

## Analysis Business Model Canvas Snack Kulit Lumpia In Pandemic

Della Agustini<sup>1)\*</sup>, Alifahmi Nugraha<sup>2)</sup>, Arie Danu Subagja<sup>3)</sup>, Maya Malinda<sup>4)</sup>

<sup>1234</sup>Universitas Maranatha Bandung

\*1952050@eco.maranatha.edu

1952059@eco.maranatha.edu

1952087@eco.maranatha.edu

maya.malinda@eco.maranatha.edu

### Abstraksi

In the current era, the development of technology and the food industry is growing rapidly. This is marked by the presence of SMEs (Small and Medium Enterprise) that produce various types of food to meet the needs or desires of consumers. Many new food products are now present in the existing development so rapidly. However, some food products still show their existence by implementing new innovations. One of them is snack products that are in demand by all groups, ranging from children to adults, snacks that are halal and have innovations by presenting a variety of new flavors, namely "Gulung Yuk" which serves a dish in the form of aroma spring rolls that can be enjoyed anytime and fun, with various flavors of innovation. Likewise with a sense of security and comfort for consumers because "Gulung Yuk" provides affordable prices, hygienic, environmentally friendly packaging, and quality materials. In addition, "Gulung Yuk" also makes it easy for customers who want to enjoy the taste of aromatic spring rolls by ordering boldly through the personal account "Gulung Yuk" and through personal WhatsApp "Gulung Yuk" then orders from consumers are directly delivered to the consumer's destination by the party Gojek.

Keywords : Snack, Innovation, Gulung Yuk, Halal, Spring Roll

### PENDAHULUAN

Latar belakang orang Indonesia tentu tidak asing dengan gorengan. Kebanyakan orang Indonesia, tua dan muda, kaya atau miskin, menyukai gorengan. Dari sini dapat disimpulkan bahwa keripik ini merupakan makanan yang sangat universal di Indonesia karena penggemarnya berasal dari berbagai kalangan. Rasa gurih atau manis dan teksturnya yang renyah membuat semua orang menyukai gorengan. Menurut Tresna (2019) Gorengan yang memiliki tekstur renyah yang membuat orang-orang ketagihan, dengan ciri khas orang Indonesia yang lebih menyukai makanan yang digoreng dibanding dengan makanan direbus. Menurut Tresna (2019) Harga yang murah juga menjadi alasan mengapa gorengan bisa menjadi salah satu dari berbagai macam makanan yang paling diminati di Indonesia.

Camilan ini dapat anda konsumsi apa adanya, atau bisa juga dimakan dengan nasi sebagai pengganti lauk, yang sering disebut "Digoda" oleh orang Indonesia. Ada begitu banyak jenis gorengan yang mudah kita temukan, seperti tempe dan cireng, risol, pastel dan masih banyak lagi.

Melihat peluang bisnis yang sangat menggiurkan ini, akhirnya kami menemukan sebuah ide bisnis yaitu dengan mengikuti ide dasar bisnis lain yaitu memproduksi lumpia aroma yang kulitnya garing seperti keripik dan di dalamnya mengeluarkan aroma yang sangat menggugah selera. Lumpia adalah lembaran tipis yang dibuat dari tepung gandum kemudian dijadikan kulit. Menurut Novalien (2020) Keju aroma memiliki karakter kulit yang renyah dan isinya sangat beragam, hidangan ini menjadi makanan favorite di Indonesia. Biasanya dimanfaatkan untuk kulit risoles, martabak atau kue-kue lain. Tetapi disini, kami berinovasi untuk membuatnya menjadi bahan utama, dan bahan pendukungnya adalah bumbu-bumbu aneka rasa. Kulit lumpia yang mudah ditemui dan

harganya yang murah menjadi salah satu alasan kami memilihnya. Alasan lainnya, kulit lumpia pun mudah dikreasikan dengan rasa-rasa yang ada karena rasa original kulit lumpia yang tawar.

Menurut Evanita (2017) Kami juga melihat bahwa lumpia aroma merupakan jajanan pasar lama yang sempat ramai tetapi sekarang lumpia aroma mulai tergeser pamornya karena ada jajanan yang lebih modern dan menarik perhatian masyarakat. Maka dari itu kami membuat sebuah bisnis lumpia aroma dengan berbagai macam rasa agar pamor lumpia aroma dapat dikenal kembali. Yang terpenting, lapisannya yang tipis membuat kulit lumpia menjadi renyah ketika digoreng. Oleh karena itu, kami akan membuat lumpia aroma dengan berbagai macam rasa, yang akan dinamakan “Gulung Yuk” dan akan disukai oleh anak-anak hingga orang tua agar mampu menembus pasar dan menyaingi pemain-pemain lama yang sudah ada sebelumnya di sektor tersebut.

