

Perencanaan Model Bisnis Untuk Merdeka Ritel Dengan Pendekatan Business Model Canvas

Hani Bela Pratini ¹, Ito Setiawan ²

Jurusan Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer
Universitas Amikom Purwokerto

¹hanibelpratini@gmail.com, ²itosetiawan@amikompurwokerto.ac.id

Abstract- Merdeka Retail is a company engaged in the retail sector, namely supermarkets that market a variety of basic needs products, such as groceries, household equipment, school supplies, electrical equipment, cosmetics, baby clothes, adult clothes, shoes, sandals, and others. In its business process, the Merdeka Retail store has problems, including that Merdeka Retail has experienced a decrease in revenue because many of its customers have switched to shopping online because it is more practical. This research aims to develop the Merdeka Retail business using the Business Model Canvas (BMC) approach and SWOT Analysis. SWOT analysis is applied to see the strengths, weaknesses, opportunities and threats at Merdeka Retail. Using the Business Model Canvas and SWOT Analysis will help in implementing Merdeka Retail's business development strategy so that it can compete with more modern stores that already utilize technology. Data obtained through interviews, observation, and documentation. This research resulted in a strategy that Merdeka Retail can digitalize by utilizing telecommunications and information technology to develop its business. The results of this strategy are the objectives of the new Business Model Canvas which are carried out on all elements by implementing a market penetration strategy, market development to reach a wider customer segmentation.

Keywords: Analysis SWOT, Business Model Canvas, Model Business.

Abstrak- Merdeka Ritel adalah sebuah perusahaan bergerak di bidang ritel yaitu toko swalayan yang memasarkan beragam produk kebutuhan pokok, seperti sembako, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan sekolah, alat listrik, kosmetik, baju bayi, baju dewasa, sepatu, sandal, dan lainnya. Dalam proses bisnisnya toko Merdeka ritel memiliki masalah, diantaranya Merdeka Ritel mengalami penurunan pendapatan karena banyak pelanggannya yang beralih berbelanja online karena lebih praktis. Pada Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis Merdeka Ritel dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT. Analisis SWOT diterapkan untuk melihat kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada Merdeka Ritel. Dengan menggunakan Business Model Canvas dan Analisis SWOT akan membantu dalam melakukan strategi pengembangan bisnis Merdeka Ritel agar bisa bersaing dengan toko yang lebih modern yang sudah memanfaatkan teknologi. Data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Penelitian ini menghasilkan strategi yaitu Merdeka Ritel dapat melakukan digitalisasi dengan memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informasi untuk mengembangkan bisnisnya. Hasil strategi tersebut menjadi tujuan pada Business Model Canvas baru yang dilakukan pada semua elemen dengan menerapkan strategi penetrasi pasar, pengembangan pasar untuk menjangkau segmentasi pelanggan yang lebih luas.

Kata Kunci: Analisis SWOT, Business Model Canvas, Model Bisnis.

1. Pendahuluan

Di Banyumas ada 102 ritel yang terdaftar pada Dinas Perdagangan Kabupaten Banyumas tahun 2017 [1]. Salah satu pengaruh dari pertumbuhan ritel modern ini adalah pergantian perilaku pelanggan Indonesia yang tinggal didaerah perkotaan, dimana yang tadinya mereka berbelanja dipasar tradisional kini berganti ke pasar modern untuk memenuhi kebutuhan pokok sehari-hari[2]. Kemajuan teknologi semakin berkembang, tetapi nyatanya masih terdapat banyak pelaku bisnis di Indonesia yang belum memanfaatkan teknologi secara maksimal sehingga masih banyak pelaku bisnis yang menggunakan sistem konvensional, salah satunya adalah

Merdeka Ritel. Merdeka Ritel yang dikelola oleh Bapak Amir sejak tahun 2005 beralamat di Desa Notog Purwokerto, Jawa Tengah adalah sebuah perusahaan bergerak di bidang ritel yaitu toko swalayan yang memasarkan beragam produk kebutuhan pokok, seperti sembako, perlengkapan rumah tangga, perlengkapan sekolah, alat listrik, kosmetik, baju bayi, baju dewasa, sepatu, sandal, dan lain lain. Perkembangan teknologi membawa pengaruh besar di dalam dunia bisnis. Teknologi informasi membuat proses bisnis menjadi mudah dalam mengatasi persaingan yang ketat. Merdeka Ritel memiliki beberapa masalah dalam menjalankan



