bu Yayu adalah sebagai berikut:

1. Rasa yang khas dan ukuran ayam yang besar merupakan proporsi nilai (*value propositions*) dari Warung Keprek'an Bu Yayu. Hal ini menarik pelanggan untuk melakukan pembelian ulang, karena untuk mendapatkan rasa asin dan gurih yang khas serta ukuran ayam yang besar (ayam tepung 200g/potong, ayam kalasan dan ayam goreng 250g/potong).
2. Sambal yang khas dan disajikan terpisah merupakan proporsi nilai (*value propositions*) dari Warung Keprek'an Bu Yayu. Penggunaan sambal bawang yang disajikan secara terpisah ini merupakan ciri khas dari Warung Keprek'an Bu Yayu yang tidak didapatkan di tempat lain, sehingga hal ini selalu menarik pelanggan untuk membeli produk secara berulang.
3. Perbedaan nama *brand* yaitu "keprek" merupakan proporsi nilai (*value propositions*) dari Warung Keprek'an Bu Yayu. Nama *brand* "keprek" yang diberikan pada Warung Keprek'an Bu Yayu memiliki keunikan

tersendiri sehingga mudah diingat karena memiliki perbedaan dari *brand* lain.

4. Pelayanan yang cepat dan ramah merupakan proporsi nilai (*value propositions*) dari Warung Keprek'an Bu Yayu. Karena Warung Keprek'an Bu Yayu sendiri berkomitmen untuk selalu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan karena kenyamanan pelanggan merupakan prioritas utama dari Warung Keprek'an Bu Yayu.

**Saluran (*Channel*)**

Saluran usaha Warung Keprek'an Bu Yayu yang pertama adalah penjualan secara langsung (*offline*) di warung yang memungkinkan konsumen membeli secara langsung dan melihat produk yang tersedia di etalase.

Saluran usaha Warung Keprek'an Bu Yayu yang kedua adalah penjualan secara *online* melalui mitra bisnis. Dengan adanya saluran ini dapat memudahkan konsumen yang berada di lokasi yang berbeda untuk memperoleh produk dari Warung Keprek'an Bu Yayu tanpa harus melakukan pembelian secara langsung ke outlet/warung.

**Hubungan Pelanggan (*Costumer Relationship*)**

Untuk menjaga hubungan dengan pelanggan lama maupun pelanggan baru, Warung Keprek'an Bu Yayu menerapkan bentuk pelayanan bantuan personal (*personal assistance*) karena adanya interaksi langsung (*face to face*) antara pelanggan dengan karyawan Warung Keprek'an Bu Yayu di lokasi pembelian atau di outlet dan kemudian karyawan Warung Keprek'an Bu Yayu akan menyajikan setiap menu yang dipesan oleh pelanggan sehingga para pelanggan tidak perlu untuk membantu diri mereka sendiri (*self-service*).

Selain itu, Warung Keprek'an Bu Yayu juga menyediakan kontak *WhatsApp* ibu Rahayu. Jika ada pesanan yang tidak sesuai, maka diperbolehkan menghubungi kontak yang tersedia untuk mendapatkan pesanan yang diinginkan tanpa mengembalikan pesanan yang sudah ada.

**Arus Pendapatan (*Revenue Stream*)**

Penerimaan Warung Keprek'an Bu Yayu diperoleh dengan cara jumlah output atau hasil fisik produk Warung Keprek'an Bu Yayu yang dihasilkan dikalikan dengan harga output/pcs. Total penerimaan Warung Keprek'an Bu Yayu dari bulan Januari-Maret 2024 dapat dilihat pada Tabel 8.

Tabel 8. Total penerimaan Warung Keprek'an Bu Yayu bulan Januari-Maret 2024

| Komponen penerimaan | Total penerimaan (Rp) |
|---|---|
| Menu utama | 413.946.000 |
| Menu indomie | 9.360.000 |
| Menu minuman | 55.380.000 |
| **Total penerimaan** | **478.686.000** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 8, penerimaan total yang diperoleh Warung Keprek'an Bu Yayu dari bulan Januari-Maret 2024 sebesar Rp 478.686.000 dengan menu utama sebagai penyumbang penerimaan yang paling tinggi yaitu sebesar Rp 413.946.000.