Menurut Intan (2022) Biasanya orang menjual lumpia aroma hanya berisikan keju dan coklat, hal ini membuat beberapa orang merasa bosan dengan varian tersebut. Maka dari itu kami menyediakan berbagai macam varian seperti keju, coklat, daging, dan kentang agar konsumen memiliki banyak pilihan. Selain itu kami memakai kemasan ramah lingkungan yang tidak akan menyebabkan pencemaran lingkungan.

## KAJIAN LITERATUR

Kuliner saat ini sebagai salah satu wisata yang sedang ramai di Indonesia. Makna wisata ini adalah salah satu tempat hanya sekedar berkunjung dan pergi yang dapat meningkatkan ekonomi sekitar daerah tersebut. Di Indonesia memiliki kuliner yang sangat beragam dari setiap daerah mempunyai ciri khasnya sendiri dan tentu saja ini menjadi potensi besar buka lapangan pekerjaan dan mendapatkan keuntungan.

Menurut Intan (2022) lumpia aroma ini memiliki peluang untuk dijadikan usaha diantaranya bahan baku yang digunakan mudah diperoleh dan terjangkau karena jenis camilan ini simple dan mudah proses pembuatannya. Salah satunya yang akan jadi menu favorite yaitu keju aroma karena banyaknya penyuka keju ingin membuat usaha agar mendapatkan keuntungan. Menurut Anggreni (2022) bisnis lumpia aroma ini sangat terbuka untuk siapapun yang ingin menjalankan berbisnis makanan ini.

Kami menganalisis berdasarkan data yang diambil dari Google Trends. Melalui website ini kita bisa mengetahui barang apa yang paling dicari dan diminati oleh masyarakat. Lokasi trends bisa kita atur sesuai dengan data apa yang kita butuhkan. Data yang muncul dari Google Trends ini cukup akurat menurut kami karena grafik trends ini berdasarkan dari kata yang sering dicari pada mesin pencarian khususnya di Google.

Berdasarkan hasil penelitian, masyarakat Indonesia sangat gemar mengonsumsi makanan ringan karena saat pandemi masyarakat banyak beraktivitas di rumah seperti, sekolah, bekerja, dan lain-lain. Dalam melakukan aktivitas tersebut, kebanyakan orang sambil memakan makanan ringan, maka dari itu trend makanan ringan di Indonesia meningkat.

Berdasarkan data di Google Trends, peminat keju aroma di Indonesia mengalami penurunan dikarenakan muncul makanan ringan yang lebih modern seperti croffle. Dikarenakan alasan tersebut, kami membangun bisnis ini dengan tujuan untuk menaikkan pamor lumpia aroma dengan berbagai macam rasa karena pamor lumpia aroma sebelumnya mengalami penurunan dikarenakan isi dari lumpia aroma hanya sekedar keju dan coklat. Hal ini membuat masyarakat merasa cepat bosan dengan varian lumpia aroma yang itu-itu saja dan tidak ada perubahan isinya.

## METODE PENELITIAN

Menurut Ahmad H (2013) Business Model Canvas (BMC) adalah instrumen pemodelan bisnis yang terkenal dan tidak asing lagi dalam bidang startup saat ini karena kemampuannya untuk lebih mudah menggambarkan elemen inti bisnis dalam satu kanvas. Menurut Accurate (2020) Dengan menggunakan Business Model Canvas memudahkan para startup untuk mengetahui hal yang perlu diperhatikan saat bisnis akan dimulai dari segi persiapan bahan baku, produksi, pemasaran, dan pengiriman produk dengan kerangka yang telah disiapkan oleh Business Model Canvas (BMC)

Kerangka kerja *Business Model Canvas (BMC)* ini memiliki beberapa elemen. Berikut adalah penjabaran dari elemen-elemen BMC :

### a. Customer Segment

Dari semua jenis usia dapat menikmati lumpia aroma dari anak usia 10 tahun hingga orang dewasa yang berusia 50 tahun.

### b. Value Proposition

Harga yang murah, higienis, kemasan yang ramah lingkungan, dan bahan yang berkualitas.

### c. Channels

Gojek dan kurir pribadi.

### d. Customer Relationship

Pembeli Gulung Yuk dapat memesandan berkomunikasi melalui *Instagram, WhatsApp, Line*.

### e. Revenue Streams

Pendapatan dari penjualan produk dan pendapatan dari ongkos kirim.