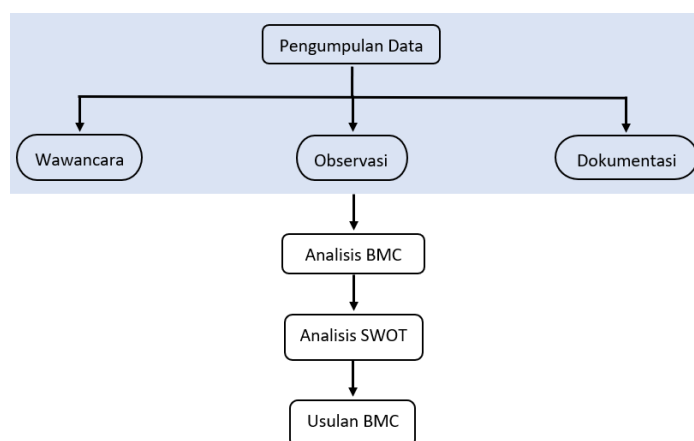
proses bisnisnya. Salah satunya yaitu permasalahan pada proses pemasaran yang masih menggunakan cara tradisional dimana jika pelanggan ingin membeli produk, mereka harus langsung ke toko. Hal ini membuat merdeka ritel mengalami penurunan pendapatan karena di era yang serba digital ini banyak orang yang lebih senang berbelanja melalui online. Persaingan bisnis membuat perusahaan selalu diharuskan untuk berkembang. Salah satu cara yang dapat dimanfaatkan perusahaan untuk bisa bersaing dan berkembang yaitu dengan membuat strategi-strategi baru. Penerapan strategi yang tepat dapat menciptakan nilai, yang membuat perusahaan mampu menghasilkan laba, salah satu cara untuk membuat model bisnis yaitu dengan menerapkan *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2019), *Business Model Canvas* adalah alat Untuk membantu pengusaha dalam memahami *business plan* suatu perusahaan secara sederhana dan menyeluruh. kemampuan menjelaskan unsur-unsur inti dalam suatu perusahaan lebih mudah dengan satu kanvas. Selain itu Keuntungan *Business Model Canvas* ini untuk mengganti model bisnis dengan cepat dengan memperhatikan dampak perpindahan satu elemen ke elemen bisnis yang lain [3]. *Business Model Canvas* diperlukan untuk menggambarkan sebuah bisnis dengan menggunakan sembilan blok elemen (*customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, cost structure, key activities, key partnerships, dan key resources*) [4]. Jika telah

mengetahui model bisnis pada perusahaan, maka selanjutnya menganalisis masing-masing elemen *Business Model Canvas* menggunakan analisis SWOT. Analisis SWOT merupakan pemahaman terstruktur dari beberapa faktor untuk menyusun strategi perusahaan. Analisis ini dilandaskan pada logika yang memungkinkan kita untuk meningkatkan kekuatan dan peluang dan juga meminimalkan kelemahan dan ancaman [5]. Penelitian yang dilakukan oleh Chaterine Suyanto, dkk [6]. dalam studinya yang berjudul : “Analisis Model Bisnis Pada Toko Biondi Menggunakan *Business Model Canvas*” menjelaskan bahwa *Business Model Canvas* memberikan saran pada Toko Biondi untuk lebih mengembangkan bisnisnya dalam platform digital, yaitu dengan menambahkan metode pembayaran. Selain itu juga, Toko Biondi bisa menggunakan media *online* untuk menjual produk dan menjangkau konsumen dari berbagai daerah serta dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumen dan mengetahui yang dibutuhkan konsumennya. Berdasarkan permasalahan serta perkembangan model bisnis, maka penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan bisnis Merdeka Ritel dalam meningkatkan kinerja agar bisa bersaing di era digital. Model bisnis kanvas dipilih karena lebih mudah untuk menggambarkan permasalahan yang terjadi pada Merdeka Ritel dan mudah untuk dikaitkan dengan solusi yang ada.

2. Metodologi

Metode penelitian merupakan susunan befikir yang dimulai dari menemukan sebuah masalah, mengumpulkan data melalui buku-buku atau studi lapangan, melaksanakan penelitian bersumber pada data yang ada sampai penarikan kesimpulan dari masalah yang telah diteliti. [7] Pada penelitian ini menetapkan metode penelitian kualitatif deskriptif. Mantra pada buku

Moleong (2007), metode kualitatif digunakan untuk sebuah penelitian yang menciptakan data deskriptif berbentuk kata-kata atau pendapat dari orang dan perilaku yang dapat dicermati.[8] penulis menyampaikan sebuah gambaran model bisnis dengan menerapkan *Business Model Canvas (BMC)*. dan analisis menggunakan SWOT pada setiap elemen.



Gambar 1. Kerangka penelitian



A. Pengumpulan Data

1. Wawancara

Esterberg dan Sugiyono (Sugiyono, 2016) metode wawancara adalah percakapan antara dua orang atau lebih untuk saling bertukar informasi melalui tanya jawab.[9] Penulis melaksanakan wawancara secara lisan dengan pemilik Merdeka Ritel yaitu Bapak Amir dengan mengajukan beberapa pertanyaan. Dengan metode ini, didapatkan informasi mengenai proses bisnis penjualan pada merdeka ritel yang sedang berjalan.

