



Business Model Canvas (BMC) Berbasis Online: Sebuah Studi pada Usaha Rintisan Sambal Perawan

Agus Hadi Prayitno^{1*}, Rusna Meswari², Muhammad Diaudin³, Muhamad Hafidh Naafi'yan⁴

^{1,3,4}Program Studi Manajemen Bisnis Unggas, Jurusan Peternakan, Politeknik Negeri Jember, Jember, Indonesia

²Environmental and Occupational Health Programme, School of Health Sciences, Universiti Sains Malaysia, Penang, Malaysia

ARTIKEL INFO

Sejarah artikel
Diterima 01/02/2023
Diterima dalam bentuk revisi 24/05/2023
Diterima dan disetujui 29/06/2023
Tersedia online 22/12/2023

Kata kunci
Bisnis online
Business model canvas
Sambal perawan
Sambal suwir ayam
Usaha rintisan

ABSTRAK

Sambal Perawan sebagai usaha rintisan dapat merancang bisnisnya untuk unggul dalam bersaing dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian ini bertujuan untuk merancang *business model* Sambal Perawan melalui pendekatan BMC. Sambal Perawan merupakan sebuah usaha rintisan berbasis riset yang bergerak di bidang makanan siap saji. Studi dilakukan di setiap bagian BMC yaitu segmentasi pelanggan, proporsi nilai, saluran distribusi, hubungan dengan konsumen, sumber pendapatan, aktivitas kunci, sumber daya utama, mitra kunci, dan struktur biaya Metode penelitian yang digunakan adalah menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian diperoleh gambaran *business model* Sambal Perawan yaitu *customer segments* terdiri dari ibu rumah tangga, pekerja, dan mahasiswa dengan menawarkan *value propositions* yaitu fungsi produk dengan kandungan zat aktif capsaicin dari cabai sehingga pedasnya sambal dapat membuat nafsu makan bertambah. *Channels* yang digunakan Sambal Perawan untuk menyampaikan *value propositions* yang ditawarkan melalui penjualan langsung dan *online* dengan menggunakan *customer relationships* melalui WhatsApp, Facebook, dan Instagram. Aktivitas kunci yang dilakukan meliputi kegiatan proses produksi, penjualan dan pemasaran, serta pengembangan produk dengan sumber daya utama merek dagang terdaftar, paten sederhana, dan juga formulasi sambal. Kegiatan dan kebutuhan sumber daya agar dapat berjalan untuk menghasilkan proporsi nilai yang diharapkan, Sambal Perawan memiliki aktivitas kunci yaitu penyedia bahan baku. Sambal Perawan dapat menghasilkan sumber pendapatan dari kegiatan penjualan produk secara langsung dan *online* dengan struktur biaya yang terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel.

© 2023 Politeknik Pembangunan Pertanian Manokwari



ABSTRACT

Sambal Perawan, as a startup, can design its business to excel in competition by using the Business Model Canvas (BMC). This study aimed to design a business model of Sambal Perawan through a business model canvas approach. Sambal Perawan is a research-based startup engaged in fast food. The study was carried out in each section of the business model canvas, namely customer segments, channels, customer relationships, value propositions, revenue streams, key resources, key activities, key partners, and cost structure. The research method used was the descriptive qualitative method. The results of the study obtained an overview of Sambal Perawan business model through the BMC approach, namely customer segments consisting of housewives, workers, and students by offering the main value propositions, namely the function of products with

the active ingredient capsaicin from chilies so that the spicy sauce can increase appetite. Channels used by Sambal Perawan to convey the value offered through direct and online sales by using customer relationships through social media such as Instagram, Facebook, and WhatsApp. Key activities carried out include the production, sales, and marketing processes, as well as product development by utilizing key resources which include registered trademarks, patents, and chili formulations. Activities and resource requirements to run to produce the expected value, Sambal Perawan has key partners, namely suppliers of raw materials. Sambal Perawan generates revenue streams from direct and online selling with a cost structure consisting of fixed costs and variable costs.

PENDAHULUAN

Salah satu jenis pelengkap makanan yang sangat digemari oleh masyarakat Indonesia adalah sambal. Sambal merupakan saus yang dibuat dari bahan utama yaitu cabai yang dilumatkan sehingga sari dari cabai keluar yang memiliki rasa pedas. Sambal bagi masyarakat Indonesia dijadikan sebagai komplemen ketika makan seperti pada saat sarapan, makan siang ataupun makan malam yang membentuk rasa yang pedas pada pangan utama (Indrajaya, 2016). Sambal saat ini telah diproduksi skala industri dalam jumlah besar (Iqbal *et al.*, 2017; Low *et al.*, 2009). Sambal cabai juga dikenal dengan istilah saus cabai (SNI, 2006). Sensasi panas dan terbakar di lidah dapat ditimbulkan dari mengkonsumsi sambal yang membuatnya memiliki cita rasa yang spesifik. Cabai yang dicampur dengan bahan-bahan pelengkap lainnya biasanya dapat digunakan untuk mengolah menjadi sambal. Sambal mempunyai cita rasa yang spesifik

dengan mencampur berbagai macam cabai yang berbeda-beda. Sambal umumnya dibuat menggunakan cabai sebagai penggugah dan penambah selera makan di rumah (Kim *et al.*, 2016).

