

# RANCANGAN PENGEMBANGAN BISNIS UNTUK USAHA PEMASOK PERLENGKAPAN HOTEL DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Vionny Novetta

Program Business Management, Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis dan Ekonomi  
Universitas Kristen Petra

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

e-mail: [vionny03@gmail.com](mailto:vionny03@gmail.com)

**Abstrak**—Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pengembangan usaha pemasok perlengkapan hotel yang dilakukan oleh UD Karunia Abadi, karena sejak bulan Maret 2020 penjualan mengalami penurunan dikarenakan oleh pandemik *covid-19*. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan metode wawancara semi-struktur. Hasil pembahasan penelitian ini adalah untuk membantu perkembangan bisnis dalam internal maupun eksternal dengan menggunakan metode *business model canvas*, yaitu perusahaan harus secepatnya merubah kegiatan perusahaan dengan menggunakan computer, *social media*, *website*.

**Kata Kunci:** *Business Model Canvas*, Model Bisnis, Matriks SWOT

## PENDAHULUAN

Dalam industri pariwisata khususnya di Bali adalah industri yang paling terdampak pandemi saat ini. Hal tersebut dikarenakan bahwa melayani pasar hotel maupun villa sangat beresiko karena tingkat permintaan yang sangat menurun. Jumlah wisman ke Provinsi Bali pada bulan Januari 2021 mengalami penurunan sebesar 93,33 persen dibandingkan dengan catatan bulan Desember 2020. Sedangkan pada Tingkat Penghunian Kamar (TPK) hotel berbintang di Bali pada bulan Januari 2021 tercatat sebesar 11,15 persen, turun sebesar 7,85 poin dibandingkan dengan TPK pada bulan Desember 2020 yang tercatat sebesar 19,00 persen. Penurunan TPK dialami oleh semua kelas hotel berbintang, dengan penurunan yang terdalam tercatat pada TPK Hotel Bintang 5 sebesar 14,04 poin. Sedangkan untuk Tingkat Penghunian Kamar non Bintang pada bulan Januari 2021 tercatat mencapai 6,70 persen, mengalami kenaikan sebesar 1,36 poin dibandingkan bulan Desember 2020 yang tercatat sebesar 5,34 persen. Sementara itu, rata-rata tamu pada hotel non bintang di bulan Januari 2021 tercatat sebesar 1.76 hari, naik 0,05 poin dibandingkan bulan Desember 2020. Terkait dengan anjuran pemerintah para wisatawan harus melakukan *social* dan *physical distancing* dalam rangka mencegah merebaknya wabah Covid-19, hal tersebut juga mengakibatkan menurunnya usaha akomodasi dan hotel pada tingkat yang cukup dalam.

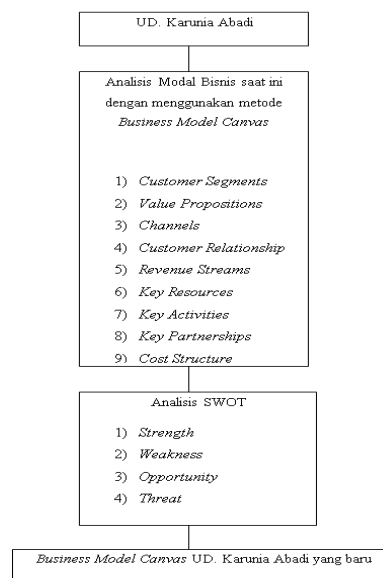
Salah satu perusahaan yang bergerak dalam usaha *supplier* hotel adalah UD Karunia Abadi, selama ini perusahaan mengalami kesulitan untuk berkembang dan

masih belum maksimal. Hal tersebut dapat dilihat dari pemasaran produk hanya dilakukan di wilayah Denpasar saja meskipun banyak teknologi yang mendukung dalam kegiatan pemasaran maupun operasional. Masalah lain yang dihadapi oleh UD Karunia Abadi yaitu memiliki ancaman dari kompetitor dengan harga yang lebih murah dengan kualitas produk yang baik. Masalah pemasaran selama ini terbatas hanya dengan cara manual. Secara geografis, pemasaran produk juga fokus hanya pada hotel di Bali.