2. Observasi

Observasi merupakan metode yang dilakukan dengan mengamati secara langsung obyek penelitian. [10]Penulis melakukan observasi bagaimana proses bisnis yang sedang berlangsung di Merdeka Ritel

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data melalui buku, catatan, agenda, dan lain-lain bisa berupa tulisan dan

gambar atau karya-karya dari seseorang.[11]. Studi dokumentasi ini dilakukan melalui jurnal-jurnal yang dijadikan acuan pada kegiatan penelitian ini.

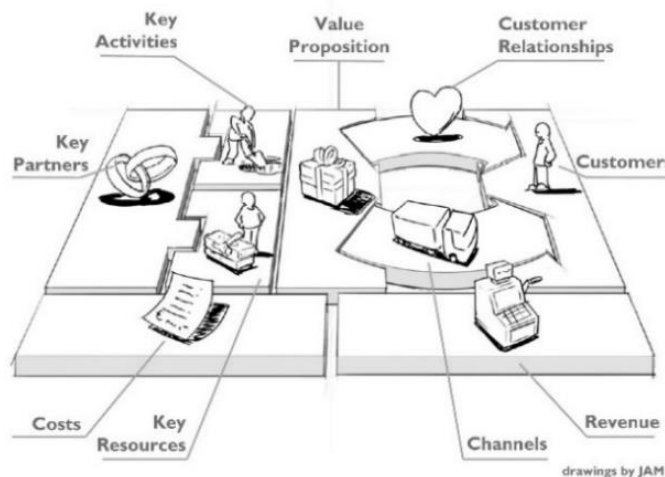
B. Dasar Teori

1. Bisnis Model

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012:14), Bisnis model merupakan gambaran pemikiran tentang bagaimana organisasi memberikan, menciptakan dan menangkap nilai untuk segmen pelanggannya. Meningkatkan kinerja produk atau layanan merupakan cara untuk meningkatkan nilai untuk mencapai pendapatan dan tujuan. [12]

2. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat untuk menggambarkan, mengevaluasi model bisnis yang terdiri dari sembilan elemen, [13] *Business Model Canvas (BMC)* memperlihatkan elemen-elemen saling berhubungan menciptakan perencanaan strategi bisnis yang baik.



Gambar 2. Peta BMC [14]

Business Model Canvas (BMC) terdiri dari 9 Elemen : [15]

1. Customer Segments

Customer Segments merupakan elemen yang menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang menjadi target pelanggan untuk dilayani oleh perusahaan. Dengan adanya segmentasi pelanggan ini maka aktivitas penjualan akan lebih terencana sehingga dapat memberikan keuntungan bagi perusahaan.

2. Value Proposition

Value Proposition merupakan elemen yang berisi penggambaran sebuah nilai atau keunggulan dari produk dan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan kepada segmen pelanggan tertentu, sehingga dengan adanya nilai

lebih dari produk dan layanan bisa menjadi daya tarik pelanggan.

3. Channels

Channels Merupakan elemen yang menggambarkan bagaimana suatu perusahaan berkomunikasi dengan pelanggan untuk menyampaikan nilai prduk dan layanan yang ditawarkan.

4. Customer relationship

Customer Relationship merupakan elemen yang menggambarkan hubungan yang dibangun oleh perusahaan dengan pelanggan yang bertujuan untuk mempertahankan pelanggan lama agar tetap memiliki



loyalitas tinggi, menjagkau pelanggan baru dan juga untuk meningkatkan penjualan.

5. Revenue Stream

Revenue stream atau aliran pendapatan merupakan elemen yang menggambarkan bagaimana perusahaan mendapatkan pemasukkan dari segmen pelanggan.

6. Key resources

Key Resources merupakan elemen yang menggambarkan sumber daya penting yang dibutuhkan perusahaan untuk menjalankan aktivitas perusahaan.

7. Key activities

Key Activities merupakan elemen yang menggambarkan kegiatan penting yang harus dilakukan perusahaan agar model bisnis dapat beroperasi dengan baik.

8. Key partnership

Key Partnership merupakan elemen yang menggambarkan jaringan kerjasama dengan beberapa pihak seperti jaringan distributor dan mitra untuk membuat model bisnis dapat beroperasi dan memperoleh sumber daya pada aktivitas yang dibutuhkan.

9. Cost structure

Cost Structure merupakan elemen berisi penggambaran mengenai biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan model bisnis.

