

PERANCANGAN MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS PADA LOSMEN CINDERELLA DI SAMPIT

Angelica Santoso

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomi,
Universitas Kristen Petra Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236

E-mail: angelicaasantosoo@gmail.com;

Abstrak— Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui model bisnis Losmen Cinderella di Sampit. Model bisnis yang digunakan adalah dengan melakukan analisis terhadap *business model canvas* (BMC) dan membuat BMC yang lebih baik pada Losmen Cinderella. Analisis akan dilakukan pada 9 elemen BMC yang terdiri dari *Customer Segment, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure*. Hasil penelitian ini dapat diterapkan oleh Losmen Cinderella untuk meningkatkan target pasar dan meningkatkan citra perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Pengumpulan data yang dilakukan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Hasil penelitian dari identifikasi BMC yang baru menunjukkan gambaran masa depan perusahaan mengenai 9 elemen dari BMC.

Kata Kunci : Model Bisnis, *Business Model Canvas* (BMC), SWOT

PENDAHULUAN

Kewirausahaan merupakan sebuah bentuk kegiatan usaha yang dijalankan oleh seseorang dengan cara mengembangkan dan memanfaatkan ide, keterampilan serta inovasi guna mewujudkan visi misi dalam pengembangan sebuah perusahaan. Saat ini, orang yang melakukan kegiatan kewirausahaan disebut juga dengan istilah *entrepreneur*. Dalam perjalanan aktivitas bisnis, hal yang penting agar bisnis terus berkembang adalah melakukan inovasi. Bagi pemilik bisnis, sebuah inovasi mampu menciptakan kegiatan yang berdampak baik dalam bekerja. Sedangkan dampak yang diterima konsumen, inovasi bisnis mampu memberikan kepuasan kepada konsumen.

Banyak orang meyakini bahwa Kalimantan merupakan wilayah dengan tingkat peluang bisnis yang tinggi terutama di Sampit, Kalimantan Tengah. Sampit merupakan kota kecil dengan penduduk yang tidak terlalu padat. Mayoritas pekerjaan penduduk di Sampit adalah sebagai karyawan, pegawai kantor, dan pedagang. Namun bagi individu yang memiliki modal lebih, seringkali memilih bisnis dalam bidang

kelapa sawit, pertoko-an, rumah burung wallet, ruko, dan juga tempat penginapan. Hal ini karena kota Sampit memiliki tempat penginapan dengan jumlah yang sedikit, oleh karena itu beberapa pengusaha mendirikan dan mengembangkan bisnis di Sampit terutama yang bergerak pada sektor penginapan. Salah satu bisnis penginapan yang ada di Sampit yang cukup terkenal adalah Losmen Cinderella.

Losmen Cinderella merupakan bisnis keluarga yang didirikan pada tahun 2004 dan bergerak di sektor penginapan. Pemilihan nama “losmen cinderella” digunakan sebagai pertimbangan oleh pemilik bisnis, karena penginapan ini dikhususkan hanya untuk pengunjung laki-laki saja dengan menyediakan 40 unit kamar, hal ini dinilai sebagai antisipasi untuk mencegah adanya tindakan yang tidak sewajarnya demi kepentingan nama baik perusahaan.

Sebagai pelaku usaha, penting untuk dapat memahami bisnis yang sedang dijalankan. Konsep bisnis model kanvas yang ditemukan oleh Osterwalder dan Pigneur (2013) adalah salah satu model strategi bisnis yang perlu dipertimbangkan para pelaku bisnis saat ini. Hal ini karena, model bisnis kanvas milik Osterwalder dan Pigneur ini mencakup elemen-elemen penting mulai *value propositions, customer segments, hubungan pelanggan customer relationships, saluran channels, revenue streams, key resources, aktivitas utama key activities, key partnership, serta cost structure*.

Elemen Customer Segments atau segmen pelanggan adalah pihak yang menggunakan jasa/produk dari organisasi dan mereka yang berkontribusi dalam memberikan penghasilan bagi organisasi. Dalam hal ini yang menjadi segmen pelanggan dari Losmen Cinderella adalah *sales man* atau orang yang berasal dari luar pulau yang memiliki urusan bisnis di Kalimantan.

Elemen yang kedua adalah *key partnership*. Elemen ini menjelaskan bahwa dalam menjalankan bisnis, perusahaan melakukan sebuah kesepakatan kerja sama dengan pihak lain yang sifatnya sukarela dengan tujuan menguntungkan kedua belah pihak, yang dapat meminimalisir pengeluaran. *Sales man* yang menginap di losmen Cinderella juga merupakan *Key partnership* karena aktivitas membeli barang dari bisnis lain pemilik penginapan. Selain itu juga beberapa

agen travel yang dalam menjalankan bisnisnya selalu merekomendasikan losmen Cinderella sebagai rujukan untuk menginap kepada pendatang.

Sepanjang perjalanannya, bisnis penginapan ini pernah mengalami penurunan namun tidak pernah sampai mengalami kekosongan tamu. Ketika pandemi sempat mengalami penurunan yang drastis yakni 2 tamu saja dan tamu tersebut merupakan tamu yang membayar jasa penginapan dengan hitungan bulanan.

Elemen ketiga yang diterapkan oleh Losmen Cinderella adalah *Key Activities*. Elemen ini menjelaskan bagaimana kegiatan utama sebuah bisnis yang adalah penunjang keberhasilan suatu model bisnis dalam menerapkan *value propositions* perusahaan bagi pelanggan. *Key activities* yang dijalankan pemilik bisnis ini adalah bagaimana membuat pelanggan merasa nyaman dan puas terhadap jasa menginap dengan mengutamakan pelayanan yang terbaik dan kepuasan bagi pelanggan. Sekarang penginapan ini merupakan penginapan dengan harga termurah di kota Sampit dan merupakan tujuan penginapan untuk tamu yang ingin menghemat biaya untuk bermalam. Hal ini merupakan elemen *value propositions* yang diberikan pemilik bisnis losmen Cinderella kepada pelanggannya. *Value propositions* yang dimaksudkan adalah sebuah nilai, ciri khas, atau keunikan yang merupakan penentu mengapa seseorang harus memilih produk atau jasa tersebut. Pemilik bisnis juga menerapkan elemen *key resources* dalam bisnisnya, yang dimaksud *key resources* adalah aset-aset penting didalam perusahaan yang menentukan berhasil atau tidaknya sebuah model bisnis, yakni dalam losmen Cinderella adalah pemilik bisnis, karyawan dan fasilitas didalam losmen.

Selain itu, elemen *channel*. Elemen ini proses komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan segmennya untuk menyampaikan elemen *value proposition*-nya. Dalam bisnis losmen Cinderella, elemen *channel* ini digunakan untuk menjangkau pasarnya, losmen Cinderella melakukan kerjasama dengan travel agent dan saluran radio dalam bentuk iklan. Agar hubungan baik selalu terjaga dengan baik, pemilik losmen Cinderella menerapkan elemen *Customer relations* dalam *business model canvas*. *Customer relations* adalah sebuah relasi baik yang dijaga antara losmen Cinderella dengan pelanggannya, hal ini dilakukan dengan tujuan agar bisa mempertahankan pelanggan lama dan mendapatkan pelanggan baru. Hal yang dilakukan oleh losmen cinderella adalah dengan cara selalu menjaga hubungan yang baik dengan pelanggan setia atau pelanggan lama dengan tujuan agar pelanggan lama merasa nyaman dengan mendapatkan pengalaman yang baik terhadap losmen cinderella sehingga pelanggan lama tersebut mengajak kerabatnya yang lain untuk menginap di penginapan cinderella.

Penginapan Cinderella memperoleh profit dari setiap customer segment melalui jasa penyewaan sepeda motor dan mobil. Struktur biaya dipengaruhi oleh strategi perusahaan yang dipilih, apakah mengutamakan biaya rendah atau mengutamakan manfaat istimewa. Pada elemen ini, Penginapan Losmen Cinderella mengutamakan biaya yang rendah dengan kualitas pelayanan yang maksimal.

Melihat dari latar belakang tersebut, nampaknya Losmen Cinderella telah menerapkan setiap elemen bisnis model kanvas dengan baik. Akan tetapi, agar bisnis dapat bertahan dan berkembang tentunya diperlukan inovasi oleh

pelaku bisnis Losmen Cinderella. Dengan menggunakan bisnis model kanvas, pelaku bisnis tidak hanya berfokus kepada bagaimana memasarkan produk saja namun, dengan menggunakan model bisnis ini juga secara menyeluruh memperhatikan kesembilan elemen untuk membangun bisnis tersebut. Hal ini tentunya akan mempermudah pemilik usaha untuk menentukan strategi bisnis seperti apa yang harus dilakukan untuk kedepannya dapat mengembangkan bisnis tersebut.