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), *Business Model Canvas* (BMC) dapat digunakan untuk mendeskripsikan dan mengubah model bisnis yang lama dengan praktis sebagai alat untuk mengembangkan bisnis. Dalam buku Osterwalder dan Pigneur (2010, p.17), disajikan dalam suatu kanvas yang terdiri dari Sembilan elemen yang saling berkaitan satu dengan yang lain yaitu, *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structures*.

### Tujuan penelitian:

Kerangka berpikir yang melandasi penelitian yang dilakukan terhadap UD Karunia Abadi digambarkan melalui gambar dibawah ini:



Gambar Error! No text of specified style in document..1  
Kerangka Berpikir

Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2010), diolah oleh  
peneliti

## METODE PENELITIAN

### Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan merupakan metode penelitian kualitatif, Menurut Sugiyono (2016), penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang digunakan peneliti pada kondisi obyek secara alamiah, dimana peneliti sebagai instrument kunci.

### Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan untuk pemilihan narasumber adalah *purposive sampling*. Dimana peneliti akan melakukan wawancara dengan beberapa narasumber yang dianggap memiliki pengetahuan yang paling lengkap dan akurat mengenai situasi, kondisi, dan seluk beluk perusahaan UD. Karunia Abadi. Para informan tersebut antara lain:

1. Informan pertama, Pemilik UD. Karunia Abadi yaitu bapak Hartono.
2. Informan kedua, Karyawan dalam bidang operasional UD. Karunia Abadi.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Rangkuman analisa *business model canvas* UD Karunia Abadi saat ini:

### Customer Segment

UD Karunia Abadi menetapkan target pasar yaitu hanya diberbagai jenis penginapan di Bali seperti hotel, villa, dan bahkan *travel agent*. Adapun perbedaan produk dari UD Karunia Abadi ditekankan pada material bahan baku yang digunakan untuk pembuatan produk. Kualitas material bahan baku juga didasarkan pada permintaan konsumen. Perusahaan mendapatkan konsumen baru melalui asosiasi *group purchasing* yang terdiri dari *purchasing staff* dari beragam hotel hingga villa yang berada di Bali dimana asosiasi tersebut akan rutin membantu maupun memesan produk ke setiap *supplier*. Setelah itu perusahaan akan melakukan *follow up* terhadap para pelanggan dalam pemesanan produk hingga para pelanggan yang ingin melihat produk dan berdiskusi tentang harga produk tersebut.

### Value Proposition

Perusahaan memiliki varian produk yaitu berpak kayu dan *bamboo* yang sedang berkembang di Indonesia. Selain itu perusahaan juga menawarkan suatu *value* kepada konsumen yaitu kecepatan dan *service* atau pelayanan. Dengan itu perusahaan juga cepat dalam merespon kritikan hingga *complain* dari pihak pelanggan-pelanggannya. UD Karunia Abadi juga selalu memberikan kemudahan untuk pelanggan dalam mendapatkan suatu produk yang akan digunakan dalam setiap kamar hotel dan villa. Perusahaan juga memberikan kemudahan untuk melayani *delivery*.

### Channels

3. Informan ketiga, Klien hotel yang bekerja pada bidang *purchasing*.

### Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan yang akan digunakan peneliti adalah dengan menggunakan metode wawancara. Menurut Sugiyono dan Esterberg (dalam Sugiyono, 2016) wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu. Metode wawancara yang dilakukan oleh peneliti adalah semi terstruktur, dimana pihak yang diajak wawancara diminta pendapat, dan ide-idenya. Dengan demikian, hasil wawancara dapat diperoleh dengan lengkap dan mendalam.

### Keabsahan Data

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode triangulasi. Menurut Ibrahim (2015), triangulasi data adalah salah satu teknik pemeriksaan keabsahan data yang dilakukan dengan cara membandingkan data yang diperoleh dari masing-masing narasumber.