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT adalah sebuah metode yang digunakan untuk menggambarkan strategi manajemen

sebuah perusahaan. Analisis SWOT merupakan singkatan dari *Strength* (Kekuatan) dan *Weakness* (Kelemahan) perusahaan dan mengidentifikasi potensi *Opportunity* (Peluang) dan *Threats* (Ancaman) dengan menganalisis Faktor internal dan faktor eksternal yang dipetakan dalam matriks SWOT, Dari hasil analisis SWOT ini kemudian dirumuskan strategi untuk masing-masing elemen [16]. Pendekatan SWOT untuk menyeimbangkan antara strength dan weakness internal perusahaan dengan opportunity dan threats lingkungan eksternal perusahaan. [12]

1. Strength (Kekuatan)
Merupakan kondisi perusahaan dapat melakukan suatu proyek usaha dengan sangat baik diatas rata-rata perusahaan lainnya.
2. Weakness (Peluang)
Merupakan kondisi perusahaan tidak mampu memberikan perfoma terbaik untuk melakukan suatu proyek tertentu.
3. Opportunity (Peluang)
Merupakan kondisi terdapat potensi bisnis menguntungkan yang tidak bisa diraih perusahaan sejenis.
4. Threats (Ancaman)
Merupakan kondisi perusahaan mengalami kesulitan yang diterjadi karena kinerja kompetitor yang semakin baik.

Tabel 1. Matriks SWOT

IFAS EFAS	<i>Strength</i>	<i>Weakness</i>
<i>Opportunity</i>	S-O Strategi	W-O Strategi
<i>Threats</i>	S-T Strategi	W-T Strategi

Keadaan internal dan eksternal perusahaan dapat dilihat melalui matriks SWOT menurut Freddy Rangkuti yang terdiri dari : [17]

1. S-O Strategi
S-O Strategi yaitu Strategi yang dibuat dengan memanfaatkan kekuatan untuk mengambil peluang.
2. S-T Strategi

S-T Strategi ST yaitu strategi untuk mengatasi ancaman dengan menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan.

3. W-O Strategi
W-O Strategi yaitu strategi untuk memanfaatkan peluang dengan cara meminimalkan kelemahan.
4. W-T Strategi
Strategi WT yaitu Strategi untuk meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman.

3. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil observasi dan wawancara yang sudah dilakukan oleh penulis dan pemilik Merdeka Ritel, model bisnis Merdeka Ritel dapat digambarkan dalam 9 elemen bisnis. Sistem penjualan pada merdeka ritel saat ini dilakukan dengan cara konvensional di mana pelayanannya masih secara manual keada pelanggan di toko, sehingga jika ada calon pelanggan tidak bisa memperoleh informasi tentang

merdeka ritel. Oleh sebab itu, dilakukan penelitian yang menganalisis proses bisnis yang berjalan di merdeka ritel dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* agar

1. Identifikasi Business Model Canvas saat ini



Business Model Canvas Merdeka Ritel				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Distributor Sembako Distributor alat listrik Distributor Peralatan Sekolah Distributor perlengkapan rumah tangga Distributor sepatu dan Sandal 	<ul style="list-style-type: none"> Pembelian Produk ke distributor Memasukan Data Produk ke komputer Pemberian Label Produk Pemasaran Produk Penjualan Produk Pengolahan Stok dan Keuangan 	<ul style="list-style-type: none"> Kelengkapan Produk yang ditawarkan Menawarkan Produk dengan Harga yang terjangkau Kualitas Terbaik Garansi barang bisa ditukar 	<ul style="list-style-type: none"> Bonus lebaran untuk pelanggan Memberikan pelayanan yang baik 	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat desa Notog dan sekitarnya Pria dan Wanita Usia (Balita sampai Dewasa)
	Key Resources		Channels	
	<ul style="list-style-type: none"> Lokasi Usaha Bangunan Toko Komputer Karyawan Finansial <ul style="list-style-type: none"> Modal Pribadi 		<ul style="list-style-type: none"> Word of mouth marketing Toko Konvensional 	
Cost Structure		Revenue Streams		
<ul style="list-style-type: none"> Biaya Operasional Biaya Pajak Gaji Karyawan Pembelian persediaan barang ke distributor 		<ul style="list-style-type: none"> Penjualan Produk Secara Offline 		

Gambar 3. Business Model Canvas Saat ini

A. Customer Segment

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Toko bahwa sasaran pelanggan pada Merdeka Ritel yaitu masyarakat sekitar desa Notog dengan kriteria Pria dan Wanita, mulai dari usia balita sampai dewasa, karena Merdeka Ritel menjual berbagai macam produk mulai dari perlengkapan bayi, mainan anak-anak, perlengkapan sekolah, pakaian pria dan wanita, sampai kebutuhan pokok.

B. Value Proposition

Merdeka Ritel adalah toko yang tidak menghasilkan produk namun hanya memasarkan produk, oleh karena itu nilai yang diajukan Merdeka Ritel kepada pelanggan yaitu kelengkapan produk yang dijual, karena walaupun sudah banyak toko baru yang ada di Desa Notog akan tetapi belum ada toko yang menjual produk selengkap Merdeka Ritel. selain itu penetapan harga produk sesuai dengan keinginan pelanggan. Kemudian Merdeka Ritel ini dapat memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk sekaligus dalam berbelanja produk, tidak harus pergi dari toko satu ke toko lain jika memerlukan beberapa produk. Karena Merdeka Ritel menyediakan berbagai macam produk.