### f. Key Resources

Modal, bahan baku yang berkualitas, kemasan yang ramah lingkungan, dan sumber daya manusia yang berpengalaman dalam memasak.

### g. Key Activities

Kegiatan membeli bahan produk, memproduksi, memasarkan, dan mengirim produk.

### h. Key Partnership

Toko plastik, pengirim makanan, toko sayur, pengemudi (Gojek)

### i. Cost Structure

Tenaga kerja, pembelian bahan baku, kemasan produk, iklan, ongkosbelanja

Tabel 1. Bisnis Model Canvas Gulung Yuk

| Key Partners   | Key Activities   | Value Proposition   | Customer Relationships  | Customer Segments   |
|--|--|---|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko plastik</li> <li>• Pengirim Makanan</li> <li>• Toko Sayur</li> <li>• Pengemudi (Gosend)</li> </ul> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membeli bahan-bahan baku</li> <li>2. Mengelola bahan baku sendiri</li> <li>3. Memasarkan</li> <li>4. Menjual Produk</li> <li>5. Mengirim Produk</li> </ol>                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Harga yang dijual lebih murah</li> <li>• Halal dan higienis</li> <li>• Packaging ramah lingkungan</li> <li>• Bahan yang digunakan berkualitas</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Instagram (Pemasaran Online)</li> <li>• Grup Whatsapp dan Grup Line</li> </ul>   | <p>Dari semua jenis usia dapat menikmati lumpiaaroma dari anak usia 10 tahun hingga orang dewasa yang berusia 50 tahun.</p> |
|  | <p style="text-align: center;"><b>Key Resources</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Modal</li> <li>• Kemasan</li> <li>• Bahan Baku Berkualitas</li> <li>• SDM yang berpengalaman dalam masak</li> </ul> |   | <p style="text-align: center;"><b>Channels</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Media Sosial (Instagram, WhatsApp, dll)</li> <li>• Gojek</li> </ul> |   |
| <b>Cost Structure</b>  |  | <b>Revenues Streams</b>   |   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tenaga Kerja</li> <li>• Pembelian bahan baku</li> <li>• Kemasan Produk</li> <li>• Iklan</li> </ul>      |  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendapatan dari penjualan produk</li> <li>• Pendapatan ongkos kirim</li> </ul>   |   |   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ongkos Belanja</li> </ul>   |  |   |   |   |

Sumber : Pribadi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Customer Segment

*Customer Segment* adalah mencari tahu siapa pelanggan dalam usahayang akan dijalankan dan mengapa mereka harus membeli produk kita. Gulung Yuk menargetkan untuk semua kalangan dari anak usia 10 tahun hingga orang dewasa yang berusia 50 tahun.

### 2. Value Proposition

*Value Proposition* adalah proporsi mengenai nilai yang akan diciptakan oleh perusahaan kita dan untuk siapa kita memproduksinya. Gulung Yuk akan menjual dengan harga yang murah, higienis, kemasan yang ramah lingkungan, dan bahan yang berkualitas.

### 3. Channels

*Channels* adalah apa yang perusahaan gunakan untuk mengirim produk kepada konsumen. Gulung Yuk memiliki kurir pribadi hanya untuk mengirim produk di kota produksi dan bermitra dengan Gojek.

### 4. Customer Relationship

*Customer Relationship* adalah hubungan konsumen dengan perusahaan untuk mempertahankan pelanggan dan mengembangkan pelanggan. Gulung Yuk untuk memperkuat jaringan akan dilakukan dengan cara promosi melalui sosial media seperti *Instagram, WhatsApp, Line*.

### 5. Revenue Streams

*Revenue streams* adalah bagaimana perusahaan akan mendapatkan penghasilan uang dari proposisi nilai perusahaan. Gulung yuk akan mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan produk dan dari pengiriman produk jika menggunakan kendaraan dari Gulung Yuk.

### 6. Key Resources

*Key Resources* merupakan sumber daya guna memenuhi kebutuhan penjualan dari perusahaan. Gulung Yuk akan menyiapkan modal untuk menjalankan usahanya, menggunakan bahan baku yang berkualitas, kemasan yang ramah untuk lingkungan dan mempersiapkan sumber daya manusia yang memiliki pengalaman dalam bidang memasak.

### 7. Key Activities

*Key Activities* ialah aktivitas yang akan dilaksanakan oleh perusahaan saat berjalannya suatu bisnis. Gulung Yuk akan melakukan kegiatan membeli bahan produk, memproduksi, memasarkan, dan mengirim produk.