UD Karunia Abadi memasarkan produk kepada pelanggan dengan cara *follow up* dan menghampiri para *klien* ke hotel-hotel hingga villa untuk membawa contoh produk yang dijual. Sedangkan dalam *media social* perusahaan hanya menggunakan *e-mail* untuk membantu berkomunikasi pihak perusahaan dengan para pelanggan. UD Karunia Abadi juga memiliki perjanjian kerjasama terhadap pelanggan-pelanggan lainnya agar tidak memiliki permasalahan antar pekerjaan. Perusahaan melakukan penjualan produk dengan cara mengandalkan suatu *group asosiasi* dari pihak hotel-hotel sehingga mempermudah perusahaan dalam mendapatkan konsumen baru. Setelah mendapatkan konsumen baru perusahaan akan diminta untuk mengirimkan atau menunjukkan suatu produk yang diperlukan oleh pihak pelanggan. Setiap produk yang dimiliki oleh perusahaan memiliki kualitas yang berbeda-beda karena kualitas tersebut hanya melalui permintaan para pelanggan. Perusahaan bisa menyesuaikan kualitas produk permintaan para pelanggan dengan baik demi kenyamanan para pelanggan.

### Customer Relationship

Hubungan antara perusahaan dengan pelanggan selama ini masih terjalin baik. Perusahaan melakukan *follow up* terhadap pelanggan dengan cara mengunjungi para pelanggan dan dengan cara *sales call*. Perusahaan untuk meningkatkan personalisasi terhadap pelanggan dengan cara *professional* dalam pengertian bahwa selain membahas pekerjaan dapat membahas hal lain. Yang membedakan ikatan hubungan para perusahaan UD Karunia Abadi dengan para pesaing dengan cara pemilik masih melakukan iktikat baik yaitu datang ke tempat pelanggan satu demi satu untuk menjaga hubungan perusahaan dengan para konsumen. Tidak semua pengusaha jaman sekarang yang masih melakukan hal tersebut dengan pelanggan lainnya.

Tabel 4.2 *Business Model Canvas* saat ini

<p><b><u>Key Partnership</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Reduction of risk dan uncertainly:</i> Membantu mengurangi resiko dalam lingkungan kompetitif yang dapat membentuk aliansi strategis dalam satu area sambil tetap bersaing di area lainnya seperti: <i>Travel agent, Hotel, dan Villa.</i></li> </ul>	<p><b><u>Key Activities</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Production:</i> Aktivitas yang terkait yaitu menjual produk hotel dan mengirim produk kepada pelanggan</li> </ul>	<p><b><u>Value Proposition</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Newness:</i> Memiliki produk baru yang berbau <i>bamboo</i></li> <li>• <i>Price:</i> Disbanding dengan pesaing produk perusahaan memiliki harga terjangkau</li> </ul>	<p><b><u>Customer Relationship</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selama ini masih sangat mengandalkan <i>personal assistance:</i> pegawai yang melayani secara langsung.</li> <li>• Menerima kritikan maupun complain dari pelanggan</li> </ul>	<p><b><u>Customer Segment</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Selama ini perusahaan lebih fokus melayani konsumen B2B bukan konsumen <i>retail</i> secara langsung.</li> <li>• <i>Customer segment</i> UD Karunia Abadi merupakan segmen B2B yang dilayani merupakan wilayah Denpasar saja.</li> </ul>
<p><b><u>Cost Structure</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Fixed Cost:</i> Biaya operasional seperti gaji, membeli bahan-bahan, pajak, listrik, air, telpon, <i>wifi</i></li> </ul>		<p><b><u>Revenue Stream</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Recurring revenues:</i> Pendapatan atau pemasukan berasal dari hasil penjualan produk yang ditawarkan satu kali atau pembelian produk ditawarkan secara langsung.</li> </ul>		

***Revenue Streams***

Pendapatan perusahaan UD Karunia Abadi selama ini termasuk rutin dan tidak memiliki kendala apapun. Perusahaan mendapatkan penghasilan melalui hasil penjualan produk menerapkan, *good service*. UD Karunia Abadi menggunakan peluang untuk mengikuti perkembangan jaman sehingga tidak ketinggalan *update* produk.