C. Channels

Dari hasil observasi dan wawancara yang dilakukan dapat diketahui bahwa pemasaran di Merdeka Ritel dilakukan secara tradisional atau konvensional di Toko Kios milik sendiri tanpa melalui teknologi. dalam meneruskan produk agar sampai ke pelanggan melalui promosi secara *word of mouth* dimana promosinya antar satu warga ke warga lainnya.

D. Customer Relationship

Untuk menjalin hubungan dengan pelanggannya agar tetap setia dan kembali untuk membeli produknya, yang dilakukan Merdeka Ritel yaitu memperhatikan setiap keluhan pelanggan, memberikan reward kepada pelanggan setia, memberikan bonus lebaran setiap tahun, dan dapat berkomunikasi baik dengan para pelanggan agar dapat menjaga citra positif toko.

E. Revenue Stream

Aliran pendapatan berupa penjualan produk secara *Offline*, Merdeka Ritel pada proses transaksi jual beli dilakukan dengan pembayaran tunai dari pelanggan seperti pada umumnya karena cara pembayaran tunai masih sangat diminati di daerah Pedesaan karena masih jarang masyarakat di daerah Merdeka Ritel yang menggunakan kartu debit ataupun kredit.

F. Key Resource

Sumber daya Merdeka Ritel yaitu Karyawan, sumber daya dalam segi fisiknya adalah berbentuk bangunan, Komputer dalam menunjang aktivitas di Merdeka Ritel, aktivitas operasional yang dibutuhkan, dan modal pribadi.

G. Key Activities

Aktivitas pada usaha Merdeka Ritel yaitu mencakup pembelian stok barang kepada Distributor, mengecek barang yang masuk, melakukan penyimpanan barang di toko, Memasukan data produk ke Komputer, memberi label pada setiap produk, memasarkan Produk, melayani transaksi pelanggan yang berlangsung di toko, menjalin hubungan baik dengan pelanggan maupun distributor, serta pengelolaan keuangan.

H. Key Partnership

Merdeka Ritel Menjaln hubungan dengan beberapa distributor, seperti distributor sembako, distributor alat listrik, distributor fashion, distributor perlengkapan anak, distributor peralatan sekolah.

I. Cost Structure

Biaya yang sangat penting dalam usaha Merdeka Ritel ini yaitu biaya operasional, biaya pembelian sistem kasir, pembelian produk ke distributor, misalkan saat stok produk di Merdeka Ritel sudah mulai habis lalu pemilik toko secepatnya menambahkan stok produk agar kebutuhan pelanggan terus terpenuhi, dalam proses transaksi Merdeka Ritel sudah menggunakan sistem komputer sehingga produk apa saja yang akan dibelanjakan akan langsung terlihat, tidak perlu memeriksa produknya satu persatu. Selain itu Merdeka

Ritel harus membayar gaji karyawan yang berjumlah delapan orang karyawan dalam satu bulan sekali. Sumber daya termahal yang dilekukan oleh Merdeka Ritel yaitu tanah dan bangunan berupa toko kios yang digunakan dalam aktivitas operasional dan penjualan produk.

2. Analisis SWOT

Berdasarkan identifikasi dan analisis maka disusun Matrik SWOT

Tabel 2. Analisis SWOT

Faktor Internal (IFAS)	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)
	1. Memberikan garansi produk bisa ditukar apabila ada kerusakan 2. Penetapan harga produk sesuai dengan keinginan pelanggan 3. Menyediakan berbagai macam produk	1. Media pemasaran masih tradisional 2. Kurang Promosi 3. Belum memiliki SDM yang ahli di bidang digital 4. Lokasi toko Kurang Nyaman
Faktor Eksternal (EFAS)	Peluang (<i>Opportunities</i>)	Strategi S-O
	1. Teknologi dapat membantu peningkatan penjualan 2. Bertambahnya Jumlah Penduduk 3. Memiliki banyak pelanggan di Seluruh Indonesia 4. Menjalin Kerjasama dengan mitra lain	1. Meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan pelanggan dan menarik pelanggan baru (S4, O2) 2. Mengembangkan bisnisnya dengan membuka toko <i>online</i> di Marketplace seperti Shopee dan Tokopedia untuk Memperluas pasar (S3, O1, O3) 3. Meningkatkan kerjasama yang baik dengan mitra, termasuk distributor (S5, O5)
	Ancaman (<i>Treaths</i>)	Strategi S-T
	1. Kompetitor yang semakin banyak 2. Merdeka Ritel bergantung pada satu arus pendapatan 3. Masyarakat banyak yang beralih belanja <i>online</i> 4. Harga Barang dari distributor meningkat	1. Mempertahankan produk dan harga di pasaran agar dapat bersaing dengan kompetitor (O2, O3, T1) 2. Memberikan harga khusus member agar pelanggan tetap loyal (S2, S4, T1, T3) 3. Menjalin hubungan baik dengan distributor (S5, T5)
		Strategi W-O
		1. Melakukan pelatihan IT kepada karyawan guna meningkatkan kegiatan secara digital dalam hal pemasaran produk (W3, O1) 2. Meningkatkan promosi baik secara <i>offline</i> atau <i>online</i> (W1, W2, O1, O3) 3. Memperluas toko agar pelanggan nyaman (W4, O3)
		Strategi W-T
		1. Melakukan penjualan produk di <i>marketplace</i> seperti <i>Shopee</i> dan <i>Tokopedia</i> dan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook untuk menambah arus pendapatan (W1, W2, T2, T3) 2. Menambah karyawan Bidang Digital Marketing (W3, T1, T3)