**Keuntungan.** Keuntungan merupakan selisih penerimaan total dengan biaya total yang dikeluarkan dalam kegiatan produksi suatu usaha. Keuntungan Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 dapat dilihat pada Tabel 9.

Tabel 9. Keuntungan Warung Keprek'an Bu Yayu bulan Januari-Maret 2024

| Keterangan | Jumlah (Rp) |
|---|---|
| Total penerimaan | 478.686.000 |
| Total biaya | 420.506.169 |
| **Total keuntungan** | **58.179.831** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 9, keuntungan Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 adalah sebesar Rp 58.179.831, dan dapat dikatakan keuntungan per bulannya adalah sebesar Rp 19.393.277.

**Sumberdaya Utama (*Key Resources*)**

Sumberdaya utama pada usaha Warung Keprek'an Bu Yayu adalah sebagai berikut:

1. Tempat usaha adalah sumberdaya utama (*key resources*) yang tergolong sebagai aset fisik. Tempat usaha yang dimiliki oleh Ibu Rahayu berjumlah satu buah yang berlokasi di Jl. Intansari, No. 28, Loktabat Selatan, Kecamatan Banjarbaru Selatan, kota

Banjarbaru yaitu Warung Keprek'an Bu Yayu.
2. Modal produksi adalah sumberdaya utama (*key resources*) yang tergolong sebagai kategori proses produksi. Modal ini digunakan untuk membeli bahan baku, bahan penolong, dan kemasan.
3. Tenaga kerja adalah sumberdaya utama (*key resources*) tergolong sebagai kategori aset manusia. Tenaga kerja pada Warung Keprek'an Bu Yayu berjumlah 9 orang yang memiliki tugas masing-masing.

**Aktivitas Kunci (*Key Activities*)**

Aktivitas kunci yang dilakukan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu melakukan produksi dan penjualan produk. Proses produksi pada Warung Keprek'an Bu Yayu meliputi beberapa tahapan yaitu persiapan bahan, proses marinasi, proses penggorengan, pembuatan sambal, dan penyajian.

Selain proses produksi, aktivitas kunci (*key activities*) selanjutnya pada Warung Keprek'an Bu Yayu adalah penjualan produk. Produk yang sudah diolah, maka akan dijual kepada pelanggan secara langsung di lokasi usaha Warung Keprek'an Bu Yayu maupun secara *online* melalui mitra bisnis Warung Keprek'an Bu Yayu.

**Kemitraan Utama (*Key Partnership*)**

Kemitraan utama (*key partnership*) dalam konteks ini merujuk pada jaringan pemasok dan mitra yang mendukung kelancaran operasional bisnis. Untuk pemasok pada Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu UD Borneo dan UD Mutia, kedua pemasok tersebut bertugas untuk memasok bahan baku ayam di Warung Keprek'an Bu Yayu.

Sedangkan kemitraan utama yang terjalin dengan Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu Grab, Gojek, Shopee, dan F-Jek. Kemitraan yang dijalin oleh Warung Keprek'an Bu Yayu dengan berbagai mitra ini berbasis pada layanan pesan antar bagi konsumen yang tidak bisa berbelanja secara langsung ke lokasi Warung Keprek'an Bu Yayu.

**Sturktur Biaya (*Cost Structure*)**

**Biaya Tetap.** Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang jumlahnya tidak berubah meskipun ada atau tidak adanya kegiatan proses produksi. Total biaya tetap yang dikeluarkan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 dapat dilihat pada Tabel 10.

Tabel 10. Biaya tetap Warung Keprek'an Bu Yayu bulan Januari-Maret 2024

| Komponen biaya | Total biaya (Rp) |
|---|---|
| Biaya penyusutan peralatan | 8.326.482 |
| Biaya retribusi kebersihan | 17.499 |
| **Total biaya tetap** | **8.343.981** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 10, keseluruhan biaya tetap yang harus dikeluarkan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 sebesar Rp 8.343.981.

