

PENYUSUNAN MODEL BISNIS PADA HOTEL SUMMER BED AND BREAKFAST BANJARMASIN DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

Gunadi Taslim

Program Manajemen Bisnis, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya 60236
gunaditaslim08@gmail.com

Abstrak-Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *Business Model Canvas (BMC)* saat ini dan merancang BMC yang telah dikembangkan pada Hotel Summer Bed & Breakfast Banjarmasin. Analisis yang 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*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Pengumpulan data yang dilakukan dengan menggunakan teknik wawancara semi terstruktur. Hasil penelitian dari identifikasi BMC yang baru menunjukkan gambaran perusahaan kedepannya mengenai 9 elemen BMC. Pada *customer segment* dapat ditambahkan pelanggan dari seluruh wilayah Kalimantan. Pada *value propositions* bisa ditambahkan visi dan misi perusahaan. Pada *channels* dapat ditambahkan departemen *public relation*. Pada *key resources* dapat mempekerjakan seorang manajer sumber daya manusia. Pada *customer relationship* dapat membentuk *loyalty program* bagi pelanggan loyal

Kata kunci : Business Model Canvas, model bisnis, SWOT

PENDAHULUAN

Pertumbuhan hotel yang selalu mengalami peningkatan setiap tahunnya membuat persaingan semakin meningkat, oleh karena itu perusahaan harus menciptakan inovasi-inovasi baru dan menciptakan strategi-strategi baru yang dapat membuat perusahaan dapat bersaing dan berkembang di era yang kompetitif ini. Namun inovasi dan strategi sendiri tidaklah cukup, perusahaan harus memiliki dasar model bisnis yang baik dan kuat. Model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana suatu organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010, p.14). Sebuah model bisnis dapat digambarkan dengan baik melalui sembilan elemen yang menunjukkan logika bagaimana perusahaan bertujuan menghasilkan uang. Model bisnis digambarkan seperti *blueprint* untuk strategi yang akan diterapkan melalui struktur, proses, dan sistem organisasi (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 15).

Untuk mengembangkan model bisnis terdapat beberapa *tools* yang bisa digunakan, salah satunya adalah *business model canvas*. *Business model canvas* adalah gambaran dari model bisnis yang terdiri dari 9 elemen, yaitu *customer segments* yaitu kelompok atau organisasi yang ingin dijangkau perusahaan, *value propositions* yaitu nilai yang ingin diberikan perusahaan kepada konsumen, *channels* yaitu cara perusahaan untuk berkomunikasi, *customer relationships* yaitu hubungan antara perusahaan dengan konsumen, *revenue streams* yaitu pendapatan yang diperoleh perusahaan, *key resources* yaitu aset penting yang dimiliki perusahaan untuk menjalankan tujuannya, *key activities* yaitu kegiatan perusahaan, *key partnerships* yaitu kumpulan mitra yang memiliki peranan bagi perusahaan, dan *cost structure* yaitu biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melakukan operasional (Osterwalder & Pigneur, 2010, p. 22).

Melihat dari permasalahan ini, penelitian ini ditunjukkan pada Hotel Summer BNB Banjarmasin. Pada awalnya hotel ini didirikan oleh bapak Lim Chindra Surya Salim asal Banjarmasin. Hotel ini mulai beroperasi pada tahun 2013. Keunggulan dari hotel ini adalah lokasi usaha yang tepat berada