3. Identifikasi Usulan Business Model Canvas

Baru

Berdasarkan analisis SWOT yang telah dilakukan, maka dapat disusun beberapa strategi untuk diterapkan pada usulan model bisnis sebagai upaya

dalam pengembangan bisnis Merdeka Ritel. Berikut merupakan usulan model bisnis untuk Merdeka Ritel.



Business Model Canvas Merdeka Ritel				
Key Partners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none"> Distributor Sembako Distributor alat listrik Distributor Peralatan Sekolah Distributor perlengkapan rumah tangga Distributor sepatu dan Sandal Shopee, Tokopedia JNT, JNE, Sicepat 	<ul style="list-style-type: none"> Pembelian Produk ke distributor Memasukan Data Produk ke komputer Pemberian Label Produk Pemasaran Produk Penjualan Produk Pengolahan Stok dan Keuangan Penjualan Online di Marketplace shopee dan tokopedia 	<ul style="list-style-type: none"> Kelengkapan Produk yang ditawarkan Menawarkan Produk dengan Harga yang terjangkau Kualitas Terbaik Garansi Barang bisa ditukar Kenyamanan toko 	<ul style="list-style-type: none"> Bonus lebaran untuk pelanggan Memberikan pelayanan yang baik Membership 	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat desa Notog dan sekitarnya Pria dan Wanita Usia (Balita sampai Dewasa) Masyarakat seluruh Indonesia Pengguna Shopee, Tokopedia Pengguna WhatsApp dan Facebook
Key Resources <ul style="list-style-type: none"> Lokasi Usaha Bangunan Toko Komputer Karyawan Finansial - Modal Pribadi Karyawan Ahli di Bidang Digital Marketing Smartphone dan Komputer 		Channels <ul style="list-style-type: none"> Word of mouth marketing Toko Konvensional Marketplace Sosial Media 		
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> Biaya Operasional Biaya Pajak Gaji Karyawan Pembelian persediaan barang ke distributor Smartphone dan Komputer 		Revenue Streams <ul style="list-style-type: none"> Penjualan Produk Secara Offline Penjualan Produk Secara Online 		

Gambar 4. Usulan *Business Model Canvas*

Keterangan : Diciptakan, Ditingkatkan, Dipertahankan

a. *Customer Segments*

Dari analisis pada segmen pelanggan Merdeka Ritel menghasilkan strategi penetrasi pasar dimana Merdeka Ritel dapat menjangkau pelanggan lebih luas dengan melakukan strategi penetrasi produk untuk memungkinkan disalurkan kepada pelanggan di luar wilayah Desa Notog, yaitu dengan memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informasi seperti pemanfaatan marketplace Shopee dan Tokopedia, selain itu juga penyedia platform media sosial seperti WhatsApp dan Facebook dapat mendatangkan pelanggan baru di seluruh Indonesia yaitu para pengguna aplikasi digital tersebut.

b. *Value Proposition*

Hasil analisis proposisi nilai Merdeka Ritel menghasilkan strategi pengembangan pada tokonya dengan menambahkan tempat parkir yang lebih luas lagi untuk memberikan kenyamanan kepada pelanggan yang membawa kendaraan pribadi untuk berbelanja di merdeka ritel.

c. *Channels*

Hasil analisis saluran Merdeka Ritel menghasilkan strategi penetrasi pasar, dimana Merdeka Ritel dapat memanfaatkan layanan penyedia platform marketplace seperti Shopee, Tokopedia untuk penjualan secara online. Hal ini untuk memaksimalkan saluran yang efektif dalam menjangkau pelanggan baru dan lebih luas. Selain itu merdeka ritel dapat memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp untuk berinteraksi dan menjalin hubungan dengan pelanggan.

d. *Customer Relationship*

Hasil analisis hubungan pelanggan Merdeka Ritel menghasilkan strategi pengembangan produk dimana Dengan menyediakan sistem membership agar Merdeka Ritel tetap memiliki pasar tersendiri, dengan membership pelanggan akan mendapatkan potongan harga setiap pembelian produk, sehingga Merdeka Ritel dapat mempertahankan loyalitas pelanggannya dan pelanggan tidak beralih membeli produk pesaing.