***Key Resources***

Perusahaan selama ini sangat mudah untuk ditiru oleh para pesaing lainnya. UD Karunia Abadi memiliki *value proposition* yang ditawarkan melalui kenyamanan dan kegunaan produk yang dimiliki oleh perusahaan karena produk yang dijual sangatlah umum bagi kalangan hotel maupun villa. Sehingga produk yang digunakan oleh perusahaan sangat mudah ditiru oleh para pesaing lainnya dan juga perusahaan masih memiliki peluang untuk menggunakan sumber daya lain yang bisa membantu menjalankan bisnis tersebut dengan baik dengan cara menjaga kualitas produk agar dapat menguntungkan perusahaan.

***Key Activities***

UD Karunia Abadi melakukan aktivitas berupa penyediaan jasa. Perusahaan merasakan aktivitas terganggu selama pandemic dikarenakan aktivitas pariwisata diberhentikan untuk sementara selama pandemic covid -19.

***Key Partnership***

UD Karunia Abadi menjalin hubungan baik dengan pihak lain dengan cara membahas kekeluargaan meskipun tujuan pertama tetap berhubungan dengan pekerjaan. Perusahaan bisa saja kehilangan *partner* kerja yang dikarenakan *like* Perusahaan harus memikirkan penjualan produk selain produk *amenities* saja, melainkan menjual

maupun *dislike* seperti dalam pihak hotel pasti memiliki pergantian pemimpin yang berdampak kepada pelanggan mereka sendiri yang dalam pengertian bahwa pemimpin tersebut bisa saja membawa anggota lain untuk mejadi *partner* baru bagi hotel tersebut.

***Cost Structure***

Biaya-biaya yang perusahaan keluarkan merupakan gaji karyawan, membeli bahan-bahan seperti kertas maupun kain, dan lain sebagainya, membayar Borongan seperti orang lain yang bekerja untuk menyiapkan produk-produk perusahaan, dan biaya diluar dugaan. UD Karunia Abadi memberikan kesempatan dalam membayar via kredit kepada para pelanggan agar tidak terlalu berpindah kepada pesiang lain.

Rangkuman analisa SWOT setiap elemen *business model canvas*:

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010), analisis SWOT memberikan empat perspektif untuk menilai elemen-elemen suatu model bisnis, sedangkan Kanvas Model Bisnis memberikan fokus yang diperlukan untuk sebuah diskusi yang terstruktur. Analisis ini biasa digunakan untuk menganalisis kekuatan dan kelemahan suatu organisasi dan mengenali potensi peluang dan ancaman. SWOT ini memiliki cara efektif untuk melakukannya adalah dengan mengkobinasikan Analisa tentang *strenghs, weakness, opportunity, threats* Berikut ini adalah penjelasannya:

1. Membuat suatu produk baru dan harga terjangkau untuk dijual dan menambah banyaknya kerjasama dengan berbagai pemasok produk. produk lain seperti masker, *tissue* basah, alkohol, *hand gloves* yang dapat bermanfaat di era

sekarang ini. Karena barang tersebut sudah termasuk kebutuhan sehari-hari yang akan digunakan. Hal tersebut juga perusahaan juga mempertimbangkan harga yang terjangkau untuk dijual dikalangan masyarakat hingga para pelanggan UD Karunia Abadi. Untuk memproduksi barang tersebut perusahaan juga harus banyak bekerjasama dengan pabrik, distributor agar mempermudah untuk mendapatkan produk yang diperlukan seperti bahan baku yang akan digunakan untuk memproduksi barang tersebut.

2. Mempermudah pelanggan untuk memberikan PO kepada perusahaan melalui *social media* agar tidak mempersulit pemilik untuk menerima pesanan

Dengan menggunakan *social media* perusahaan dapat mengurangi waktu untuk bertemu dengan para pelanggan yang hanya memberikan PO kepada pemilik. Dengan bantuan *social media* maupun *website* para pelanggan dapat mempermudah untuk menghubungi perusahaan untuk membeli produk yang dibutuhkan.