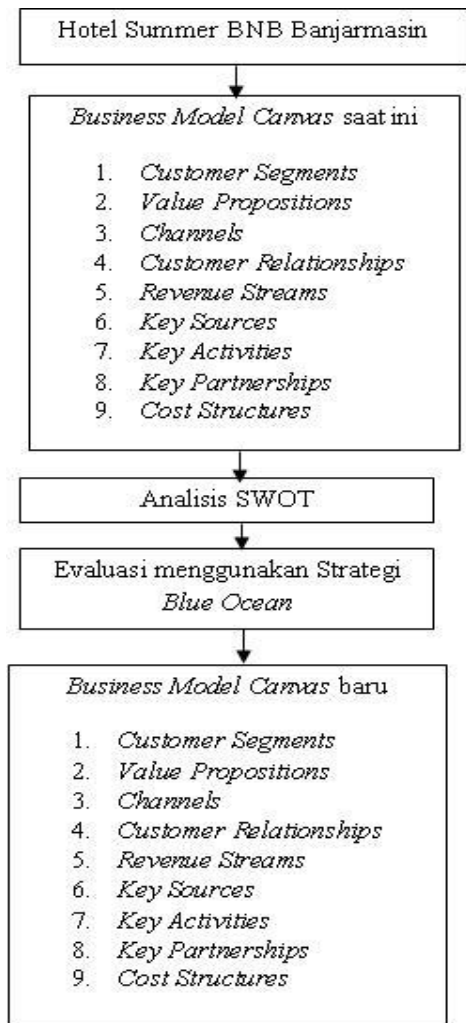
di pusat Kota Banjarmasin dan konsep hotel yang menerapkan *art hotel* dan *rooftop bar*. Hotel ini beralamat di Jalan Veteran no. 3 Banjarmasin yang membuat hotel ini dekat dengan objek wisata dan daerah perkantoran di Banjarmasin. Objek wisata yang bisa dikunjungi dengan mudah dari hotel ini adalah Pasar Terapung, Masjid Raya Sabilal Muhtadin, Menara Pandang Siring Sungai Martapura dan Taman Bekantan yang menjadi ikon kota Banjarmasin. Lokasi hotel ini juga dekat dengan perkantoran pemerintah dan perbankan yang menjadikan hotel ini cukup sering dikunjungi tamu yang berkaitan dari instansi tersebut. Hotel ini memiliki 7 lantai dimana di lantai satu digunakan sebagai *lobby* dan *receptionist*, lantai dua difungsikan sebagai *meeting room*, lantai tiga hingga enam adalah kamar hotel yang berjumlah 53 kamar dan lantai tujuh sebagai *café* yang buka selama 24 jam. Saat ini tingkat okupansi hotel menyentuh angka diatas 80%, puncak keramaian hotel ini ada pada hari jumat sampai hari minggu dimana okupansi hotel bisa mencapai angka 100%. Tamu dari hotel dan *café* ini cukup beragam, pada hari kerja tamu berasal dari kalangan pebisnis dan tamu-tamu yang sedang transit. Pada akhir pekan, tamu hotel dan *café* berasal dari keluarga, anak-anak muda berusia 17 – 30 tahun dan wisatawan.

Masalah yang sering terjadi pada hotel ini adalah mengenai *key resources* terutama pada aspek sumber daya manusia yang seringkali tidak berada pada kendali dan pengawasan yang menimbulkan banyak permasalahan seperti kamar hotel yang kebersihannya tidak sesuai dengan standar hotel, dan perawatan fasilitas hotel yang tidak terjaga dengan baik. Hal ini berimbas pada pelanggan, tidak sedikit pelanggan yang memberikan kritik dan memberi ulasan yang tidak sesuai dengan keinginan pemilik hotel. Masalah lain yang masih ada sejak hotel ini beroperasi adalah mengenai makanannya yang tidak enak, karena pada awalnya hotel ini dipaksakan untuk beroperasi dengan apa adanya tanpa mempertimbangkan segala aspek yang masih perlu ditingkatkan sebelum mulai beroperasi, sehingga saat ini makanan di hotel ini sudah mempunyai reputasi yang buruk.

Kota Banjarmasin saat ini sedang mendorong sektor pariwisata. Wali Kota Banjarmasin Ibnu Sina menyatakan sektor pariwisata menjadi salah satu fokus pembangunan pada tahun 2017 yang sedang dibahas dalam Musyawarah Perencanaan Pembangunan (Musrenbang) tingkat kota, meski peningkatan sektor pariwisata merupakan tugas Dinas kebudayaan dan Pariwisata, namun pemenuhan infrastrukturnya berkaitan pula dengan instansi lainnya, hingga sinergi antarinstansi harus dimantapkan, sehingga tercapai hasil yang memuaskan (Sukarli, 2017).

Dari permasalahan-permasalahan Hotel Summer BNB Banjarmasin, peneliti merasa bahwa *business model canvas* sangat dibutuhkan agar dapat mengevaluasi model bisnis yang diterapkan saat ini. Sehingga bisa memperbaiki segala aspek yang masih kurang baik dan dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi. Berdasarkan paparan diatas, maka peneliti memilih judul "*Penyusunan Model Bisnis pada Hotel Summer BNB Banjarmasin dengan menggunakan Business Model Canvas*"

Kerangka Penelitian



Gambar 1. Kerangka Berpikir Sumber: Osterwalder dan Pigneur (2010)

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Penulis memilih menggunakan jenis penelitian kualitatif karena ingin menganalisis *business model canvas* pada Hotel Summer Bed and Breakfast Banjarmasin

Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Metode studi kasus merupakan metode yang melakukan penyelidikan mendalam sehingga dapat mengetahui secara lengkap gambaran mengenai keadaan perusahaan tersebut. Tujuan dari studi kasus yaitu dapat mengantarkan peneliti untuk memasuki unit-unit sosial seperti individu, kelompok, lembaga atau komunitas

Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah orang-orang yang terlibat dalam menjalankan aktivitas di Hotel Summer Bed and Breakfast Banjarmasin. Dalam hal ini orang-orang yang menjadi subjek penelitian adalah pemilik, direkur, manajer operasional dan manajer pemasaran. Dan objek penelitian ini adalah evaluasi model bisnis dan perancangan model bisnis masa depan pada Hotel Summer Bed and Breakfast Banjarmasin dengan menggunakan pendekatan 9 elemen dalam *business model canvas* yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key sources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*.