Dengan menggunakan model bisnis ini, maka dengan mudah pelaku usaha dapat menentukan arah tujuan yang akan dilakukan untuk membentuk strategi baru. Dalam penelitian ini, metode *Business Model Canvas* adalah model bisnis yang dinilai sangat mampu memberikan manfaat dalam mendefinisikan aktivitas bisnis secara menyeluruh karena dalam model bisnis ini telah mencakup keseluruhan aktivitas yang dilakukan dan dibutuhkan perusahaan, baik itu internal maupun secara eksternal. Tujuannya adalah untuk membuat dapat melihat posisi strategis perusahaan pada industri penginapan di Sampit.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif (kualitatif). Penelitian secara kualitatif ini dapat menjelaskan secara lengkap berupa kata-kata dan gambar gambaran model bisnis dan didukung oleh fenomena yang terdapat pada penginapan losmen cinderella. Menurut Moleong (2010), penelitian kualitatif merupakan proses pengumpulan data yang dapat berubah bergantung pada situasi yang dilakukan secara deskriptif, naturalistik dan berorientasi pada kata. Tujuan metode kualitatif ini adalah untuk menemukan pola hubungan yang bersifat interaktif, menemukan teori, menggambarkan realitas yang kompleks, serta memperoleh pemahaman makna (Sugiyono, 2008).

Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan *business model Canvas* (BMC) yang didalamnya terdapat 9 frame work yaitu *customer segment, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships*, serta *cost structure* dan dilanjutkan dengan analisis *strength, weakness, opportunity, dan threat* (SWOT).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sejarah Singkat

Losmen Cinderella merupakan sebuah usaha yang bergerak pada tempat penginapan, yang didirikan pada tahun 2000. Awal mula Losmen ini didirikan adalah keinginan pribadi sang pemilik saat merantau ke daerah Sampit, dan menemukan adanya potensi bisnis di daerah tersebut, kemudian membangun Losmen di kota Sampit. Saat awal didirikan, Losmen Cinderella memiliki bangunan satu lantai, namun seiring berjalannya waktu melihat semakin tinggi peminat Losmen Cinderella maka dibangun menjadi 2 lantai dengan kapasitas kamar dapat menampung sekitar 50 orang ditambah dengan fasilitas pendukungnya.

Selain menyediakan jasa menginap, melihat adanya kebutuhan para pengunjung akan transportasi selama di daerah sampit, maka pemilik Losmen kemudian menyediakan berbagai jenis transportasi yang bisa disewa oleh para

pengunjung seperti sewa mobil dan motor serta jasa antar jemput bandara agar dapat mempermudah akses pelanggan untuk menuju losmen cinderella.

Struktur Organisasi Losmen Cinderella

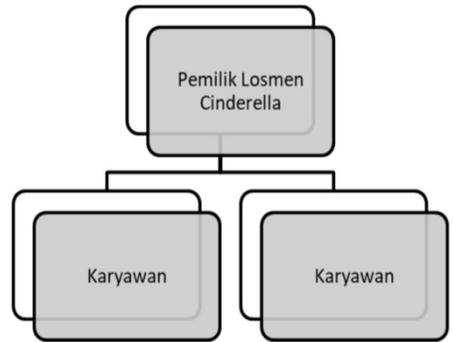
Hingga saat ini, Losmen Cinderella belum memiliki struktur organisasi yang terstruktur dan jelas. Saat ini, yang menempati posisi tertinggi adalah pemilik Losmen sekaligus yang mengurus manajemen, bagian keuangan hingga pemasaran. Kemudian untuk keamanan dan kenyamanan fasilitas hotel hingga yang mengurus keperluan pengunjung adalah karyawan dengan sistem kerja *shift*.

- **Pemilik**

Pemilik merupakan pemilik tunggal dari Losmen Cinderella, yang mengambil peran sebagai manajer, mengelola keuangan hingga aktivitas pemasaran. Sebagai pemilik tunggal, ia memiliki wewenang penuh dalam pengambilan keputusan sekaligus pemberi modal dalam usaha tersebut.

- **Karyawan**

Sebagai karyawan, bertugas dalam menjalankan segala bentuk aktivitas operasional di Losmen Cinderella yang diperintahkan oleh pemilik.



Uji triangulasi

Elemen BMC/Informan	Pemilik Losmen Cinderella	Karyawan Losmen Cinderella (Saiful)	Analisis	Kesimpulan
Value Propositions	Losmen Cinderella secara konsisten menawarkan harga yang paling terjangkau diantara tempat penginapan di Sampit.	Losmen Cinderella dipilih oleh para pelanggan Karena harga yang terjangkau.	Reputasi perusahaan yang dibangun oleh Losmen Cinderella adalah penginapan yang terjangkau dan nyaman.	VALID
Customer Segment	Losmen Cinderella menasar segmen para pekerja dari luar daerah Sampit yang akan berada beberapa waktu di Sampit.	Pelanggan Losmen Cinderella adalah para pekerja yang memiliki keperluan bisnis di Sampit.	Customer Segment Losmen Cinderella adalah para pekerja yang menghabiskan waktu selama beberapa waktu untuk kepentingan bisnis.	VALID
Channels	Losmen Cinderella menggunakan media lokal untuk mempromosikan usahanya.	Pelanggan yang datang adalah mereka yang mengetahui Losmen Cinderella dari rekomendasi kerabat maupun iklan di radio.	Agar mampu menjangkau pasarnya, Losmen Cinderella melakukan kegiatan promosi melalui media lokal	VALID
Customer Relationships	Memberikan pelayanan kepada pelanggan dan pemilik dengan cepat menangani keluhan pelanggan.	Selain menjaga Losmen, Karyawan juga membantu memenuhi keperluan pelanggan.	Losmen Cinderella memberikan bantuan secara personal kepada pelanggan yang membutuhkan layanan tambahan seperti memesankan makanan dan laundry.	VALID
Revenue Streams	Pendapatan diterima dari penyewaan kamar, laundry pakaian, sewa transportasi dan antar jemput bandara.	Pelanggan Losmen Cinderella yang menginap tidak hanya menyewa kamar saja, namun seringkali menyewa kendaraan yang ada di Losmen dan juga laundry pakaian.	Pendapatan yang didapatkan oleh Losmen Cinderella adalah yang didapat dari penyewaan kamar, laundry pakaian, transportasi dan juga antar-jemput bandara.	VALID
Key activities	Menyewakan kamar dengan fasilitas tambahan yakni laundry pakaian, transportasi dan antar jemput bandara.	Losmen Cinderella juga menyediakan jasa laundry pakaian, antar-jemput bandara dan penyewaan transportasi.	Key activities yang dilakukan Losmen Cinderella adalah melayani penyewaan kamar, transportasi, antar-jemput bandara dan juga laundry.	VALID

Key resources	Saat ini, Losmen Cinderella memiliki 2 karyawan untuk membantu mengurus Losmen Cinderella. Oleh karena itu, dibutuhkan penambahan sumber daya manusia agar tujuan bisnis dapat dicapai dengan baik.	Karyawan Losmen Cinderella jumlahnya dua orang.	Losmen Cinderella memiliki 2 karyawan yang bertugas mengelola dan menjaga Losmen. Menyadari pentingnya sumber daya manusia yang dibutuhkan maka Losmen Cinderella akan menambah karyawan yang akan bekerja di Losmen Cinderella.	Dalam menjalankan bisnisnya, Losmen Cinderella memiliki 2 karyawan yang bertugas mengelola dan menjaga Losmen. Menyadari pentingnya sumber daya manusia yang dibutuhkan maka Losmen Cinderella akan menambah karyawan yang akan bekerja di Losmen Cinderella.	VALID
Key partnerships	Losmen Cinderella bekerja sama dengan travel borneo untuk mempromosikan bisnisnya.	Sebagian pelanggan yang datang adalah penumpang travel borneo.	Perusahaan sama dengan travel yang ada di Sampit untuk melakukan promosi dari mulut ke mulut kepada setiap penumpang travel tersebut yang akan melakukan perjalanan dari kabupaten sekitar ke kota Sampit.	Perusahaan sama dengan travel yang ada di Sampit untuk melakukan promosi dari mulut ke mulut kepada setiap penumpang travel tersebut yang akan melakukan perjalanan dari kabupaten sekitar ke kota Sampit.	VALID

Identifikasi Elemen Business Model Canvas

a. Customer Segments

Menurut narasumber, yakni pemilik Losmen Cinderella, *customer segment* yang ditargetkan oleh Losmen Cinderella adalah para pendatang yang berkunjung ke Sampit untuk keperluan bisnis, baik itu dari luar daerah Kalimantan maupun masyarakat sekitar Kalimantan. Karena sampit merupakan salah satu kota yang cukup ramai dengan berbagai pilihan *supermarket*, maka tidak jarang banyak masyarakat yang datang dari pelosok Kalimantan untuk berbelanja di kota Sampit. Namun, narasumber juga menambahkan bahwa mereka tidak membatasi jenis pelanggan yang menjadi target market mereka. Artinya, pemilik Losmen Cinderella menargetkan seluruh masyarakat baik di Kota Sampit maupun diluar yang membutuhkan tempat penginapan, tempat untuk *gathering*, acara dari kota Sampit dan acara pernikahan.