3. Meningkatkan suatu pelayanan maupun dalam memproduksi barang dengan lebih baik agar hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi lebih baik

Perusahaan harus meningkatkan pelayanan maupun produksi yang dilakukan oleh UD Karunia Abadi agar menjadi lebih baik. Memperhatikan ketelitian terhadap produk yang dibutuhkan oleh para pelanggan. Perusahaan juga harus lebih tegas kepada para karyawan agar tetap teliti dalam pengiriman barang maupun menyiapkan barang yang dibutuhkan para pelanggan. Hal tersebut juga dapat memper erat hubungan perusahaan dengan para pelanggan dengan kepercayaan dari para pelanggan kepada UD Karunia Abadi.

4. Melakukan suatu kegiatan pemasaran melalui *social media* hingga menggunakan *website*.

UD Karunia Abadi sudah berdiri lebih dari 20 tahun tetapi kegiatan pemasaran yang dilakukan masih mengandalkan promosi dari group asosiasi *purchasing*. Hal ini akan lebih baik jika perusahaan melakukan kegiatan promosi usahanya dengan cara menggunakan *social media* dan *website* agar dapat menjangkau konsumen baru dan memberikan informasi mengenai produk yang dijual.

5. Menggunakan komputer untuk sistem informasi manajemen hingga *design*

Menggunakan computer sebagai sistem informasi manajemen yang berintegrasi seperti membuat *invoice* pengiriman, menghitung *stock* barang, keuangan, dan informasi penting lainnya dapat membantu perusahaan untuk beroperasi menjadi lebih efisien dan efektif. Hal tersebut juga dapat meminimalisir kerugian dan dapat membantu untuk mengambil keputusan dengan cepat. Tidak hanya itu, adanya komputer sebagai sistem

informasi dapat mempermudah pemilik yang nantinya akan membuka cabang baru

6. Menambah *platform/network* agar lebih optimal  
Selama ini UD Karunia Abadi hanya bergantung pada pendapatan dari pembelian produk oleh para pelanggan hotel dan villa saja, apalagi dalam kondisi pandemic *Covid19* ini. Setidaknya perusahaan melakukan kerjasama dengan *platform* lainnya seperti *Tokopedia*, *Shopee*, *Bukalapak*, dan lain sebagainya untuk membantu pendapatan UD Karunia Abadi agar tidak terlalu bergantung hanya untuk kalangan pariwisata saja.
7. Melakukan pengurangan biaya sumbangan agar pengeluaran tidak menjadi besar  
Perusahaan harus lebih tegas dalam mengeluarkan biaya untuk sumbangan kepada para pelanggan. Hal ini masih sering terjadi ketika para pelanggan meminta *sponsor* maupun sumbangan dalam mengadakan suatu *event*. Hal tersebut tidak tercantum dalam suatu kontrak antara perusahaan dengan para pelanggan yang sudah di setujui oleh para pelanggan dengan UD Karunia Abadi.
8. Mempertahankan kualitas produk maupun harga agar perpindahan ke pesaing tinggi  
Perusahaan harus menetapkan kualitas produk yang dimiliki agar tingkat perpindahan pelanggan dengan para pesaing tidak tinggi. Perusahaan juga harus menetapkan harga yang terjangkau sehingga para pelanggan masih dapat menjangkau UD Karunia Abadi menjadi tempat yang memiliki produk dengan kualitas dan harga yang baik.
9. Memperhatikan harga produk dengan harga bahan baku agar tidak terlalu mahal  
Perusahaan harus selalu *terupdate* dengan harga-harga bahan baku yang setiap tahunnya pasti memiliki kenaikan. Hal tersebut juga akan berdampak dengan penjualan produk *amenities* maupun produk lainnya.

Rangkuman analisa *business model canvas* baru UD Karunia Abadi:

#### **Customer Segment**

Perusahaan UD Karunia Abadi memiliki peluang untuk mengembangkan perusahaan dengan melayani pelanggan diluar wilayah Denpasar. Perusahaan juga memiliki kesempatan dalam membuka cabang diluar daerah Denpasar agar dapat menjangkau para pelanggan seluruh Indonesia.