**Biaya Variabel.** Biaya variabel (*variable cost*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan yang jumlahnya dapat berubah sesuai dengan output yang diproduksi/dihasilkan. Total biaya variabel yang dikeluarkan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 dapat dilihat pada Tabel 11.

Tabel 11. Biaya variabel Warung Keprek'an Bu Yayu bulan Januari-Maret 2024

| Komponen biaya | Total biaya (Rp) |
|---|---|
| Biaya bahan baku | 183.534.000 |
| Biaya bahan penolong | 36.659.688 |
| Biaya bahan pelengkap | 91.330.500 |
| Biaya tenaga kerja | 78.000.000 |
| Biaya transportasi | 2.808.000 |
| Biaya penggunaan listrik | 9.100.000 |
| Biaya kemasan | 10.730.000 |
| **Total biaya variabel** | **412.162.188** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 11, keseluruhan biaya variabel yang diperlukan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 sebesar Rp 412.162.188.

**Biaya Total.** Biaya total (*total cost*) merupakan perhitungan dari semua pengeluaran biaya produksi yang dikeluarkan oleh suatu perusahaan. Biaya total yang dikeluarkan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu selama bulan Januari-Maret 2024 dapat dilihat pada Tabel 12.

Tabel 12. Biaya total Warung Keprek'an Bu Yayu bulan Januari-Maret 2024

| Komponen biaya | Total biaya (Rp) |
|---|---|
| Biaya tetap | 8.343.981 |
| Biaya variabel | 412.162.188 |
| **Total** | **420.506.169** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 12, biaya total yang dikeluarkan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu pada bulan Januari-Maret 2024 sebesar Rp 420.506.169. Biaya tetap sebesar Rp 8.343.981, sedangkan biaya variabel sebesar Rp 412.162.188.

**Business Model Canvas Warung Keprek'an Bu Yayu**

Ilustrasi *Business Model Canvas* (BMC) yang diterapkan oleh Warung Keprek'an Bu Yayu dapat dilihat pada Gambar 1.

| Key Partnerships | Key Activities | Value Propositions | Customer Relationships | Customer Segments |
|---|---|---|---|---|
| Pemasok bahan baku ayam:<br>1. UD Borneo<br>2. UD Mutia<br><br>Mitra bisnis:<br>1. Grab<br>2. Gojek<br>3. Shopee<br>4. F-Jek | 1. Memproduksi makanan dan minuman<br>2. Penjualan makanan dan minuman<br><br>**Key Resources**<br>1. Tempat usaha<br>2. Modal produksi<br>3. Tenaga kerja atau sumberdaya manusia | 1. Rasa yang khas, tekstur ayam yang lembut dan ukuran ayam yang besar (ayam tepung keprek dengan berat 200g/potong, ayam kalasan dan ayam goreng dengan berat 250g/potong).<br>2. Sambal bawang yang disajikan terpisah.<br>3. Perbedaan nama *brand* yaitu "keprek" sehingga mudah diingat oleh pelanggan.<br>4. Pelayanan yang cepat hanya membutuhkan waktu 3-5 menit untuk menyajikan makanan kepada pelanggan dan memberikan pelayanan yang ramah. | 1. Menerapkan bentuk pelayanan bantuan personal (*personal assistance*).<br>2. Menyediakan kontak *WhatsApp* Ibu Rahayu sebagai sarana jika ada pengaduan terhadap Warung Keprek'an Bu Yayu maupun untuk pemesanan.<br><br>**Channels**<br>1. Saluran *offline* yaitu Warung Keprek'an Bu Yayu.<br>2. Saluran *online* melalui mitra bisnis Warung Keprek'an Bu Yayu. | 1. Segmentasi demografis<br>Pelanggan dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 20,9% dan perempuan sebanyak 79,1%. Dengan usia remaja sebanyak 25% dan dewasa sebanyak 66,2%. Tingkat pendidikan terakhir SMA/sederajat sebanyak 75%. Dengan pekerjaan sebagai mahasiswa sebanyak 70,8% dan pendapatan rata-rata perbulan Rp 500.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 70,8%.<br>2. Segmentasi geografis<br>Pelanggan yang melakukan pembelian rata-rata berjarak < 1 km – 2 km dari lokasi Warung Keprek'an Bu Yayu.<br>3. Segmentasi psikografis<br>Gaya hidup pelanggan yang menyukai makanan kekinian dan cepat saji salah satunya yaitu ayam geprek. Para pelanggan juga cenderung menyukai menu ayam hal ini dapat dilihat dari persentase penjualan menu ayam di Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu sebesar 86,96%, sehingga pelanggan melakukan pembelian di Warung Keprek'an Bu Yayu rata-rata 1-2 kali dalam satu minggu. |
| **Cost Structure** | | | **Revenue Streams** | |
| 1. Biaya tetap sebesar Rp 8.343.981<br>Biaya penyusutan peralatan (Rp 8.326.482) dan biaya retribusi kebersihan (Rp 17.499).<br>2. Biaya variabel sebesar Rp 412.162.188<br>Biaya bahan baku (Rp 183.534.000), biaya bahan penolong (Rp 36.659.688), biaya bahan pelengkap (Rp 91.330.500), biaya tenaga kerja (Rp 78.000.000), biaya transportasi (Rp 2.808.000), biaya penggunaan listrik (Rp 9.100.000), dan biaya kemasan (Rp 10.730.000 | | | 1. Penerimaan sebesar Rp 478.686.00<br>1) Penjualan menu utama (Rp 413.946.000)<br>2) Penjualan menu indomie (Rp 9.360.000)<br>3) Penjualan minuman (Rp 55.380.000)<br>2. Keuntungan sebesar Rp 58.179.831 | |

Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC) Warung Keprek'an Bu Yayu
Sumber: Pengolahan data primer (2024)

**Kelayakan Usaha**

Kelayakan usaha merupakan sebuah kajian atau penelitian terkait layak atau tidaknya suatu usaha dijalankan dan menjadi langkah penting dalam proses penilaian bisnis. Kelayakan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu dapat dilihat pada Tabel 13.

Tabel 13. Kelayakan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu bulan Januari-Maret 2024

| Keterangan | Jumlah (Rp) |
|---|---|
| Total penerimaan | 478.686.000 |
| Total biaya | 420.506.169 |
| **RCR** | **1,14** |

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 13, kelayakan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu sebesar 1,14. Maka dapat disimpulkan bahwa usaha Warung Keprek'an Bu Yayu layak dijalankan karena RCR > 1. Artinya setiap Rp 1 yang dikeluarkan Warung Keprek'an Bu Yayu akan menghasilkan penerimaan sebesar Rp 1,14 atau keuntungan sebesar Rp 0,14.

## KESIMPULAN DAN SARAN

**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada Warung Keprek'an Bu Yayu ini, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Analisis *Business Model Canvas* yang diterapkan pada Warung Keprek'an Bu Yayu, yaitu.
   1) Blok segmentasi pelanggan (*costumer segment*) Warung Keprek'an Bu Yayu yaitu mayoritas pelanggan Warung Keprek'an Bu Yayu berjenis kelamin perempuan dengan usia dewasa, memiliki pekerjaan sebagai mahasiswa, jarak

tempat tinggal < 1 km – 2 km dari lokasi usaha, memiliki gaya hidup yang menyukai makanan kekinian sehingga melakukan pembelian rata-rata 1-2 kali seminggu.