- Segmen dari pelanggan yang ditargetkan losmen Cinderella adalah pebisnis, masyarakat yang berada disekitar sampit maupun diluar pulau Kalimantan.
- Kategori dari customer segment losmen Cinderella adalah masyarakat golongan menengah kebawah maupun menengah keatas.

b. Value Propositions

Losmen Cinderella selalu berupaya untuk menjaga kualitas nilai dan kepercayaan pelanggan terhadap Losmen Cinderella. Menyadari bahwa kebutuhan pengunjung akan transportasi selama di Sampit maka pemilik menjawab kebutuhan tersebut dengan menyediakan fasilitas sewa transportasi, antar jemput bandara. Losmen Cinderella juga menyediakan laundry pakaian dengan harga yang terjangkau. Menurut narasumber untuk menjaga nilai dan kualitas Losmen Cinderella, beberapa hal yang dilakukan oleh pemilik untuk menjaga nilai tersebut yakni menjaga kualitas sumber daya internal perusahaan dan eksternal. Beberapa hal yang dilakukan pemilik Losmen Cinderella untuk menjaga kualitas sumber daya dalam Losmen Cinderella adalah :

- Memberikan pengarahan kepada karyawan tentang pentingnya menjaga sikap dan tutur kata terhadap para tamu losmen.
- Memberikan penghargaan kepada karyawan yang bisa melayani tamu dengan baik.
- Menerapkan budaya gotong royong atau saling membantu antar karyawan losmen.
- *Newness*, losmen Cinderella akan mulai menggunakan dan mengelola media sosial sebagai sarana untuk menjangkau target pelanggan yang lebih luas yakni dengan menggunakan aplikasi pemesanan hotel dan media sosial untuk mempermudah konsumen dalam bertransaksi, me mesan jasacdan menambah segmentasi pelanggan.
- *Performance*, meningkatkan kinerja karyawan di Losmen Cinderella untuk meningkatkan citra perusahaan dengan memberikan evaluasi atau briefing terhadap karyawan dan melakukan evaluasi terhadap keluhan konsumen agar dapat selalu menjaga kualitas pelayanan losmen Cinderella.
- *Getting the job done*, untuk menyelesaikan masalah, pemilik losmen Cinderella akan langsung turun lapangan untuk meninjau kondisi losmen, contohnya seperti pemilik setiap hari melakukan rutinitas pengecekan kebersihan losmen dan juga secara langsung konsumen dapat berinteraksi dengan pemilik losmen agar dapat menyampaikan kritik maupun saran tanpa melalui karyawan.
- *Customization*, nilai yang diberikan losmen Cinderella untuk menyesuaikan dan memenuhi kebutuhan pelanggan adalah dengan cara menyediakan fasilitas-fasilitas tambahan yang sebelumnya tidak disediakan contohnya seperti penambahan jasa laundry pakaian, antar jemput bandara, serta menyediakan fasilitas *meeting room* kerana segmentasi pelanggan losmen Cinderellasebagian besar adalah pebisnis.

- *Design*, logo yang sebelumnya digunakan oleh losmen Cinderella kurang mempresentasikan losmen Cinderella, sehingga logo yang digunakan dibuat menjadi minimalis agar lebih menggambarkan losmen Cinderella.
- *Price*, harga semua jasa yang diberikan losmen Cinderella sangat murah sehingga dapat dijangkau oleh seluruh golongan masyarakat.
- *Risk reduction*, untuk mengurangi resiko masalah yang terjadi pada konsumen, karyawan losmen Cinderella akan selalu memeriksa kamar sebelum ditempati oleh pengunjung contohnya seperti memperhatikan kondisi kebersihan kamar serta kelengkapan fasilitas yang berada dikamar.
- *Cost reduction*, upaya yang dilakukan perusahaan untuk mengurangi biaya adalah dengan selalu memperharikan harga yang terus berubah terutama bahan baku untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, untuk meminimalisir kerugian losmen akan berusaha untuk mencari bahan baku pada retailer yang menawarkan harga grosir.
- *Accessibility*, nilai yang digunakan losmen Cinderella saat ini untuk mempermudah pelanggan adalah melalui *whatsapp* sebagai sarana untuk melakukan pemesanan jasa. Sehingga, losmen Cinderella akan menambahkan media sosial lainnya seperti *agoda*, *tiket.com*, serta *traveloka* untuk meningkatkan pemasaran dan iklan jasa.
- *Convenience*, losmen Cinderella selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan ketika menginap di losmen cinderella, contohnya losmen Cinderella menyediakan pagi makanan, minuman, kopi, the, dan gula gratis, dan losmen Cinderella memberikan harga terjangkau dengan fasilitas seperti hotel agar dapat membuat pelanggan mendapatkan kenyamanan ketika membeli jasa losmen Cinderella.

Menurut narasumber, hal-hal seperti menerapkan budaya kekeluargaan dalam perusahaan dan pemberian *reward* terhadap karyawan mampu memberikan rasa memiliki yang tinggi antar karyawan terhadap perusahaan dengan harapan mereka mampu memberikan performa terbaiknya saat bekerja. Narasumber juga menambahkan bahwa elemen *price* merupakan salah satu pertimbangan yang harus diperhatikan ditengah persaingan dengan kompetitor lainnya, pemilik Losmen cinderella secara konsisten memberikan harga yang terjangkau dengan pelayanan yang maksimal kepada setiap pengunjung yang datang.

Selain menjaga agar harga yang ditawarkan selalu terjangkau, pemilik Losmen Cinderella menyadari akan kebutuhan pengunjung lainnya selama menginap di Losmen Cinderella, oleh karena itu pemilik akhirnya menyediakan produk tambahan yakni penyewaan motor, jasa antar/jemput bandara dan jasa laundry dengan harga yang sangat terjangkau.

Untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik, elemen *Accessability* diterapkan pemilik Losmen Cinderella,

dengan memudahkan pengunjung yang ingin memesan kamar di Losmen Cinderella yakni hanya dengan cara memesan kamar melalui WA. Dalam menjalankan aktivitas usahanya, Losmen Cinderella juga menemui beberapa kendala, yakni yang paling sering adalah keluhan pengunjung akan kebersihan dan pelayanan yang diberikan oleh karyawan, dimana seringkali karyawan tidak memberikan pengunjung kamar jika tidak diberi tip oleh pengunjung.

Untuk mempertahankan kepercayaan dan nilai yang dibangun, pemilik Losmen secara rutin melakukan pengontrolan langsung dan secara langsung menindaklanjuti permasalahan yang terjadi baik itu kenyamanan fasilitas maupun pelayanan yang diberikan karyawan kepada setiap tamu yang berkunjung.

c. Channels

Dalam upaya memperkenalkan Losmen Cinderella kepada calon konsumen, penting untuk memperkenalkan produk maupun jasa dari perusahaan kepada calon konsumen. Saluran yang digunakan oleh losmen Cinderella dalam menjalankan usahanya adalah melalui saluran mitra maupun saluran yang dimiliki oleh pemilik sendiri. Pemilik Losmen cinderella menggunakan *social networking* dan mempromosikannya melalui *whatsapp* dan untuk saluran mitra, losmen cinderella menjalankan kegiatan promosinya melalui saluran radio dan bekerjasama dengan *travel borneo* yang ada di sampit. Dalam hal ini, pihak *travel agent* akan secara langsung menjadi pihak yang merekomendasikan Losmen Cinderella kepada pengguna jasa *travel agent*.