#### **Value Proposition**

Perusahaan baru memproduksi produk baru yaitu produk berbahan dari *bamboo* atau kayu. Produk tersebut masih sangat kecil digunakan diberbagai hotel dan villa. Selain itu perusahaan pelan-pelan akan merubah penggunaan plastic dengan menggunakan produk *eco green*. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan nilai proposisi perusahaan. Meningkatkan suatu variasi produk dengan menjual keperluan sehari-hari seperti *hand sanitaizer*, masker, *tissue basah*, alkohol, dan lain sebagainya. UD Karunia Abadi selalu membuat penampilan *packaging* yang sesuai dengan keinginan dan

logo dari para pelanggan. Sebelum mendapatkan *invoice* pemesanan produk. UD Karunia Abadi membuat *sample* produk untuk para pelanggan apakah sudah sesuai dengan selera atau keinginan para pelanggan. Hal tersebut sangatlah penting dalam sebelum melakukan *step* membuat **Channels**

Dalam meningkatkan suatu kesadaran pelanggan, UD Karunia Abadi dapat meningkatkan promosi dengan cara menggunakan *website* hingga menggunakan *social media* dan dapat bekerjasama dengan *Tokopedia*, *Shopee*, dan lain sebagainya. Mengapa sangat penting untuk bergabung dengan *platform* tersebut, dikarenakan bahwa semakin banyak perusahaan bekerjasama dengan berbagai *platform* maka akan mempermudah para pelanggan dapat menjangkau produk-produk yang dimiliki oleh perusahaan. Selama ini perusahaan hanya mengandalkan kartu nama dan *group asosiasi* dari *purchasing* hotel maupun villa. Hal tersebut masih sangat kurang efektif untuk menjangkau pelanggan baru. Menggunakan computer untuk sistem informasi manajemen hingga *design*. Dalam melakukan suatu pembayaran perusahaan memiliki dua metode pembayaran yaitu dengan cara *cash* ataupun secara *credit*.

produk. Perusahaan memberikan harga rendah dengan kualitas terjangkau, menjaga harga produk yang dijual agar tidak terlalu mahal dan sebisa mungkin harga tidak melebihi pesaing.

Selama ini banyak pelanggan melakukan pembayaran dengan *credit* yaitu pembayaran yang dilakukan setelah 30 hari produk diterima. Perusahaan memberikan keringanan kepada semua pelanggan dalam pengiriman produk yang telah dipesan. Maka dari itu UD Karunia Abadi memiliki divisi kurir untuk mengirimkan setiap pemesanan pelanggan ketujuan hotel maupun villa masing-masing.

**Customer Relationship**

Perusahaan selalu menjaga dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan. UD Karunia Abadi selalu memberikan *free* produk baru. Seperti sekarang hotel mulai membutuhkan masker untuk karyawan maupun pelanggan hotel maupun villa dan jarang perusahaan lain memberikan *free* masker untuk hotel maupun villa. Dengan begitu pelanggan merasa sulit untuk berpaling ke pesaing lainnya. Perusahaan dapat meningkatkan hubungan kerjasama dengan mitra lainnya.