e. *Revenue Stream*

Hasil analisis arus pendapatan Merdeka Ritel menghasilkan strategi penetrasi pasar yaitu dengan menyediakan media penjualan secara online melalui marketplace shopee dan tokopedia agar merdeka ritel tidak hanya bergantung pada satu arus pendapatan yaitu pendapatan dari penjualan secara offline saja, namun Merdeka Ritel Mendapatkan arus pendapatan dari penjualan secara online.

f. *Key Resource*

Hasil analisis sumber daya Merdeka Ritel menghasilkan strategi untuk menambah sumber daya yaitu smartphone dan komputer untuk menunjang pengembangan proses bisnis dalam pemanfaatan teknologi telekomunikasi dan informasi digital, selain itu merdeka ritel dapat merekrut karyawan baru yang ahli di bidang digital marketing atau melakukan pelatihan IT kepada karyawan lama untuk meningkatkan kegiatan secara digital dalam hal pemasaran produk agar merdeka ritel dapat menjalankan bisnisnya secara online dan mengikuti perkembangan zaman supaya bisnisnya terus berjalan di era serba digital ini

g. *Key Activities*

Hasil analisis aktivitas kunci pada Merdeka Ritel menghasilkan strategi dimana Merdeka Ritel dapat melakukan aktivitas tambahan yaitu aktivitas secara modern dengan memanfaatkan teknologi seperti Marketplace Shopee dan Tokopedia untuk penjualan secara online agar dapat menjangkau pelanggan lebih luas lagi.

h. **Key Partnership**

Hasil analisis kemitraan utama Merdeka Ritel menghasilkan strategi dimana Merdeka Ritel dapat meningkatkan mitranya dengan memanfaatkan aplikasi penyedia platform marketplace seperti

Tokopedia dan Shopee, dan juga yang dapat bekerja sama dengan JNE, JNT, SI Cepat untuk proses pengiriman produk.

i. **Cost Structure**

Hasil analisis penelitian pada struktur biaya Merdeka Ritel menghasilkan penambahan biaya untuk menunjang strategi alternatif yang direkomendasikan. Penambahan biaya yang diperlukan yaitu penambahan biaya untuk revitalisasi toko Merdeka Ritel, biaya pengadaan smartphone, komputer, dan penambahan biaya untuk pembuatan membership.

4. **Kesimpulan**

Model bisnis yang dimiliki oleh Merdeka Ritel berdasarkan Business Model Canvas, yaitu Merdeka Ritel Mempunyai segmentasi pasar semua kalangan mulai dari bayi hingga dewasa, pria dan wanita yang bertempat tinggal di Desa Notog dan sekitarnya. Produk yang beragam seperti sembako, peralatan listrik, peralatan rumah tangga, peralatan sekolah, baju bayi, baju dewasa, kosmetik, sandal sepatu. Merdeka Ritel menjual produknya melalui toko offline. Pada Elemen Customer Relation, Merdeka Ritel memprioritaskan pelayanan yang terbaik agar pelanggan merasa nyaman berbelanja di Merdeka Ritel. Pendapatan yang dihasilkan oleh Merdeka Ritel dari penjualan beragam produk secara offline. Merdeka Ritel mempunyai karyawan berjumlah 8 orang. Merdeka Ritel Membuka Toko yang berlokasi di alamat rumah pemilik yaitu di Desa Notog Purwokerto serta melakukan aktivitas bisnisnya di toko tersebut. Sebelum zaman era digital, pendapatan Merdeka Ritel cukup meningkat dibandingkan dengan pendapatan di era digital seperti sekarang ini. Adapun aktivitas yang dilakukan Merdeka Ritel yaitu memberi label harga di semua produk kemudian memasarkan di toko secara offline. Merdeka Ritel mempunyai beberapa distributor tangan pertama dan melakukan kerja sama dengan distributor tersebut. Biaya yang dikeluarkan oleh Merdeka Ritel yaitu biaya perawatan bangunan, biaya pajak karena bangunannya

milik pribadi, biaya listrik, biaya gaji karyawan dan biaya untuk menambahkan stok produk.

Saran

Kondisi business model canvas (BMC) Merdeka Ritel saat ini memiliki kekuatan bisnis yang cukup baik namun tidak optimal, dimana hasil dari identifikasi model bisnis yang ada pada Merdeka Ritel menunjukkan bahwa model bisnisnya masih sangat konvensional. Merdeka Ritel Belum memanfaatkan penggunaan teknologi modern terutama teknologi telekomunikasi dan informasi, padahal di era perkembangan teknologi seperti sekarang dapat membantu proses bisnis lebih optimal terutama untuk unit usaha kecil seperti Merdeka Ritel. Maka dari analisis penelitian ini, penulis memberikan saran kepada Merdeka Ritel, untuk menambahkan strategi bisnis baru secara garis besar yaitu memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informasi seperti pemanfaatan marketplace shopee dan tokopedia agar dapat menjangkau pelanggan lebih luas lagi di seluruh Indonesia, serta dapat menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan dan mengetahui yang dibutuhkan pelanggannya yaitu dengan memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp dan Facebook. Dan hal ini agar Merdeka Ritel terus berkembang mengikuti zaman sehingga dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat meningkatkan pendapatan di Merdeka Ritel.