- *Awareness* adalah fase yang meningkatkan kesadaran produk dan brand dari perusahaan, dalam hal ini narasumber mengatakan Losmen Cinderella bekerja sama dengan *travel agent* untuk mempromosikan losmen cinderella sebagai tempat penginapan yang murah dan *backpacker friendly*.
- *Evaluation* adalah fase dimana pelanggan dapat mengevaluasi *value* yang diberikan oleh perusahaan. Losmen Cinderella memberikan katalog lengkap mengenai kamar fasilitas dan *tour* bagi konsumen.
- *Purchase* adalah fase ketika pelanggan melakukan proses transaksi. Narasumber mengatakan bahwa pelanggan datang dan mendaftar langsung di losmen untuk menyewa penginapan. Selain itu *travel agent* dapat menjadi mediator untuk membawa pelanggan baru ke Losmen Cinderella
- *Delivery* berfungsi untuk menyalurkan *value* perusahaan kepada pelanggan. Losmen Cinderella menggunakan amenities dan handuk yang memiliki nama perusahaan. Selain itu perusahaan memiliki mobil yang menggunakan sticker perusahaan sebagai tanda pengenal.
- *Aftersales* adalah fase dalam melayani pelanggan setelah terjadi pembelian. Dalam hal ini Losmen Cinderella memberikan kartu member dan info promosi kepada konsumen melalui *whatsapp* dan email yang terdaftar serta memberikan sarapan pagi gratis kepada pelanggan.

d. Customer Relationships

Menurut Osterwalder & Pigneur(2010) dalam menjalankan aktivitas usahanya, pemilik usaha harus mampu menjaga hubungan baik antara konsumen dan pemberi layanan Berikut adalah *customer relationship* pada Losmen Cinderella :

- Cara perusahaan untuk menjalin hubungan baik dengan konsumen.

Salah satu cara menjaga hubungan baik dengan pengguna jasa di Losmen Cinderella adalah dengan menerapkan *room service*, seperti membersihkan kamar secara rutin, mengantar makanan hingga membantu pengunjung untuk memesan makanan diluar yang telah disediakan oleh Losmen Cinderella. Menurut narasumber, untuk menjaga kenyamanan pengunjung, karyawan Losmen Cinderella selalu dituntut untuk menjunjung tinggi keramahtamahan terhadap setiap tamu yang datang.

- Cara perusahaan untuk mempertahankan pelanggan lama dan baru.

Bagi narasumber, pemberian *service* dan fasilitas yang layak dengan harga yang terjangkau adalah salah satu cara untuk menarik perhatian calon konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama agar terus memilih Losmen Cinderella jika berkunjung ke kota Sampit dan membutuhkan akomodasi dan transportasi yang memadai.

Dalam menjalankan aktivitas usahanya, pemilik usaha harus mampu menjaga hubungan baik antara konsumen dan pemberi layanan. Salah satu cara menjaga hubungan baik dengan pengguna jasa di Losmen Cinderella adalah dengan menerapkan *room service*, seperti membersihkan kamar secara rutin, mengantar makanan hingga membantu pengunjung untuk memesan makanan diluar yang telah disediakan oleh Losmen Cinderella. Menurut narasumber, untuk menjaga kenyamanan pengunjung, karyawan Losmen Cinderella selalu dituntut untuk menjunjung tinggi keramahtamahan terhadap setiap tamu yang datang.

Bagi narasumber, pemberian *service* dan fasilitas yang layak dengan harga yang terjangkau adalah salah satu cara untuk menarik perhatian calon konsumen baru maupun mempertahankan konsumen lama agar terus memilih Losmen Cinderella jika berkunjung ke kota Sampit dan membutuhkan akomodasi dan transportasi yang memadai.

e. Revenue Streams

Revenue Streams adalah aliran kas yang didapatkan oleh perusahaan dari masing- masing segmen konsumen. Dalam menjalankan usahanya, aliran pendapatan oleh Losmen Cinderella didapatkan dari *transaction revenues* dan *recurring revenues*. Menurut narasumber, *Transaction revenues* didapatkan dari tamu yang menginap di Losmen Cinderella untuk pertama kali. Sementara *recurring revenues* didapatkan dari tamu yang melakukan pembelian ulang. Berikut adalah Revenue Streams pada Losmen Cinderella :

- *Transaction revenues* berasal dari penyewaan penginapan kamar dan penyewaan ruangan untuk

event serta *gathering*. Narasumber menjelaskan bahwa apabila ada pengunjung yang melakukan pembatalan sewa kamar, tidak akan dikenakan biaya tertentu. Kecuali apabila sudah bermalam dan tiba-tiba ingin meminta dana dikembalikan karena tidak puas dengan layanan serta fasilitas yang diberikan maka hal tersebut tidak akan dipenuhi.

- *Recurring revenues* berasal dari pembelian ulang yang di lakukan oleh *travel agent* pada turis, pendapatan dari adanya persewaan transportasi.

Dalam menjalankan usahanya, aliran pendapatan oleh Losmen Cinderella didapatkan dari *transaction revenues*, yang mana pendapatan dihasilkan langsung dari konsumen dengan sekali transaksi maupun berulang. Hal ini menurut narasumber karena tamu yang datang menginap di Losmen Cinderella melakukan perpanjangan sewa kamar dan penginapan dalam jangka waktu tertentu.

Narasumber menjelaskan bahwa apabila ada pengunjung yang melakukan pembatalan sewa kamar, tidak akan dikenakan biaya tertentu. Kecuali apabila sudah bermalam dan tiba-tiba ingin meminta dana dikembalikan karena tidak puas dengan layanan serta fasilitas yang diberikan maka hal tersebut tidak akan dipenuhi. Seiring berjalannya usaha tersebut, agar aliran pendapatan stabil maka yang dilakukan pemilik Losmen Cinderella adalah mempertahankan dan meningkatkan kualitas layanan maupun fasilitas yang ada.

Narasumber mengatakan bahwa demi kenyamanan berwirausaha maka pemilik Losmen Cinderella memenuhi segala syarat seperti perizinan usaha dan dengan disiplin membayar pajak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

f. Key Resources

Key Resources adalah aset perusahaan yang paling penting untuk menjalankan keberlangsungan bisnis. Setiap perusahaan akan membutuhkan sumber daya utama sebagai penggerak aktivitas perusahaan. Sumber daya ini diperlukan agar perusahaan dapat menawarkan *value*, berkompetisi dalam pasar, menjalin hubungan dengan pelanggan dan mendapatkan penghasilan. Berikut adalah *key resource* pada Losmen Cinderella :

- Sumber daya yang digunakan perusahaan yang berupa sumber daya manusia, keuangan, maupun teknologi berupa pengelolaan sosial media, aplikasi dan *website*.
- Losmen Cinderella memiliki sumber daya manusia yang terdiri dari manager, *front office* dan *cleaning service*. Sebagai contoh manager pada Losmen Cinderella adalah Ibu Fenny sebagai narasumber, Front Office Losmen Cinderella adalah Pak Saiful dan Cleaning service di pegang oleh Bu Kartika. Oleh karena itu losmen cinderella akan menambah sumber daya manusia yang bekerja di losmen cinderella untuk mengelola perangkat lunak. Selain sumber daya manusia, Losmen Cinderella memiliki sumber daya teknologi berupa komputer dan wifi

untuk membantu proses operasional. Untuk kedepannya Losmen Cinderella akan mengelola sumber daya manusia dengan memperhatikan keselamatan kerja sesuai SOP tenaga kerja.

- Pengelolaan dan pengembangan sumber daya dalam perusahaan

Penghargaan kepada sumber daya tersebut juga dilakukan pemilik bisnis dengan selalu memberikan THR ketika hari raya lebaran, *ampao* ketika imlek dan juga mendapatka bonus ketika berhasil mendatangkan pelanggan lebih banyak, serta mendapatkan kenaikan gaji setiap 5 tahun bekerja. Narasumber menambahkan bahwa Sumber daya manusia dalam perusahaan sangat penting karena merupakan salah satu kunci kesuksesan, apabila karyawan mampu mengelola losmen dan melayani kebutuhan konsumen dengan baik tentunya akan berdampak baik terhadap keberlangsungan perusahaan.