Sumber Data

Sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah sumber data primer. Sumber data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari subjek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dan identifikasi sembilan elemen *business model canvas* pada Hotel Summer Bed and Breakfast Banjarmasin

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipakai peneliti yaitu dengan menggunakan metode wawancara. Menurut Esterberg dan Sugiyono (dalam Sugiyono 2016, p.231) Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.

Teknik wawancara yang digunakan peneliti adalah wawancara semi terstruktur dimana wawancara yang dilakukan bisa saja berubah sesuai dengan keadaan dan jawaban yang diberikan oleh narasumber.

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan konsep model analisis data dari Milles, Huberman dan Sugiyono (dalam Sugiyono, 2016, p. 246) yang mengemukakan tiga langkah yaitu :

1. *Data Reduction* : dalam menganalisis data langkah pertama yang dilakukan adalah *data reduction*. Reduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal utama, berfokus pada hal-hal yang penting dicari tema dan polanya. Sehingga data yang telah direduksi akan menggambarkan yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya. Tujuan reduksi data adalah untuk mendapatkan informasi yang lebih terfokus dan terarah sesuai dengan kebutuhan penelitian.
2. *Data Display* : langkah kedua setelah reduksi data adalah menyajikan data. Bentuk penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk table, grafik, *pie chart*, dan sejenisnya.
3. *Conclusion Drawing / verification* : langkah terakhir dalam analisis kualitatif adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah ketika tidak ditemukan bukti-bukti yang kurang *valid*. Tetapi apabila didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah kredibel

ANALISA DAN PEMBAHASAN

Analisis SWOT Setiap Elemen *Business Model Canvas*

Dari hasil wawancara yang dilakukan dengan para narasumber mengenai sembilan elemen pada kondisi sekarang telah diperoleh. Maka akan dilakukan analisa *Strength*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* dari masing-masing elemen yang ada. Berikut adalah penjabarannya:

Customer Segment

1. *Strengths* : Memiliki hubungan yang baik dengan konsumen, sehingga memungkinkan konsumen menjadi loyal dan Pasar yang dituju sangat luas.
2. *Weakness* : Belum bisa menjangkau pasar diluar wilayah Kalimantan
3. *Opportunities* : Kota Banjarmasin sedang mendorong pariwisata yang memungkinkan untuk mendatangkan banyak turis domestik dan internasional serta Kota Banjarmasin adalah kota transit bagi para pebisnis yang akan pergi ke daerah kecil di sekitar Banjarmasin.
4. *Threats* : Industri yang semakin kompetitif dengan banyaknya hotel dan *café* baru di Banjarmasin

Value Proposition

1. **Strengths** : Hotel memiliki konsep yang baru dan berbeda di Banjarmasin ; Memberikan pelayanan yang baik dan merespon keluhan konsumen dengan cepat; Lokasi strategis, dekat dengan obyek wisata dan distrik bisnis; Memiliki *rooftop bar* pertama di Banjarmasin; Tidak memiliki layanan *short time*
2. **Weakness** : Tidak memiliki visi dan misi; *Meeting room* tidak memadai untuk jumlah orang banyak; Lahan parkir yang kurang
3. **Opportunities** : Dapat melakukan inovasi baru sesuai dengan *trend* yang digemari masyarakat
4. **Threats** : Nilai yang ditawarkan tidak cukup untuk membuat calon konsumen tertarik

Channels

1. **Strengths** : Memanfaatkan media sosial seluruh karyawan untuk promosi.; Mengadakan *event* secara berkala; Memiliki kerjasama dengan koran Banjarmasin Post dan J Radio
2. **Weakness** : Belum bisa menjangkau wilayah diluar Kalimantan; Kesulitan mendapat akses untuk mendapat peralatan dan bahan baku makanan tertentu; Kesulitan mendapat akses untuk mendapat alat-alat yang diperlukan
3. **Opportunities** : Tingginya frekuensi pengadaan *event* di Banjarmasin sebagai salah satu cara promosi; Penggunaan hotel sebagai tempat untuk beristirahat sudah berubah ke arah bisnis
4. **Threats** : Persaingan untuk menjadi *venue* sebuah *event* diselenggarakan