5. **Daftar Pustaka**

- [1] A. Wilandari and Y. A. Permad, "Evaluasi Strategi Marketing Bisnis Ritel Skala Kecil Tradisional Kota," vol. 1, pp. 1–8, 2021.
- [2] J. A. Soselisa, S. Raharja, and B. Suharjo, "Analisis Strategi Pengembangan Usaha Supermarket XYZ dengan Pendekatan Model Bisnis Kanvas," *Manaj. IKM J. Manaj. Pengemb. Ind. Kecil Menengah*, vol. 12, no. 2, p. 194, 2018, doi: 10.29244/mikm.12.2.194-204.
- [3] A. N. B. MASSEPE, "Modul Pelatihan Business Model Canvas," 2017.
- [4] M. Tahwin and A. Widodo, "Perancangan Model Bisnis Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas Untuk Mengembangkan Usaha Kecil Menengah," pp. 154–166, 2018.
- [5] M. F. Abdulaziz1, 1, K. Sudiana2, S. E. F. 1, and 2, "Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Strength, Weakness, Opportunity, Dan Threats (Swot) Pada Usaha Kecil Kue Ny Lina Di Kota Bogor," 2022.
- [6] C. Suyanto, L. Limbong, N. D. P. Cantika, S. V. Dewi, T. Apriliana, and H. L. Suwarno, "Analisis Model Bisnis Pada Toko Biondi Menggunakan Business Model Canvas," *Semin. Nas. Parwisata dan Kewirausahaan*, vol. 1, pp. 237–245, 2022, doi: 10.36441/snpk.vol1.2022.46.
- [7] W. Wuryanto and A. Wahid, "Perencanaan Inovasi Pengembangan Argowisata Bukit Flora Dengan



- Pendekatan Metode Bisnis Model Kanvas,” *Available online at <http://jurnal.yudbarta.ac.id/v2/index.php/jkie>*, no. 1, pp. 81–90, 2019.
- [8] Dr. Sandu Sijoto, SKM., M.Kes. 2015.
- [9] J. P. Ayu, “Perencanaan Model Bisnis pada UMKM dalam Mengembangkan Oleh-oleh Khas Bekasi,” *J. Res. Bus. Tour.*, vol. 1, no. 1, p. 75, 2021, doi: 10.37535/104001120216.
- [10] H. Junaidi and D. Yulianti, “Ekonomi Pariwisata Studi Pada Kota Pagaralam.”
- [11] D. Tantriana, “Business Model Canvas Produk Simpanan Kencleng Koperasi Syariah Manfaat Surabaya,” *Semin. Nas. dan Call Pap. Manajemen, Akuntansi, dan Perbank.*, pp. 154–169, 2018.
- [12] M. Aldio, H. Putra, I. B. Praptono, and B. H. Sagita, “Perancangan Model Bisnis Pada Kopisiku Menggunakan Metode Pendekatan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT,” *e-Proceeding Eng.*, vol. 8, no. 2, pp. 2229–2244, 2021.
- [13] R. F. Deary, F. Hasun, and S. Aryani³, “Evaluasi Dan Perancangan Model Bisnis Wedo Party Planner Menggunakan Metode Business Model Canvas Evaluation and Design of Wedo Party Planner Business Model Using Business Model Canvas,” *e-Proceeding Eng.*, vol. 8, no. 5, pp. 6962–6971, 2021.
- [14] Francesca Monaco, “What is a Business Model Canvas?” 2019, [Online]. Available: <https://merlin-ict.eu/what-is-a-business-model-canvas/>.
- [15] I. Miftahudin, B. Praptono, and B. Hera Sagita, “(BAB 2 - VPC) Perancangan Model Bisnis Rumah Makan Lesehan Bambu Kuning Dengan Menggunakan Kerangka Business Model Canvas Design of Business Model of Lesehan Bambu Kuning Restaurant Using the Business Model Canvas Outline,” *e-Proceeding Eng.*, vol. 8, no. 5, pp. 7700–7707, 2021, [Online]. Available: <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/engineering/article/view/16406>.
- [16] I. W. Sakti, B. Praptono, and B. H. Sagita, “Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Stco.Theway Dengan Menggunakan Pendekatan Metode Business Model Canvas dan Analisis SWOT,” *e-Proceeding Eng.*, vol. 8, no. 4, pp. 4041–4053, 2021.
- [17] A. S. Harahap, F. Hasun, and Y. Prambudia, “Evaluasi Dan Perancangan Model Bisnis Pada Kusuma Jaya Perabot Dengan Menggunakan Business Model Canvas Evaluation and Design of Business Model At Kusuma Jaya Perabot Using Business Model Canvas,” vol. 8, no. 5, pp. 6928–6940, 2021.