- Pengelolaan sumber daya keuangan
Untuk menjaga sumber daya keuangan losmen Cinderella akan melakukan pembukuan dengan detail mengenai kategori pengeluaran dan pendapatan baik dari jasa laundry, transportasi, dan jasa sewa kamar. Losmen Cinderella juga dapat menggunakan jasa konsultan pembuat *software* yang di *custom* atau dirancang khusus untuk losmen Cinderella agar pengelolaan dana losmen Cinderella dapat dikelola dengan baik

g. Key Activities

Key activities adalah kegiatan utama yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menjaga efektifitas dan efisiensi. Aktifitas utama dibedakan menjadi aktivitas produksi, pemecahan masalah, *platform* (Osterwalder & Pigneur, 2010). Berikut adalah *key activites* pada Losmen Cinderella :

- *Service*

Aktivitas utama Losmen Cinderella menurut narasumber adalah memastikan setiap fasilitas terjaga dengan baik, untuk jasa penginapan kegiatan utama yang dilakukan adalah seperti menerima tamu, mencuci *spring bed*, menyiapkan kamar, mengantarkan makanan, membuat minuman hingga menjaga kebersihan setiap ruangan. Untuk setiap kali transaksi, pelanggan bisa melakukan pembayaran secara tunai dan melalui *barcode* BCA.

- *Transportation*: menyediakan jasa sewa motor dan mobil serta jasa antar jemput bandara untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Losmen Cinderella juga menyediakan sopir untuk mengantar para tamu yang berkunjung.
- *Problem Solving*: Losmen Cinderella selalu meminta review dari pelanggan yang telah menginap di Losmen Cinderella. Kertas kritik melingkupi penilaian mengenai layanan dari karyawan, kebersihan kamar, kelengkapan fasilitas dan masukan yang dapat diberikan pada Losmen Cinderella. Setelah mengetahui kritik dari pelanggan, maka manager akan melakukan evaluasi dan perbaikan pada Losmen Cinderella.

h. Key Partnerships

Key Partnership menjelaskan jaringan supplier dan mitra bisnis yang membuat model bisnis berjalan (Osterwalder & Pigneur, 2010) Berikut adalah *key partnership* pada Losmen Cinderella:

- Identifikasi mitra kerja perusahaan.

Saat ini Losmen Cinderella menjalin kerjasama hanya dengan *travel agent* yang ada di Kota Sampit, yakni Borneo travel. Borneo Travel menyediakan tour guide dan rekomendasi penginapan untuk para turis, salah satu paket yang di sediakan oleh Borneo Travel adalah paket lengkap yang terdiri dari biaya *touring*, biaya penginapan dan biaya transportasi bagi para turis. Kerja sama dengan Travel Agent dipilih dikarenakan berada dalam bidang akomodasi dan pariwisata yang sama dengan Losmen Cinderella.

- Mengidentifikasi cara membentuk hubungan dengan mitra kerja perusahaan.

Losmen Cinderella selalu merekomendasikan pelanggan untuk menggunakan *travel* tersebut jika ingin melakukan perjalanan sesuai dengan rute yang ditentukan *travel agent* tersebut, dan disisi lain pihak *travel agent* juga merekomendasikan pelanggan baru yang baru pertama kali ke Sampit untuk menginap di Losmen Cinderella.

i. Cost Structures

Cost Structures mendiskripsikan semua biaya yang terjadi dalam menjalankan model bisnis. Aktivitas menciptakan nilai, mempertahankan hubungan dengan konsumen dan menghasilkan pendapatan menuntut adanya biaya yang harus dikeluarkan. Berikut adalah pembahasan *cost structures* pada Losmen Cinderella :

- Jenis dari pengeluaran perusahaan.

Menurut narasumber *cost structure* Losmen Cinderella dibagi menjadi dua yakni :

- biaya tetap : gaji karyawan untuk setiap bulan, pembayaran pajak, biaya untuk listrik, air POM, bubuk kopi, air minum, gula, dan bahan baku lainnya untuk kebutuhan makan pagi
- biaya tidak tetap : biaya untuk service AC, kendaraan maupun biaya pemeliharaan fasilitas losmen.

- Meminimalkan biaya yang dapat dikurangi.

Untuk meminimalkan biaya, narasumber mengatakan bahwa setiap fasilitas kamar yang tidak digunakan langsung dimatikan, kendaraan juga secara rutin diperhatikan agar meminimalisir kerusakan yang lebih parah.

Analisa SWOT

Elemen	Kekuatan	Kelemahan	Peluang	Ancaman
Customer Segment	Losmen Cinderella berada di lokasi yang strategis yakni berada di pusat kota Sampit. Losmen Cinderella memiliki harga yang terjangkau dengan fasilitas yang nyaman. Tersedia berbagai kebutuhan selain penginapan, seperti transportasi berupa sewa motor dan mobil, jasa antar jemput bandara dan laundry untuk memenuhi kebutuhan pengunjung. Harga yang terjangkau dapat dijangkau oleh semua golongan masyarakat.	Sudah mulai banyak kompetitor yang mendirikan Losmen ataupun penginapan lainnya di kota Sampit.	Losmen Cinderella mampu menjangkau pasar yang lebih luas karena menyediakan fasilitas yang lengkap.	Dengan munculnya kompetitor maka calon konsumen memiliki banyak pilihan.
Value Proposition	Losmen Cinderella memberikan pelayanan yang terbaik. Pemilik mengambil alih langsung <i>controlling</i> Losmen setiap harinya. Harga yang ditawarkan terjangkau.	Hanya melayani pemesanan <i>via whatsapp</i> . Tidak ada <i>social media</i> sehingga pengunjung harus datang langsung ke Losmen Cinderella untuk melihat langsung Losmen.	Relasi yang dibangun antara pemilik dengan pengunjung dapat menambah kepercayaan dan kenyamanan pengunjung.	Pesaing yang memberikan harga tidak jauh beda.
Channels	Bekerjasama langsung dengan <i>travel</i> yang setiap harinya mengantar penumpang. Menggunakan <i>word of mouth</i> dan media promosi seperti iklan di radio dan koran.	Hanya bekerjasama dengan satu <i>travel agent</i> .	Memperluas jangkauan pasar dengan bekerjasama dengan pihak lain diluar <i>travel agent</i> .	Di kota sampit ada beberapa jenis penginapan yang telah mendaftarkan ke aplikasi seperti <i>traveloka</i> dan <i>pegi-pegi.com</i> , ini tentunya mempermudah calon konsumen untuk melihat dan memesan.
Customer Relationship	Pemilik selalu rutin mendatangi losmen untuk melihat feedback yang diberikan oleh pengunjung.	Losmen Cinderella memiliki tenaga kerja yang terbatas, jadi pemilik yang harus mengambil alih.	Hubungan baik yang dibangun pemilik losmen dengan pengunjung dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjung.	Apabila ada masalah terkait fasilitas atau kelalaian karyawan maka dapat merusak hubungan baik.
Revenue Streams	Pendapatan Losmen Cinderella selalu stabil dan naik. Biaya sewa kamar sudah termasuk <i>breakfast</i> . Losmen Cinderella menawarkan produk lainnya, yakni transportasi, jasa antar-jemput bandara dan laundry.	Menambah aliran pendapatan hotel dengan menyediakan fasilitas <i>tour guide</i> dan penyewaan kamar untuk event <i>gathering</i>	Karena harga yang diberikan sangat murah ada kemungkinan untuk mendatangkan konsumen lebih banyak.	Terdapat beberapa pilihan penginapan dengan harga yang sama, bersaing.
Key Resources	Pengelolaan dilakukan oleh pemilik dengan cukup baik. Tersedia fasilitas yang memadai.	Sumber daya manusia yang dimiliki sangat sedikit.	Mampu menarik konsumen karena fasilitas tambahan yang disediakan.	Banyak tempat penginapan dengan fasilitas yang sama, misalnya hotel.