Customer Relationship

1. **Strengths** : Memiliki hubungan yang baik dengan konsumen; Mempunyai pelanggan loyal untuk hotel dan *café* yang datang secara rutin dalam dua bulan sekali atau lebih; Merespon konsumen dengan cepat
2. **Weakness** : Bagi karyawan baru, sulit untuk membangun hubungan dengan konsumen; Tidak ada *loyalty program* bagi pelanggan setia
3. **Opportunities** : Mendapat berbagai kritik dan saran dari konsumen melalui *online travel agent* maupun secara langsung yang dapat membuat perusahaan ini berbenah menjadi lebih baik; Pelanggan loyal membawa pelanggan baru untuk membeli produk Summer Bed & Breakfast
4. **Threats** : Adanya internet dapat membuat penyebaran informasi yang negatif karena ketidakpuasan konsumen; *Loyalty program* pesaing lebih menguntungkan bagi konsumen

Revenue Stream

1. **Strengths** : Pendapatan utama berasal dari 3 sumber (kamar, *meeting room*, dan *café*); Konsumen dapat menggunakan jenis transaksi secara tunai, maupun non tunai; Pendapatan dapat memenuhi kegiatan operasional hotel; Pendapatan memungkinkan perusahaan untuk melakukan ekspansi
2. **Weakness**: Pendapatan dari *laundry*, *massage*, dan layanan antar jemput bandara tidak signifikan
3. **Opportunities** : Dapat bekerjasama dengan penyelenggara *event* untuk menambah pendapatan
4. **Threats** : Banyak hotel dengan bintang lebih tinggi ikut bermain di harga yang lebih rendah

Key Resources

1. **Strengths** : Tingkat *turnover* staff rendah; Hubungan antar seluruh karyawan Summer Bed & Breakfast sudah seperti keluarga; Ada peraturan untuk menjaga kode etik; Karyawan mendapat fasilitas gaji pokok, *service money* dan makan siang.

2. **Weakness** : Butuh *training* yang banyak untuk mengembangkan karyawan; Tidak ada HRD yang mengurus hal-hal terkait dengan sumber daya manusia
3. **Opportunities** : Menciptakan tenaga kerja ahli yang bersertifikasi; Membuka lapangan pekerjaan baru
4. **Threats** : Peraturan pemerintah yang menaikkan upah minimum kerja,

Key Activities

1. **Strengths** : Pembagian tugas dalam setiap divisi sudah efektif; Aktivitas bisnis utama berasal dari penjualan kamar, *meeting room* dan *café*; Menyelenggarakan event dengan berbagai instansi
2. **Weakness** : Peralatan hotel dan *café* tidak dalam kendali sehingga sering terjadi kelalaian dalam pemeriksaan barang
3. **Opportunities** : Mengadakan event lebih sering untuk menjadi alat bantu promosi hotel
4. **Threats** : Pada kondisi tertentu, seperti bulan puasa kegiatan bisnis tidak seramai pada bulan lainnya.

Key Partnership

1. **Strengths** : Memiliki hubungan yang baik dengan para mitra kerja; Memiliki mitra dari *government*, *corporate*, dan individu; Tergabung dalam Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia (PHRI)
2. **Weakness** : Pembayaran yang dilakukan mitra berupa pembayaran mundur
3. **Opportunities** : Memiliki hubungan yang baik dengan mitra kerja memungkinkan Summer Bed & Breakfast untuk menambah mitra baru
4. **Threats** : Mitra kerja memilih bekerjasama dengan perusahaan lain

Cost Structure

1. **Strengths** : Ada perencanaan anggaran; Biaya tak terduga sudah memiliki anggaran tersendiri
2. **Weakness** : Banyaknya biaya tak terduga seperti sumbangan dan taktis
3. **Opportunities** : Mengurangi biaya yang tidak diperlukan
4. **Threats** : Inflasi membuat semua biaya ikut naik

Evaluasi Kerangka Kerja Empat Langkah

Dalam mengidentifikasi setiap elemen yang terbagi dalam empat kolom. Kolom pertama adalah kolom *create*, yang berisi tentang bagaimana perusahaan menciptakan nilai-nilai baru dari peluang yang ada. Kolom kedua yaitu *eliminate*, berisi tentang menghilangkan apa yang menjadi kelemahan yang ada, kemudian di kolom ketiga ada *raise* yaitu cara perusahaan meningkatkan kekuatan yang dimiliki saat ini. Kolom terakhir adalah kolom yang berisi tentang bagaimana mengurangi terjadinya ancaman, kolom ini disebut dengan *reduce*. Tabel 1 dibawah ini digunakan sebagai input untuk membuat *Business Model Canvas* pada Summer Bed & Breakfast di masa yang akan datang.