2) Blok proporsi nilai (*value proposition*) yaitu rasa yang khas dan ukuran ayam yang besar, penggunaan sambal bawang yang disajikan terpisah, perbedaan nama *brand* yaitu "keprek", serta pelayanan yang cepat dan ramah.
3) Blok saluran (*channel*) yaitu saluran *offline* dan saluran *online*.
4) Blok hubungan pelanggan (*costumer relationship*) yaitu menerapkan bentuk pelayanan bantuan personal (*personal assistance*) serta menyediakan kontak *WhatsApp* Ibu Rahayu sebagai sarana jika ada pengaduan terhadap Warung Keprek'an Bu Yayu maupun untuk pemesanan.
5) Blok arus pendapatan (*revenue streams*) yaitu penerimaan dari menu utama sebesar Rp 413.946.000, menu indomie sebesar Rp 9.360.000, dan menu minuman sebesar Rp 55.380.000, dengan keuntungan sebesar Rp Rp 58.179.831 dan keuntungan sebesar Rp 19.393.277/bulan.
6) Blok sumberdaya utama (*key resources*) yaitu tempat usaha, modal produksi, dan tenaga kerja atau sumberdaya manusia.
7) Blok aktivitas kunci (*key activities*) yaitu memproduksi makanan dan minuman serta melakukan penjualan makanan dan minuman.
8) Blok kemitraan utama (*key partnership*) yaitu UD Borneo, dan UD Mutia sebagai pemasok bahan baku ayam, serta Grab, Gojek, Shopee, F-Jek sebagai mitra bisnis.
9) Blok struktur biaya (*cost structure*) yaitu biaya tetap yang terdiri dari biaya penyusutan peralatan sebesar Rp 8.326.482, dan biaya retribusi kebersihan sebesar Rp 17.499. Biaya variabel yaitu biaya bahan baku sebesar Rp 183.534.000, biaya bahan penolong sebesar Rp 36.659.688, biaya bahan pelengkap sebesar Rp 91.330.500, biaya tenaga kerja sebesar Rp 78.000.000, biaya transportasi sebesar Rp 2.808.000, biaya penggunaan listrik sebesar Rp 9.100.000, dan biaya kemasan sebesar Rp 10.730.000.

2. Kelayakan usaha Warung Keprek'an Bu Yayu pada periode bulan Januari Maret 2024 yaitu sebesar 1,14. Hal ini menunjukkan Warung Keprek'an Bu Yayu menguntungkan dan layak untuk dijalankan, karena RCR > 1.

**Saran**

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disarankan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk pemilik usaha sebaiknya membuat pembukuan sederhana agar dapat mencatat pengeluaran dan penerimaan atau hasil penjualan yang diterima setiap bulannya, atau bisa juga bagian kasir dilengkapi dengan mesin kasir sederhana seperti menggunakan *handphone* untuk merekam transaksi penjualan sehingga dapat membantu pemilik usaha merekap hasil penjualan setiap hari.
2. Untuk meningkatkan volume penjualan dan pangsa pasarnya, sebaiknya pemilik usaha melakukan promosi melalui media sosial seperti Instagram dan Tik Tok secara konsisten agar bisa lebih menarik minat pelanggan.
3. Karena sebagian besar konsumen Warung Keprek'an Bu Yayu adalah mahasiswa, maka untuk memudahkan para konsumen tersebut membayar pesanan, sebaiknya pemilik usaha bias menambahkan metode pembayaran non tunai menggunakan QRIS dynamic yaitu QRIS yang nominal pembeliannya secara otomatis tertera sesuai dengan total belanja konsumen sehingga lebih mudah dan cepat untuk melakukan pembayaran.

## DAFTAR PUSTAKA

Kasim, A.S. 2004. Petunjuk Menghitung Keuntungan dan Pendapatan Usahatani. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. Universitas Lambung Mangkurat. Banjarbaru.

Puspitasari, R., Fajeri, H., & Septiana, N. 2022. Analisis Finansial Usaha Kopi Hirang "eFGeen" di Kelurahan Komet Kota Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, *5(1): 4*.

Sepriyadi, M.I., Ayu W., Mimi S., & M. Alfayyadh F. 2023. Analisis *Business Model Canvas* (BMC) pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjungpinang. *INNOVATIVE: Journal of Social Science Research, 3(4): 2270-2281.*

Kusriyanti, T. 2020. Perancangan Strategi Bisnis dengan Metode *Business Model Canvas* pada Leora Design Interior & Furniture. *JMPIS, 1(2): 528-529*.