Tabel 5.3 Business Model Canvas Baru

<p><b>Key Partnership</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Reduction of risk dan uncertainty: Perusahaan memiliki hubungan kerjasama dengan pihak travel agent, Hotel, dan Villa.</li> <li>Menambah platform/network agar lebih optimal.</li> </ul>	<p><b>Key Activities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Production: Aktivitas yang terkait yaitu menjual produk hotel dan mengirim produk kepada pelanggan</li> <li>Menggunakan computer untuk sistem informasi manajemen hingga design.</li> </ul> <p><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Human: Perusahaan masih menggunakan sumber daya manusia seperti karyawan.</li> <li>Meningkatkan suatu pelayanan maupun dalam memproduksi barang dengan lebih baik agar hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi lebih baik</li> </ul>	<p><b>Value Proposition</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Newness: Memiliki produk baru yang berbau bamboo</li> <li>Price: disbanding dengan pesaing produk perusahaan memiliki harga terjangkau</li> <li>Membuat suatu produk baru dan harga terjangkau untuk dijual dan menambah banyaknya kerjasama dengan berbagai pemasok produk.</li> <li>Mempertahankan kualitas produk maupun harga agar perpindahan ke pesaing tinggi</li> </ul>	<p><b>Customer Relationship</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Selama ini masih sangat mengandalkan personal assistance: pegawai yang melayani secara langsung.</li> <li>Menerima kritikan maupun complain dari pelanggan</li> </ul> <p><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>After Sales: Berkunjungan ke hotel, villa, dan menggunakan e-mail.</li> <li>Melakukan suatu kegiatan pemasaran melalui social media hingga menggunakan website.</li> <li>Mempermudah pelanggan untuk memberikan PO kepada perusahaan melalui social media agar tidak mempersulit pemilik untuk menerima pesanan</li> </ul>	<p><b>Customer Segment</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Selama ini perusahaan lebih fokus melayani konsumen B2B bukan konsumen retail secara langsung.</li> <li>Customer segment UD Karunia Abadi merupakan segmen B2B yang dilayani merupakan wilayah Denpasar saja.</li> </ul>
<p><b>Cost Structure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fixed Cost: Biaya operasional seperti gaji, membeli bahan-bahan, pajak, listrik, air, telpon, wifi</li> <li>Melakukan pengurangan biaya sumbangan agar pengeluaran tidak menjadi besar</li> </ul>		<p><b>Revenue Stream</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Recurring revenues: Pendapatan atau pemasukan berasal dari hasil penjualan produk yang ditawarkan satu kali atau pembelian produk ditawarkan secara langsung.</li> </ul>		

**Revenue Streams**

Sumber pendapatan UD Karunia Abadi hanya bergantung pada satu aliran pendapatan yaitu penjualan produk amenities hotel. Perusahaan seharusnya tidak hanya bergantung pada penjualan produk tersebut saja, tetapi lebih baik menjual produk-produk yang masih belum menjangkau banyak pelanggan yang digunakan.

**Key Resources**

Perusahaan memiliki fasilitas untuk mengirim barang yaitu mobil box agar produk dapat sampai ditujuan dengan baik

dan tidak terjadi kerusakan. Kemudian biaya bahan bakar, pengiriman sudah termasuk dalam ongkos delivery. Perusahaan masih membutuhkan lebih banyak orang untuk jasa packaging dan delivery produk. Agar dapat memaksimalkan hasil kerja dengan pelayanan yang cepat. Mempertahankan suatu peraturan dalam perusahaan agar tingkat pergantian karyawan lama dan baru menjadi sangat tinggi. Dalam menerapkan kebutuhan di dalam business model canvas baru UD Karunia Abadi dapat melakukan secara credit dan cash.

### Key Activities

Perusahaan melakukan aktivitas yaitu membuat produk, *re-pack* produk ke dalam *packaging* yang sudah disiapkan untuk setiap pelanggan. Selain itu perusahaan juga harus memiliki jasa *delivery* untuk jasa pengiriman produk ke tempat hotel dan villa seluruh wilayah Denpasar maupun seluruh Indonesia. Membuat merk produk yang dijual dengan banyaknya kerjasama dengan berbagai pemasok produk.

### Key Partnership

Perusahaan dapat mencari beberapa pabrik tambahan agar tidak hanya bergantung pada satu pabrik, tetapi semakin banyak *partner* pabrik maka perusahaan akan semakin mendapatkan kualitas bahan baku lebih baik lagi. Menambah *platform/network* agar lebih optimal.