Tabel 1. Kerangka Kerja Empat Langkah

Elemen	Create	Eliminate	Raise	Reduce
Customer Segments	Konsumen baru diluar wilayah kalimantan			Kesamaan menu yang umum dan tidak diminati oleh konsumen
Value Proposition	a. Menciptakan inovasi-inovasi baru b. Membuat visi dan misi		Pelayanan dan kualitas produk	
Channels	a. Melakukan pengembangan di kota sekitar Banjarmasin b. Membuat divisi <i>public realtion</i>		a. Me-maksimal-kan seluruh media untuk promosi b. Mengada-kan event lain selain live music	
Customer Relationship	a. Membuat program <i>loyalty</i> bagi konsumen, seperti <i>membership card</i> yang memberi keuntungan bagi konsumen. b. Membangun kepercayaan dengan <i>customer</i>		Membawa hubungan dengan <i>customer</i> lebih baik	
Revenue Streams	a. Bekerjasama dengan GoFood untuk menambah pendapatan <i>cafe</i> b. Bekerja sama dengan Grab / Gojek untuk memenuhi kebutuhan transportasi pelanggan			
Key Resources	Membuat divisi HRD		a. Hubungan antara karyawan maupun antara karyawan dengan pemilik b. Pelatihan untuk karyawan	
Key Activities	<i>Maintenance</i> dan pengawasan <i>inventory</i>		Mendatangk an <i>food consultant</i> untuk mengemban gkan divisi <i>F&B</i>	
Key Partnership	Bekerjasama dengan mitra baru		Hubungan yang lebih baik dengan mitra	
Cost Structure	Anggaran lebih rinci		Penghemata n biaya operasional	Biaya tak terduga

Business Model Canvas Baru

Business model canvas yang baru ini terdiri dari sembilan elemen dimana masing-masing elemennya telah dilakukan analisis SWOT dan sudah dievaluasi menggunakan kerangka kerja empat langkah.

Customer Segment

Pada elemen *customer segment*, Hotel Summer Bed & Breakfast menetapkan target pasarnya pada *mass market* (model bisnis yang berfokus pada pasar massal tidak membedakan

antara Segmen Pelanggan yang berbeda) tetapi dapat diubah menjadi *segmented* (membedakan antara segmen pasar dengan kebutuhan dan masalah yang sedikit berbeda.) dengan tujuan melakukan strategi pemasaran yang lebih terarah. Hotel Summer Bed & Breakfast pada hari kerja dapat berfokus pada konsumen dari kalangan pebisnis dan tamu yang sedang transit. Untuk akhir pekan hotel ini dapat berfokus pada kalangan anak-anak muda yang berusia 17 – 30 tahun dan wisatawan karena akses yang dekat dengan obyek wisata Banjarmasin. Untuk *café* hotel ini pada siang hingga sore hari dapat difokuskan pada segmen orang dewasa berusia 31 – 45 tahun, pebisnis dan pekerja kantor untuk melakukan makan siang dan *meeting* pekerjaan. Pada malam hari *café* hotel ini dapat difokuskan untuk anak-anak muda berusia 17 – 30 tahun yang datang secara berkelompok, karena di *café* hotel ini diadakan *live music* setiap malam dan pencahayaan yang cenderung gelap lebih cocok untuk anak-anak muda. Dilihat dari segi harga yang ditetapkan Hotel Summer Bed & Breakfast, harga ini dapat dijangkau oleh segmen konsumen yang mereka tuju. Karakteristik segmen pelanggan dari Hotel Summer Bed & Breakfast adalah konsumen yang mengutamakan kenyamanan, pelayanan dan harga. Para tamu hotel ini akan mendapat nilai yang lebih dari apa yang mereka bayar, dari pengalaman menginap ini mereka akan terus kembali ke Hotel Summer Bed & Breakfast dan membagikan ulasan positif di internet dan secara mulut ke mulut. Hotel Summer Bed & Breakfast perlu menarik konsumen-konsumen baru dari luar Kalimantan, untuk dapat memenuhi tingkat okupansi hotel ini, dan dapat menambah konsumen baru dari luar Kalimantan.