### 8. Key Partnership

*Key Partnership* adalah seseorang atau perusahaan yang dapat membantu perusahaan kita untuk pengembangan bisnis. Gulung Yuk bekerja sama dengan Toko plastik, pengirim makanan, toko sayur untuk memenuhi kebutuhan produksi dan pengemasan produk. Pengemudi (Gojek) untuk memenuhi kebutuhan dalam pengiriman produk.

### 9. Cost Structure

*Cost Structure* merupakan anggaran yang akan dilakukan oleh bisnis guna menunjang jalannya usaha nya agar tetap beroperasi. Gulung Yuk akan mengeluarkan biaya untuk tenaga kerja, pembelian bahan baku, kemasan produk, iklan, ongkos belanja.

## KESIMPULAN

Kami menganalisa berdasarkan hasil metode penelitian kami menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)*. Melalui hasil ini kita bisa mengetahui apakah bisnis dapat berjalan sesuai dengan target yang ditentukan atau tidak. Melihat masyarakat Indonesia sendiri sangat gemar mengonsumsi makanan ringan karena saat pandemi masyarakat banyak beraktivitas di rumah seperti, sekolah, bekerja, dan lain-lain. Maka dari itu kami menghadirkan “Gulung Yuk” untuk menawarkan camilan berupa lumpia aroma dengan berbagai rasa yang dapat menemani kegiatan beraktivitas. Dengan pertimbangan dan analisa yang sudah kami buat kami rasa ide ini layak untuk dijalankan.

## REFERENSI

- Accurate, (2020). *Business Model Canvas : Pengertian, Elemen, dan Fungsinya Bagi Bisnis*  
<https://accurate.id/bisnis-ukm/business-model-canvas/#:~:text=Pengertian%20Busines%20Model%20Canvas%20Metode%20business%20model%20canvas,juga%20menganalisis%20situasi%20bisnis%29%20dari%20bisnis%20yang%20ada>, diakses Tanggal 13 November 2020.
- Andini, Tresna Nur. (2019). 5 Alasan Logis Kenapa Semua Orang Menggemari Gorengan, Setuju?  
<https://www.idntimes.com/food/dining-guide/tresna-nur-andini/alasan-logis-orang-suka-gorengan-c1c2/5>, diakses Tanggal 16 Mei 2022.
- Buchr, Intan Pratiwi. (2022). 5 Inspirasi Snack Berbuka dari Lumpia Isi Keju, Yummy!  
<https://www.idntimes.com/food/diet/intan-5/inspirasi-snack-berbuka-dari-lumpia-isi-keju-c1c2/2>, diakses Tanggal 16 Mei 2022.
- Elfira F., Tsaniya A, H., Agustinus. Rahman A. (2018). Keripik Kulit Lumpia Aneka Rasa. Proposal Program Kreativitas Mahasiswa Lumpia Chrispy, 4.
- Evanita, S., Trinanda, O. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Makanan Ringan Tradisional Pada Remaja Di Perkotaan Sumatera Barat, 3(November), 7-8.  
<http://economac.ppj.unp.ac.id/index.php/economac/article/view/37/13>.
- Google. 2022. *Google Trends Cemilan*  
<https://trends.google.co.id/trends/explore?q=cemilan&geo=ID>, diakses Tanggal 16 Mei 2022.
- Hermawan A, Pravitasari R. J. (2013). *Business Model Canvas (Kanvas Model Bisnis)*. Akselerasi. Id, 1-23.
- Lewaherilla, N., Valentina, C., Siahainenia, S., Pattimahu, T. (2020). Pelatihan Dan Pengembangan Usaha Bagi Kelompok Kuliner Di Desa Waipirit Kabupaten Seram Bagian Barat (SBB) Provinsi Maluku, 30(April), 2.  
<http://ejournal.imperiuminstitute.org/index.php/BERDAYA/article/view/166/103>.
- Munthe, A., Simajuntak, M. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Wisatawan pada Kuliner Lokal yang Ada di Kawasan Danau Toba

(Jenis Makanan Ringan) Studi Kasus: Kabupaten Toba Samosir, 26-27(Agustus), 1118. <https://jurnal.polban.ac.id/proceeding/article/view/2197>.  
Nurjanah, N., Ninditowati, I., Lestari, D. I., Rahman, F., Arif Hidayat, M., & Suyitno, S. (2022). Sosialisasi Kewirausahaan Produk Keju Gulung Dalam Menumbuhkan Usaha Pada Ibu Rumah Tangga, 2(Maret), 138-142. <https://doi.org/10.25008/altifani.v2i2.217>.