Key Activities	Melakukan promosi dengan memanfaatkan media yang sering dikonsumsi masyarakat di Sampit. Memanfaatkan <i>word of mouth</i> dari <i>travel agent</i> yang bekerjasama dengan Losmen Cinderella.	Pelayanan terkadang kurang memuaskan. Karyawan kurang peka terhadap kebutuhan pengunjung.	Dapat dengan cepat menjangkau konsumen baru. Mendapatkan kepercayaan karena diiklankan pada media konvensional dan melalui <i>word of mouth</i> .	Keberadaan tempat penginapan di Sampit seperti hotel juga memiliki jumlah pengunjung yang banyak, apabila kualitas layanan tidak memadai konsumen memiliki pilihan lain, yakni hotel atau penginapan lain untuk mendapatkan kenyamanan.
Key Partnership	Losmen Cinderella bekerjasama dengan <i>travel agent</i> yang sering membawa penumpang dari luar daerah yang ingin berkunjung ke Sampit. Losmen Cinderella memberikan kepercayaan dengan mitra sehingga hubungannya terjalin baik.	Tidak memiliki kerjasama tertulis sehingga memungkinkan mitra tersebut bekerjasama dengan penginapan lainnya.	Mitra usaha membantu mempromosikan Losmen Cinderella sehingga semakin banyak yang mengetahui Losmen Cinderella.	Terjadi kecurangan, apabila dengan sengaja pihak mitra melakukan kerjasama dengan penginapan yang lain kemudian merekomendasikan penginapan lain tanpa sepengetahuan pihak Losmen Cinderella.
Cost Structures	Dapat mengendalikan biaya yang tak terduga. Losmen Cinderella memiliki strategi untuk tetap mendapatkan keuntungan walaupun presentasinya kecil. Mementingkan kualitas dan kenyamanan pengunjung.	Tidak mampu memprediksi biaya yang terduga.	Pemberian edukasi terhadap karyawan untuk meminimalisir pengeluaran dengan memerhatikan fasilitas hotel yang tidak terpakai.	Jika ada harga bahan baku yang meningkat maka pengeluaran akan semakin banyak.

Evaluasi Kerja Empat Langkah

Setiap elemen *Business Model Canvas* milik Losmen Cinderella diidentifikasi ke dalam empat kolom. Kolom yang pertama adalah *create* (ciptakan), didalamnya akan menjelaskan mengenai bagaimana nilai-nilai baru diciptakan untuk perusahaan dalam menjawab peluang. Kemudian di kolom kedua adalah *eliminate* (hilangkan), didalamnya akan menjelaskan bagaimana menghilangkan kelemahan didalam pengelolaan bisnis losmen cinderella. Selanjutnya, di koom terakhir adalah *raise* (tingkatkan), didalamnya berisi mengenai bagaimana mempertahankan atau meningkatkan kekuatan yang dimiliki perusahaan. Lalu yang terakhir adalah *reduce* (kurangkan) yang didalamnya berisi upaya bagaimana mengurangi ancaman yang ada. Berikut ini adalah tabel yang digunakan sebagai masukan dalam merancang *business model canvas* milik losmen cinderella untuk keberlangsungan losmen cinderella kedepannya.

Kerangka Kerja Empat Langkah Losmen Cinderella

Elemen	Create	Eliminate	Raise	Reduce
<i>Customer Segments</i>	a. Konsumen baru dari luar kota Sampit. b. Menyediakan jenis kamar yang lebih bervariasi, untuk kalangan menengah atas.		Konsumen dari luar kota Sampit.	
<i>Value Propositions</i>	a. Memberikan <i>briefing</i> kepada karyawan. b. mengontrol dan mengevaluasi kinerja karyawan. c. Pilihan jenis transaksi secara <i>electronic</i> . d. design logo yang baru.		Kualitas pelayanan karyawan, fasilitas losmen.	
<i>Channels</i>	Mendaftarkan usaha ke aplikasi.		Membuat media sosial untuk Losmen Cinderella. Melakukan promosi via media sosial.	
<i>Customer Relationship</i>			Memelihara hubungan yang lebih baik dengan konsumen	Komplain dari pengunjung terkait pelayanan yang buruk.
<i>Revenue Streams</i>			Mempertahankan loyalitas konsumen. Menambah fasilitas <i>tour guide</i> Menambah paket <i>gathering</i> untuk event-event tertentu	
<i>Key Resources</i>	a. Penambahan karyawan. b. Merancang SOP untuk karyawan. c. Menambah fasilitas losmen		a. Melatih sumberdaya yang ada di losmen. b. Memerhatikan fasilitas yang ada di losmen secara berulang.	

<i>Key Activities</i>			Sistem pelayanan yang lebih baik lagi.
<i>Key Partnerships</i>	Menambah mitra kerjasama		Menjaga hubungan baik dengan mitra.
<i>Cost Structures</i>		Melakukan penghematan biaya tetap dan juga biaya variabel	Pengeluaran yang tidak terduga.

Customer Segment

Losmen Cinderella menargetkan konsumen dari berbagai latarbelakang dan golongan, namun yang menjadi sasaran utamanya adalah pengunjung yang memiliki tujuan bisnis atau berlibur dengan jangka waktu yang lebih dari satu hari. Jika pengunjung yang menginap adalah mereka yang memiliki keperluan bisnis di kota Sampit, maka kemungkinan untuk menyewa fasilitas tambahan guna mempermudah urusan selama di Sampit lebih besar. Konsumen yang akan menyewa kamar di losmen Cinderella melakukan transaksi langsung ke losmen Cinderella maupun terlebih dahulu menghubungi pemilik losmen. *Customer segments* dalam *Business Model Canvas* yang baru akan menjangkau secara luas konsumen yang ada di luar kota Sampit yang memiliki peluang untuk datang ke Sampit dengan menggunakan sosial media, baik untuk kegiatan promosi atau sebagai media untuk meningkatkan *awareness*.

Value Proposition

Losmen Cinderella telah membangun reputasi penginapan dengan memberikan penawaran harga termurah untuk losmen di Sampit dengan harga yang sangat terjangkau. Reputasi perusahaan ini telah dibangun sejak awal losmen ini berdiri dan secara konsisten mempertahankannya. Untuk elemen *value propositions* yang baru, losmen Cinderella dapat memanfaatkan *platform* sosial media dan aplikasi seperti Traveloka, tiket.com dan agoda untuk memudahkan penjualan. Hal tersebut adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan konsumen dalam hal kemudahan akses melihat kamar serta fasilitas yang akan disewakan.

Jika dalam *Business Model Canvas* yang lama, konsumen hanya dapat melakukan transaksi secara tunai (*cash*). Maka dengan adanya *Business Model Canvas* yang baru, losmen Cinderella menambah fasilitas untuk mempermudah pembayaran seperti dengan menggunakan *Electronic Wallet* atau *e-wallet* atau via transfer Bank. Dengan sistem pembayaran yang baru, maka konsumen akan lebih mudah melakukan pembayaran baik saat sudah berada di losmen atau saat baru ingin memesan kamar.

Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat dan pengetahuannya tentang keberadaan losmen Cinderella, maka melalui *business model canvas yang baru* akan secara konsisten menampilkan kondisi kamar yang akan disewa, alamat losmen dan juga produk lainnya seperti transportasi dan juga jasa laundry didalamnya. Dengan begitu, calon kosmen akan lebih mudah menentukan pilihannya dan secara langsung dapat melakukan pembayaran tanpa terkendala jarak dan waktu.

Design sebagai suatu cerminan citra dari sebuah produk juga sangat penting. Untuk design pada *Business Model Canvas* yang baru, Losmen Cinderella akan memperbaharui design logo agar lebih menggambarkan identitas losmen Cinderella. Losmen Cinderella membuat *design* logo baru yang lebih menggambarkan ciri khas losmen tersebut. Dalam melakukan *design* logo yang baru, warna memiliki peran penting untuk menciptakan suasana pembelian hingga memperkuat citra dari sebuah produk guna meningkatkan citra sebuah bisnis.

Channels

Pada elemen ini, losmen Cinderella menggambarkan bagaimana perusahaan memberikan proposisi nilai yang mereka tawarkan kepada target segmen yang mereka sasar saat ini. Untuk saat ini, losmen Cinderella telah cukup terbantu dengan promosi yang dilakukan melalui media seperti radio, koran dan dari mulut ke mulut. Namun, perlu untuk semakin memperkuat kegiatan promosi untuk menjangkau pasar yang lebih luas lagi. Untuk meningkatkan kesadaran konsumen dengan jangkauan lebih luas, losmen Cinderella dapat melakukan kegiatan promosi secara *online*. Langkah awal yang bisa dilakukan losmen Cinderella adalah mendaftarkan usahanya ke aplikasi seperti traveloka, tiket.com maupun agoda.