Value Proposition

Hotel Summer Bed & Breakfast berada tepat di pusat kota Banjarmasin yang menjadi keunggulan hotel ini, lokasi ini dekat dengan objek wisata kota Banjarmasin dan dekat dengan perkantoran, bank dan kantor pemerintahan. Hotel ini juga termasuk salah satu gedung tinggi di Banjarmasin dan berwarna kuning sehingga hotel ini menarik perhatian masyarakat. Hotel Summer Bed & Breakfast harus membuat visi dan misi agar hotel ini mempunyai tujuan dan arah yang jelas. Hotel Summer Bed & Breakfast memberikan konsep baru dalam industri hotel di Banjarmasin, para tamu akan disambut dengan desain mural dari lobby hingga masuk kedalam kamar mereka, dan para tamu juga mendapat kesempatan makan pagi dengan melihat pemandangan sungai martapura dan kota Banjarmasin dari *rooftop* hotel ini. Karena kelebihan ini, Hotel ini telah menjadi salah satu tempat foto yang *Instagramable* di Banjarmasin yang sering dikunjungi oleh anak-anak muda. Hotel Summer Bed & Breakfast juga memberikan pelayanan yang ramah dan baik bagi setiap tamu yang menginap dan tamu yang datang pergi ke *café*. Pelayanan yang baik ini ditunjukkan dengan memberi respon yang cepat dan komunikatif dalam menangani kebutuhan konsumen dan menyelesaikan kebutuhan tamu dengan cepat. Hotel Summer Bed & Breakfast belum lama ini juga menghadirkan *vending machine* yang menjual berbagai makanan seperti camilan dan makanan instan serta minuman kemasan. Hal ini dikarenakan sedikitnya minimarket disekitar hotel, sehingga hotel ini mendatangkan *vending machine* untuk memudahkan tamu membeli keperluan mereka. Hotel ini berbeda dengan hotel bintang 3 atau sekelasnya di kota Banjarmasin, karena di setiap kamar hotel ini sudah menggunakan bantal dan kasur standar hotel berbintang 4 yang membuat hotel ini memiliki nilai tambah bagi kalangan orang tua dan pebisnis yang mementingkan kenyamanan. Hotel Summer Bed & Breakfast bisa menambah nilai mereka dari pelanggan dengan memberikan sambutan atau sapaan yang unik bagi pelanggan agar para tamu mendapat kesan yang baik dan teringat akan hotel ini. Konsep hotel ini juga perlu diperkenalkan menjadi hotel yang memberikan nuansa seni pertama di Banjarmasin.

Channels

Elemen ini bisa dikatakan sebagai salah satu kunci bagi perusahaan dalam promosi. Hotel Summer Bed & Breakfast harus membuat divisi *public relation* untuk menangani media dan membuat opini public yang baik mengenai Hotel Summer Bed & Breakfast. hotel ini telah bekerjasama dengan media cetak, yaitu Banjarmasin Post, memasang baliho di daerah yang ramai serta menyebarkan brosur dan media elektronik, J Radio untuk melakukan kegiatan promosi saat ini. Promosi melalui media sosial dan internet saat ini adalah cara paling efektif untuk melakukan kegiatan promosi, untuk saat ini Summer Bed & Breakfast sudah melakukan promosi di Instagram, dan akun Instagram seluruh karyawan hotel ini, tetapi akan lebih baik jika Summer Bed & Breakfast juga melakukan promosi di sosial media lainnya seperti *Facebook, Twitter* dan bisa juga dengan berkolaborasi dengan *influencer* atau *content creator* untuk promosi seperti yang sebelumnya sudah pernah dilakukan dengan seorang *youtuber* dengan *channel Ric Snt. Event-event* yang diselenggarakan selama ini sebaiknya divariasikan tidak hanya sekedar *live music* untuk *café* dan *event* hotel bisa dilakukan lebih sering agar banyak konsumen yang ikut berpartisipasi di kegiatan tersebut.

Customer Relationship

Hotel Summer Bed & Breakfast sudah memiliki hubungan yang baik dengan konsumen, tapi hubungan baik ini harus ditingkatkan lagi sampai hotel ini mendapat kepercayaan konsumen dan menjaga komunikasi secara berkala juga penting untuk menjaga hubungan ini. Hubungan yang baik ini akan berdampak baik bagi Summer Bed & Breakfast, dengan hubungan ini pelanggan dapat membantu promosi hotel ini dengan merekomendasikan hotel ini kepada kerabat-kerabatnya. Hotel Summer Bed & Breakfast dapat membentuk *loyalty program* bagi pelanggan loyal dengan memberikan poin pada setiap kali melakukan reservasi kamar yang nantinya poin tersebut dapat ditukarkan dengan penghargaan dari hotel. Hotel ini juga harus membuat *guest card* untuk mendapat kritik dan saran secara langsung dari tamu.