### Cost Structure

Biaya yang perlu diperhatikan oleh UD Karunia Abadi yaitu:

1. Biaya bahan bakar kendaraan untuk pengantar barang.
2. Kenaikan listrik karena menggunakan peralatan yang cukup besar.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan analisis dari pembahasan, dapat disimpulkan bahwa UD Karunia Abadi:

1. Perusahaan masih melakukan pemasaran secara manual seperti berkunjung ke hotel maupun villa. Perusahaan juga masih mengandalkan *personal assistance* yaitu pegawai yang melayani secara langsung. Hal tersebut dilakukan agar dapat mengetahui *complain* maupun kritikan dari para pelanggan. Perusahaan sudah mengikuti produk dengan menggunakan bahan *eco green* dan memiliki harga yang terjangkau untuk para pelanggan. Selama ini kerjasama yang dilakukan oleh UD Karunia Abadi hanya dikalangan hotel dan villa saja. Perusahaan hanya fokus melayani B2B bukan konsumen retail secara langsung sehingga *customer segment* UD Karunia Abadi merupakan segmen B2B yang dilayani merupakan wilayah Denpasar saja.
2. Perusahaan akan melakukan suatu kegiatan pemasaran melalui *social media* hingga menggunakan *website*. Hal tersebut akan mempermudah perusahaan mendapatkan PO dari para pelanggan. Perusahaan juga akan merubah sistem informasi yang dimiliki oleh perusahaan yang sebelumnya dilakukan secara manual akan menggunakan computer agar mempermudah pemilik untuk memantau kegiatan perusahaan dan pengecekan *stock* gudang. UD Karunia Abadi akan melakukan variasi produk dengan menjual produk kebutuhan sehari-hari seperti *hand sanitizer*, *masker*, *akohol* dan lain sebagainya yang merupakan keperluan saat pandemic ini. Perusahaan juga harus mengatur harga produk tersebut agar dapat menjangkau para pelanggan untuk membeli produk dari UD Karunia Abadi. Perusahaan juga harus menambah kerjasama dengan *platform* lainnya agar dapat membantu pelanggan dari luar Denpasar untuk membeli produk perusahaan.

### Saran

Dari hasil Analisa menggunakan metode *business model canvas* dan matriks SWOT, maka saran dari peneliti yaitu:

1. Melakukan pemasaran dengan menggunakan *social media* dan *website* agar mempermudah pelanggan untuk pemesanan produk dengan UD Karunia Abadi. Perusahaan juga harus meningkatkan variasi maupun inovasi terhadap produk agar tingkat perpindahan pelanggan ke pesaing menurun.
2. Perusahaan juga harus memperbaiki sistem informasi lainnya seperti dalam operasional yaitu menggunakan komputer untuk mempermudah dalam pengecekan bahan dalam gudang. Jika perusahaan membuka cabang baru maka akan mempermudah UD Karunia Abadi dalam menggunakan sistem tersebut di cabang selanjutnya.

## DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Bali: *Perkembangan Pariwisata Provinsi Bali Januari 2021*. (2021, Maret 03). <https://klungkungkab.bps.go.id/pressrelease/2021/03/03/717304/perkembangan-pariwisata-provinsi-bali-januari-2021.html>
- David, F. R. (2009). *Manajemen strategis: Konsep*. Jakarta: Salemba Empat
- Foss, N. J., & Saebi, T. (2017). Fifteen Years of Reasearch on Business Model Inovation: How far Have We Come, and Where Should We Go?. *Journal of Management*, 43(1), 200–227.
- Ibrahim, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. ALFABETA.
- Muchtar, A. F. (2010). *Strategi Memenangkan Persaingan Usaha dengan Menyusun Business Plan*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Royan, F. M. (2014). *Bisnis model kanvas distributor: Memetakan kinerja optimal distributor dan 30 kesalahan yang dilakukan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sawarno, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sort, J. C., & Nielsen, C. (2018). Using The Business Model Canvas to Improve Investment Processes. *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, 20(1), 10–33.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tim PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas*. Jakarta: PPM.
- Zott, C., & Amit, R. (2013). The Business Model: A Theoretically Anchored Robust Construct for Strategic Analysis. *Strategy Organization*, 11(4), 403–411.
- Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Development and Future Research. *Journal of Management*, 37(4), 1019–1042.