Customer Relationships

Untuk dapat mempertahankan hubungan yang baik antara konsumen dengan losmen Cinderella, maka pihak losmen selalu berupaya untuk dapat memenuhi apa yang menjadi kebutuhan konsumen. Relasi yang baik tersebut dapat dibangun dengan memberikan pemahaman dan kesadaran kepada karyawan losmen bahwa konsumen merupakan tamu yang seharusnya diperhatikan dan diberikan layanan dengan baik. Hubungan yang baik juga bisa losmen Cinderella bangun melalui media sosial yang dibuat, dengan semakin banyaknya akses yang dibuka untuk pelanggan maka pihak losmen juga lebih mudah melihat apa yang menjadi kebutuhan konsumen saat ini, tentunya hal ini bisa menjadi evaluasi untuk kepentingan jangka panjang losmen Cinderella.

Revenue Streams

Pada elemen *revenue streams*, losmen Cinderella mendapatkan sumber pemasukan dari pendapatan transaksi dan pendapatan rutin atau berulang (*recurring revenues*). Pendapatan transaksi merupakan pendapatan yang didapat dari hanya satu kali transaksi, sedangkan pendapatan yang berulang adalah pendapatan dari pembayaran berkelanjutan. Kedua pendapatan ini didapat baik dari penyewaan kamar maupun fasilitas penunjang seperti transportasi yang disediakan pihak losmen Cinderella. Pada elemen ini, losmen Cinderella sudah cukup baik menambah aliran pendapatan dengan menyediakan jasa antar jemput, penyewaan transportasi hingga *laundry* pakaian.

Untuk sewa kamar, Losmen Cinderella memberikan gratis makan pagi kepada setiap tamu yang masuk, untuk bisa mendapatkan keuntungan, harga yang ditetapkan akan disesuaikan dengan harga bahan baku di pasar. Apabila ada kenaikan harga maka menu yang dipilih menyesuaikan dengan harga pasar agar tidak mengalami over budget.

Key Resource

Saat ini, Losmen Cinderella hanya memiliki 2 orang karyawan yang dinilai cukup dan mampu untuk mengelola losmen ini. *Business Model Canvas* yang baru, maka akan diperhatikan sumber daya fisik dan sumber daya manusia yang dibutuhkan. Untuk sumber daya fisik, losmen Cinderella memerlukan pembaharuan fasilitas yang ada di dalam losmen. Saat ini, yang perlu diperhatikan adalah tempat menampung air di kamar mandi, jika sebelumnya losmen Cinderella hanya menyediakan 1 ember kecil maka kini perlu diperbaharui dengan kapasitas yang lebih besar demi kenyamanan pengunjung losmen. Selanjutnya, cat-cat tembok pada toilet juga sudah harus dilakukan pengecatan kembali.

Untuk sumber daya manusia, Losmen Cinderella membutuhkan satu manager yang mampu memimpin, mengarahkan serta mengkoordinir para karyawan dalam menjalankan tugasnya. Ini sangat penting untuk keberlangsungan losmen kedepannya, dengan strategi manajemen yang baik maka diharapkan losmen dapat dikelola dengan lebih baik. Baik itu pengelolaan sumber daya fisik maupun sumber daya manusia didalamnya, agar pemilik bisa lebih fokus mengatur presentasi keuntungan dan manager yang akan bertugas sebagai pengelola.

Key Activities

Saat ini, *Key activities* yang dijalankan losmen Cinderella adalah penyewaan kamar dan transportasi. pada *Business Model Canvas* maka aktivitas kunci ini ditingkatkan lagi, yaitu melakukan kegiatan pemasaran dengan lebih maksimal. Kegiatan promosi adalah suatu hal yang

tidak bisa dipisahkan dengan aktivitas bisnis, dengan kegiatan promosi yang tepat maka Losmen Cinderella akan semakin dikenal dan mendatangkan pelanggan lebih banyak lagi.

Jika sebelumnya, Losmen Cinderella hanya melakukan promosi melalui *whatsapp* saja maka untuk *business model canvas* yang baru kegiatan promosi dilakukan melalui *platform instagram* dan *facebook*. Melalui media sosial tersebut tidak hanya beriklan untuk meningkatkan *awareness* namun dapat secara langsung melakukan penjualan sekaligus menjalin relasi dengan pelanggan lama maupun calon konsumen yang baru.

Key Partnerships

Dalam menjalankan aktivitas bisnis utamanya, Losmen Cinderella bekerja sama dengan travel borneo sebagai mitranya. Pemilik losmen cinderella memilih travel borneo dengan pertimbangan bahwa *travel* tersebut sering mengantarkan penumpang dari kabupaten yang ingin berkunjung ke Sampit. Oleh karena itu, pada *Business Model Canvas* yang baru, losmen cinderella bekerjasama dengan lebih dari satu travel di Sampit serta bermitra dengan aplikasi online seperti *traveloka*, *agoda* dan *tiket.com*.

Cost Structures

Pada elemen *cost structures*, Losmen Cinderella membutuhkan peninjauan kembali biaya-biaya yang tidak terduga, walaupun selama ini biaya yang tidak terduga cenderung rendah, namun perlu diperhatikan untuk pengelolaan keuangan yang lebih baik. Biaya yang perlu diperhatikan adalah biaya *service AC*, transportasi, dan juga bahan baku untuk penyediaan makan pagi pengunjung

Business Model Canvas Losmen Cinderella Terbaru

Key Partnerships	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Mitra usaha: Traveloka, tiket.com, agoda, travello. 	<ul style="list-style-type: none"> Meningkatkan sistem pelayanan terhadap konsumen. Briefing karyawan 1 bulan 1 kali Mengelola sosial media dan aplikasi Melakukan kontrol fasilitas sebelum digunakan oleh konsumen. 	<ul style="list-style-type: none"> Newness: Melakukan penjualan melalui media sosial dan aplikasi pemesanan hotel yang terdaftar, merancang/mengelola/mengembangkan perangkat lunak seperti <i>website</i>, aplikasi dan sosial media untuk melakukan transaksi, melakukan <i>briefing</i> terhadap karyawan. Performance: Menjaga kualitas pelayanan losmen. Design: mengganti dengan logo yang lebih mempresentasikan losmen cinderella. Accessibility: toko & media sosial. Convience: respon yang diberikan karyawan kepada pengunjung. Customer Problem: Manager secara aktif dan cepat menangani langsung komplain pengunjung. 	<ul style="list-style-type: none"> Personal Assistance: Karyawan dengan pelanggan. Memberikan kartu member dan memberikan diskon pada <i>season</i> tertentu sesuai kebijakan dari pemilik losmen. Mendorong pelanggan untuk mengisi penilaian untuk losmen cinderella yang sudah dapat diakses di google lalu memberikan <i>reward</i> kepada pelanggan. 	<ul style="list-style-type: none"> Mass market: konsumen yang berasal dari berbagai latar belakang dengan tujuan ingin menginap dengan harga terjangkau.
	Key Resources menambah <ul style="list-style-type: none"> Sumber Daya Manusia: manager Sumber Daya Fisik: Fasilitas dan sarana penunjang losmen. Membeli <i>custom software</i> untuk pengelolaan dana atau pembukuan. 		Channels <ul style="list-style-type: none"> Awareness: sosial media dan aplikasi. Evaluation: kritik & saran. Purchase: langsung di losmen, sosial media (<i>instagram</i> & <i>facebook</i>), dan aplikasi <i>traveloka</i>, <i>tiket.com</i> dan <i>agoda</i>. Owned Sales: media sosial. Partner Sales: travel mitra usaha, radio, koran. 	

Cost Structures	Revenue Streams
<ul style="list-style-type: none"> Biaya Tetap: Gaji karyawan, listrik, airpom, pembayaran BPJS Sumber Daya Manusia. Biaya Variabel: biaya iklan atau promosi di sosial media, biaya cetak kartu member bagi pelanggan, Bahan baku, service AC, transportasi, biaya pemeliharaan Losmen. 	<ul style="list-style-type: none"> Penyewaan kamar, tarnsportasi dan laundry pakaian. Tipe aliran pendapatan: Transaksi satu kali dan transaksi berulang. Penetapan harga : Losmen Cinderella menetapkan harga tetap.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis yang dilakukan oleh peneliti, maka ada beberapa hal yang ditambahkan dalam *Business Model Canvas* losmen cinderella yang baru, yaitu:

- Customer Segments** losmen Cinderella hanya berfokus pada customer menengah kebawah, setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas* maka losmen Cinderella berfokus pada customer menengah kebawah dan menengah ke atas, baik itu turis maupun penduduk lokal.
- Value Propositions** pada Losmen Cinderella sebelumnya berfokus pada harga yang terjangkau saja, kemudian setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*, value proposition bertambah menjadi pemesanan melalui aplikasi pemesanan hotel yang terdaftar dan juga untuk menjaga kualitas maka akan dilakukan *briefing*

rutin terhadap karyawan. Untuk *design* diganti dengan logo baru yang lebih merepresentasikan Losmen Cinderella, dan untuk memesan produk dapat langsung datang ke toko dan bagi konsumen yang sudah lama atau kenal dapat memesan melalui sosial media.