Revenue Streams

Pendapatan utama Summer Bed & Breakfast berasal dari penjualan kamar, *meeting room*, dan *café*. Summer Bed & Breakfast juga mendapat pendapatan lain dari *laundry* dan *massage* yang berasal dari pihak eksternal, serta layanan antar jemput bandara hotel. Selanjutnya, dalam meningkatkan pendapatan dapat dilakukan peningkatan target penjualan yang saat ini selalu terpenuhi. Sumber pendapatan lain *cafe* hotel ini juga bisa dengan membuka *barista class* dengan meningkatnya minat minum kopi di masyarakat.

Key Resources

Pada elemen *key resources*, ada baiknya bagi Summer Bed & Breakfast menerima pekerja *part time* untuk menambah kegiatan operasional mereka, dan diperlukan pelatihan bagi karyawan disini untuk menambah keterampilan dan memiliki kepribadian yang lebih baik. Setiap karyawan di hotel ini juga bisa diikut sertakan dalam tahap sertifikasi tenaga kerja yang diselenggarakan oleh Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia yang bertujuan untuk menciptakan sumber daya manusia berkualitas yang tidak kalah saing dengan sumber daya manusia luar negeri. Selanjutnya yang perlu diperhatikan adalah *maintenance* kualitas produk dan pelayanan. Setiap kamar hotel dan *meeting room* harus dimonitor setiap hari agar standar kebersihan, kenyamanan, dan fasilitasnya tetap terjaga dan dapat memuaskan konsumen, dari *café* hotel ini harus mampu menjaga konsistensi rasa makanan dan minuman agar tidak berubah-ubah. Yang terakhir, rasa kekeluargaan harus ditanamkan dalam lingkungan Summer Bed & Breakfast baik antar karyawan maupun dengan tamu, dengan adanya hubungan yang baik ini

diharapkan mampu menciptakan lingkungan kerja yang harmonis dan tamu akan terkesan dengan pelayanan yang diberikan.

Key Activities

Pada elemen *key activities*, kegiatan bisnis yang dilakukan adalah menjual kamar, *meeting room*, dan *café*. Kegiatan yang dikerjakan setiap divisi sudah berjalan dengan baik tetapi masih bisa ditingkatkan lagi dan kegiatan yang menghambat jalannya operasional bisa dihilangkan. Kegiatan lain yang harus dilakukan adalah menangani *complain* tamu dengan cepat dan mengatasi permasalahan yang dialami tamu dengan memberikan solusi yang tidak merugikan kedua belah pihak. Kegiatan terkait dengan perawatan dan pemeliharaan aset hotel juga perlu dilakukan, seperti perawatan gedung hotel dan fasilitas-fasilitas yang terdapat didalamnya dan *inventory check* semua peralatan hotel seperti sendok, garpu, piring, dan gelas supaya tidak hilang.

Key Partnership

Pada elemen ini, mitra bisnis yang perlu diperhatikan lebih adalah mitra bisnis yang dapat menghambat proses oprasional dari Summer Bed & Breakfast, dimana dapat merugikan Summer Bed & Breakfast. Hubungan mutualisme dengan mitra bisnis perlu dikembangkan seperti dengan PT. Sukanda Djaya yang terus membantu hotel ini dalam menyediakan bahan baku makanan dan minuman yang sulit ditemukan di Banjarmasin. Selanjutnya ada Tanamera Coffee dan Herd Coffee Roaster yang selalu menyediakan biji kopi dari olahan terbaik. Mitra bisnis yang terpenting dalam industri ini adalah *online travel agent*, karena mereka mendatangkan konsumen untuk hotel dan mereka juga penghasil pendapatan bagi Summer Bed & Breakfast. Hubungan dengan mitra bisnis ini harus terus dikembangkan, dan jangan sampai Summer Bed & Breakfast merusak kepercayaan yang diberikan oleh mitra-mitra ini karena akan merugikan hotel Summer Bed & Breakfast sendiri. Hotel Summer Bed & Breakfast bisa menambah pendapatan mereka dari penjualan makanan secara *online* dengan bermitra bersama Gojek dan Grab selaku penyedia layanan.

Cost Structure

Dalam *cost structure*, biaya-biaya yang tidak terduga perlu ditinjau kembali meskipun biaya ini sudah dianggarkan dan bernominal wajar. Biaya tidak terduga ini dapat terus bertambah dan tidak sesuai dengan estimasi biaya yang diperhitungkan. Biaya operasional seperti air, listrik dan telepon perlu dilakukan penghematan untuk menambah pendapatan perusahaan\

PENUTUP

Kesimpulan

1. *Customer Segment* : Hotel Summer Bed & Breakfast adalah anak muda, pebisnis, wisatawan, orang yang akan transit di Banjarmasin, perusahaan swasta dan pemerintah.
2. *Value Propostition* : Hotel Summer Bed & Breakfast memiliki konsep *art hotel* yang membuat hotel ini banyak dihiasi dengan desain-desain mural yang menjadikan hotel ini menjadi salah satu tempat foto yang *instagramable* . Lokasi Hotel Summer Bed & Breakfast terletak di pusat kota yang menjadikan lokasi ini strategis. Hotel Summer Bed & Breakfast juga memiliki *rooftop bar* pertama di Banjarmasin.
3. *Channel* : Hotel Summer Bed & Breakfast menggunakan media sosial, media cetak, media elektronik dan *sales call* untuk memperkenalkan diri dan melakukan kegiatan promosi.
4. *Customer Relationship* : Hotel Summer Bed & Breakfast menjaga hubungan dengan cara melakukan kunjungan rutin

kepada konsumen, memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen di saat mereka sedang menginap, dan menjaga komunikasi dengan konsumen. Selain itu Hotel Summer Bed & Breakfast juga menerima kritik dan saran untuk menjaga hubungan dengan konsumen

5. *Revenue Stream* : Hotel Summer Bed & Breakfast memperoleh pendapatan terbesar dari penjualan kamar, *meeting room* dan *café*. Pendapatan tambahan lainnya diperoleh dari layanan antar jemput bandara, *massage*, *laundry* dan taxi.
6. *Key Resources* : Sumber daya utama Hotel Summer Bed & Breakfast adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia yang dipekerjakan di hotel ini sudah melalui test-test dan memenuhi kriteria-kriteria yang diminta.
7. *Key Activities* : Aktivitas bisnis yang dijalankan dalam hotel ini adalah penjualan kamar, *meeting room*, dan *café*. Kegiatan operasional di hotel ini dijalankan oleh divisi *security*, *engineering*, *housekeeping*, *food & beverage*, *marketing*, *front office*, Operasional, direktur operasional dan *accounting*.
8. *Key Partnership* : Mitra dari Hotel Summer Bed & Breakfast adalah PT. Sukanda Djaya yang menjadi supplier bahan baku makanan dan minuman. Untuk biji kopi didapat dari Herd Coffee Roaster dan Tanamera Coffee. *Online travel agent* seperti Traveloka, Tiket.com, PegiPegi, Airy dan Booking.com adalah mitra dalam penjualan kamar hotel secara *online*. Mitra sponsor dalam pengadaan *event* adalah Gudang Garam. Hotel Summer Bed & Breakfast juga tergabung dalam Perhimpunan Hotel & Restoran Indonesia (PHRI).
9. *Cost Structure* : Biaya yang dikeluarkan untuk operasional adalah gaji pokok, pajak, listrik, air, telepon, internet dan tv kabel. Selain itu ada juga biaya tidak terduga seperti biaya taktis dan sumbangan.

Saran

1. Hotel Summer Bed & Breakfast memperluas pangsa pasar hingga seluruh Kalimantan
2. Hotel Summer Bed & Breakfast membuat divisi baru yakni *public relation* yang nantinya akan bertanggung jawab menangani media dan membangun opini publik yang baik.
3. Hotel Summer Bed & Breakfast mempekerjakan seorang manajer sumber daya manusia untuk menangani hal-hal yang berkaitan dengan karyawan.
4. Hotel Summer Bed & Breakfast memperkenalkan diri sebagai hotel yang memberikan nuansa seni dan *instagramable*.
5. Hotel Summer Bed & Breakfast membuat *loyalty program* dengan tujuan menjaga hubungan dengan konsumen dan membuat *guest card* yang bertujuan mendapat kritik dan saran secara langsung dari konsumen.
6. Hotel Summer Bed & Breakfast rutin melakukan pengecekan kamar dan *meeting room* agar kebersihan, kenyamanan, dan fasilitasnya terjaga. Hotel Summer Bed & Breakfast juga melakukan *inventory check* terhadap semua peralatan yang dimiliki.
7. Hotel Summer Bed & Breakfast dapat membuka kelas barista untuk menambah pendapatan hotel.
8. Hotel Summer Bed & Breakfast menjalin kerjasama dengan Gojek dan Grab yang menyediakan layanan penjualan makanan secara *online* yang nantinya dapat menambah pendapatan.
9. Hotel Summer Bed & Breakfast dapat meminimalisir biaya tidak terduga

DAFTAR PUSTAKA

- Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukarli. (2017). Pariwisata Jadi Fokus Pembangunan Banjarmasin. Retrieved from <https://kalsel.antaranews.com/berita/44506/pariwisata-jadi-fokus-pembangunan-banjarmasin>