- *Channels* pada Losmen Cinderella sebelumnya adalah bekerjasama dengan 1 jasa travel saja, kemudian setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*, *Channels* bertambah dengan penggunaan media sosial dan *marketplace travelling*
- *Customer Relationship* losmen cinderella dengan konsumen, yaitu *personal assistance*, yang terbentuk antara karyawan dengan pelanggan.
- *Revenue Streams* pada losmen Cinderella saat ini didapatkan dari penjualan produk (*asset sales*). Setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*, *Revenue Streams* bertambah menjadi persewaan kamar, transportasi, persewaan ruangan untuk event dan jasa laundry. Variasi jasa dan fasilitas dalam *Business Model Canvas* akan meningkatkan sumber pendapatan pada losmen Cinderella
- *Key Resources* losmen cinderella, yaitu sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya keuangan. Sumber daya manusia, yaitu karyawan dan manajer. Sumber daya fisik, yaitu fasilitas didalam losmen. Namun setelah dianalisis didapatkan bahwa sumber daya manusia pada Losmen Cinderella sangat minim dan kurang baik. Maka setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*, *Key Resources* untuk menambah jumlah karyawan dan struktur organisasi yang jelas. Losmen cinderella juga perlu melakukan pengelolaan keuangan yang baik yang dapat dilakukan dengan cara membeli soft ware pada konsultan yang khusus untuk merancang sistem pembukuan pada perusahaan
- *Key Activities* losmen cinderella yaitu kegiatan promosi dan penyewaan kamar, transportasi dan jasa laundry.
- *Key Partnerships* losmen cinderella, yaitu hubungan kerjasama dengan beberapa travel di Sampit. Sebelumnya losmen cinderella hanya memiliki 1 travel agency, setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*
- *Cost Structures* losmen Cinderella yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah pajak dan ijin usaha untuk losmen Cinderella sementara Biaya variabel ini adalah gaji karyawan, biaya perlengkapan dan peralatan losmen.
- ruangan untuk event dan jasa laundry. Variasi jasa dan fasilitas dalam *Business Model Canvas* akan

meningkatkan sumber pendapatan pada losmen Cinderella

- *Key Resources* losmen cinderella, yaitu sumber daya manusia, sumber daya fisik, dan sumber daya keuangan. Sumber daya manusia, yaitu karyawan dan manajer. Sumber daya fisik, yaitu fasilitas didalam losmen. Namun setelah dianalisis didapatkan bahwa sumber daya manusia pada Losmen Cinderella sangat minim dan kurang baik. Maka setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*, *Key Resources* untuk menambah jumlah karyawan dan struktur organisasi yang jelas. Losmen cinderella juga perlu melakukan pengelolaan keuangan yang baik yang dapat dilakukan dengan cara membeli soft ware pada konsultan yang khusus untuk merancang sistem pembukuan pada perusahaan
- *Key Activities* losmen cinderella yaitu kegiatan promosi dan penyewaan kamar, transportasi dan jasa laundry.
- *Key Partnerships* losmen cinderella, yaitu hubungan kerjasama dengan beberapa travel di Sampit. Sebelumnya losmen cinderella hanya memiliki 1 travel agency, setelah dilakukan pembaharuan *Business Model Canvas*.
- *Cost Structures* losmen Cinderella yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Biaya tetap adalah pajak dan ijin usaha untuk losmen Cinderella sementara Biaya variabel ini adalah gaji karyawan, biaya perlengkapan dan peralatan losmen.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka berikut ini merupakan beberapa saran untuk melengkapi model bisnis yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi losmen cinderella:

- **Customer Segment**

Losmen cinderella sebaiknya mulai berfokus pada pengembangan aktivitas bisnis losmen kedepannya, yakni dengan menargetkan lebih luas target pasar yang akan menjadi pelanggan losmen cinderella. Khususnya pelanggan yang membutuhkan tempat gathering, seminar, pernikahan dan acara keluarga serta para wisatawan.

- **Key activities**

Losmen Cinderella sebaiknya merancang strategi pemasaran yang lebih fokus agar dapat menjangkau pasar yang lebih luas. Contohnya dengan menyediakan layanan tour guide dan persewaan transportasi untuk tamu ataupun para turis.

- **Value propositions**

Losmen Cinderella tetap mempertahankan biaya yang terjangkau dengan fasilitas yang baik dengan pelayanan yang ramah. Agar lebih meningkatkan kualitas, Losmen Cinderella harus sudah mulai memerhatikan fasilitas yang ada didalam losmen, misalnya kelengkapan fasilitas didalam kamar mandi dan cat tembok. Hal ini dapat mempengaruhi keuntungan yang bisa didapatkan lebih karena konsumen melihat kualitas yang diberikan losmen cinderella.

- **Key resources**

Agar aktivitas bisnis lebih terkontrol dan terstruktur dengan baik, Losmen Cinderella sudah harus memperhatikan sumber daya yang akan dipekerjakan di Losmen Cinderella. Losmen Cinderella juga dapat mendaftarkan para karyawan ke Badan Penyelenggara Jaminan Sosial (BPJS) Kesehatan. Pada Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 111 Tahun 2013 tentang Perubahan Atas Peraturan Presiden Nomor 12 Tahun 2013 Tentang Jaminan Kesehatan. Pasal 6 ayat 1 dan 3 serta pasal 11 ayat 1 menyatakan tentang perusahaan dan pekerjanya wajib mendaftarkan diri ke BPJS Kesehatan. Dengan begitu perusahaan dan para karyawan mendapatkan jaminan kesehatan dari pemerintah serta taat akan hukum yang berlaku.

- **Customer relationship**

Menjaga hubungan baik antar pelanggan dengan memanfaatkan media sosial sebagai sarana berkomunikasi, dan juga secara langsung saat pelanggan menginap di Losmen Cinderella. Losmen Cinderella dapat menyimpan nomor kontak customer dan menginfokan promosi serta event apa saja yang berlangsung di Losmen Cinderella

- **Cost structure**

Losmen Cinderella dapat memangkas pengeluaran tak terduga dengan melakukan pencatatan dan menentukan biaya yang dapat di kurangi. Hal ini seperti biaya perlengkapan dan perkakas. Salah satunya adalah dengan menemukan supplier bahan baku yang lebih murah dan terjangkau.

- **Key Partnerships**

Untuk kedepannya, Losmen Cinderella disarankan untuk bekerja sama dengan lebih dari 1 travel dan beberapa media lokal dengan perjanjian tertulis yang menguntungkan dua belah pihak. Media lokal dalam hal ini adalah Radio kota Sampit dan tour guide lokal yang ada di kota Sampit

- **Channels**

Untuk dapat menasar pasar yang lebih luas, losmen cinderella harus sudah memperhatikan aktivitas promosi yang lebih efektif saat ini dengan memanfaatkan platform media sosial dan aplikasi untuk memudahkan pelanggan. Promosi ini adalah pembuatan instagram serta website yang bagus agar meningkatkan *engagement* serta informasi Losmen Cinderella

- **Revenue stream**

Losmen Cinderella dapat meningkatkan aliran pendapatan melalui pembuatan kartu member dan diskon berkala untuk customer yang menginap di Losmen Cinderella. Hal ini untuk mendorong pembelian ulang dari customer lama dan dapat menarik customer baru untuk menginap di Losmen Cinderella

DAFTAR REFERENSI

- Kasali, R. (2017). *Tomorrow is Today*. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Terjemahan* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Manajemen, T. P. (2012). *Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia*. Jakarta: Pendidikan Pembinaan Manajemen.
- Moleong, L. J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: a handbook for visionaries, game changers, and challengers*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Osterwalder, Alexander & Pigneur, Yves. 2013. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: Wiley
- Slávik Štefan, B. R. (2014, December). Analysis of Business Models. *Journal of Competitiveness*, 6(4), 19-40.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Hendrawan (2020) *Analisis Business Model Canvas pada Manna Bakery Mojokerto*. Surabaya: Universitas Kristen Petra.
- Enggano (2021) *Strategi Pengembangan Bisnis pada UD. Mega Jaya dengan menggunakan Business Model Canvas*. Surabaya: Universitas Kristen petra.