Salah satu dari komoditas sayuran yang sangat penting di Indonesia yaitu cabai. Alasannya, selain memiliki nilai jual yang cukup tinggi, cabai juga memiliki beberapa manfaat kesehatan yang dianggap penting (Sopacua & Koibur, 2017). Cabai yang banyak dibudidayakan secara luas berasal dari spesies *Capsicum annuum L.* (cabai besar dan cabai keriting) dan *Capsicum frutescens L.* (cabai rawit) (SNI, 2016). Cabai rawit atau *Capsicum frutescens L.* adalah tanaman yang mempunyai nilai ekonomi yang tinggi (Sila & Sopilena, 2016). Komposisi kimia cabai rawit meliputi air (71,2%), protein (4,7%), lemak (2,4%), karbohidrat (19,9%), kalsium (45 mg), fosfor (85 mg), vitamin C (70 mg), vitamin A (11.050 SI), zat besi (2,5 mg), dan vitamin B1 (0,08

mg) (Rukmana, 2002). Capsaicin adalah zat aktif pada cabai yang memberikan efek panas di lidah (Sumpena, 2013) dan mampu mencegah proses oksidasi lipoprotein densitas rendah atau LDL penyebab dari aterosklerosis (Utami, 2015) sehingga cabai apabila ditambahkan ke makanan dapat menimbulkan sensasi pedas.

Indonesia mempunyai berbagai macam variasi sambal yaitu sekitar lebih dari 20 jenis variasi sambal, karena melimpahnya rempah-rempah dan buah-buahan yang dicampurkan dengan cabai untuk menghasilkan berbagai jenis variasi dari sambal (Indrajaya, 2016). Penelitian terbaru menunjukkan hasil bahwa Indonesia memiliki 322 jenis sambal yang meliputi dari 257 jenis sambal diantaranya dipakai untuk masakan dan hidangan. Bahan utama pembuatan sambal umumnya terdiri dari cabai, garam, dan terasi. Bumbu bawang paling banyak dipakai diantaranya, yaitu bawang putih, bawang merah, gula, dan minyak kelapa sawit (Grehenson, 2018). Sambal sebagai pendamping makanan yang berlimpah akan vitamin karena bahan utama cabai sebagai sumber vitamin A, B, C, dan E, serta bahan mineral diantaranya molibdenum, mangan, kalium, folat, tembaga, tiamin. Cabai menyediakan tujuh kali lebih banyak vitamin C daripada jeruk (Indrajaya, 2016). Cabai kaya senyawa aktif flavonoid, capsaicin, mineral, dan senyawa antioksidan seperti vitamin E, vitamin C, vitamin K, β -karoten, fitosterol, dan β -cryptoxanthin (Alex, 2011). Sambal Perawan merupakan salah satu usaha rintisan berbasis riset yang memproduksi sambal suwir ayam sebagai produk utamanya. Salah satu dari

banyaknya jenis sambal yang ada di Indonesia yang sekarang ini sedang dikembangkan yaitu sambal suwir ayam (Prayitno *et al.*, 2020). Usaha sambal kemasan memiliki potensi yang besar untuk dikembangkan karena masyarakat Indonesia menyukai rasa pedas yang terdapat pada produk tersebut (Fibri & Frøst, 2019). Selain itu, masyarakat modern menginginkan produk makanan yang mudah disajikan dan tidak memerlukan waktu yang lama untuk memasak atau menyiapkan (Seaman, 2013).

Sambal suwir ayam diolah dengan cara menumis cabai rawit, bawang putih, bawang merah, gula, mosodium glutamat, garam, dan suwiran daging ayam memakai minyak kelapa sawit (Patent No. S00202006347, 2021; Prayitno *et al.*, 2020). Nutrisi sambal dapat ditingkatkan dengan cara menambahkan daging ayam karena sebagai sumber protein hewani yang paling diminati oleh sebagian banyak masyarakat Indonesia. Daging ayam berwarna putih sampai agak kekuningan, memiliki citarasa gurih, bertekstur halus, dan empuk (Prayitno *et al.*, 2010). Komposisi kimia dari daging ayam meliputi 72,61% air, 21,69% protein, dan 4,59% lemak (Prastini & Widjanarko, 2015). Daging memiliki kandungan senyawa bioaktif seperti *conjugated linoleic acid*, karnosin, anserin, *L-carnitine*, *glutathione*, taurin, dan keratin (Pogorzelska-Nowicka *et al.*, 2018). Sebagai usaha rintisan Sambal Perawan belum memiliki *business model*. Adanya *business model* dapat memberikan gambaran Sambal Perawan untuk dapat menghasilkan keuntungan dengan strategi usaha yang nantinya akan dijalankan. Menurut Mahmudi

et al. (2018) BMC dapat membantu perusahaan dalam mengidentifikasi peluang untuk menarik perhatian pasar atau konsumen. *Business model canvas* (BMC) adalah suatu metode analisis untuk menggambarkan aktivitas perusahaan dalam menjalan usahanya untuk dapat menang bersaing dari kompetitor dan mendapatkan keuntungan. Alat ini berbentuk kanvas yang terdiri dari sembilan segmen yang saling terhubung dalam satu kesatuan (Wijayanti & Hidayat, 2020). Solihah *et al.* (2014) menyatakan bahwa BMC dapat digunakan untuk mengidentifikasi *business model* dan juga menciptakan *business model* perbaikan dari sebuah bisnis. Oleh karena itu, perlu dilakukan sebuah kajian untuk

merancang *business model* dari usaha rintisan Sambal Perawan memakai desain *Business Model Canvas* (BMC).

METODE

Penelitian dilakukan pada bulan Januari – Juli 2021. Penelitian dilakukan di usaha rintisan yang bernama Sambal Perawan yang berlokasi di daerah Tegal Gede, Summersari, Jember. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk memberikan gambaran secara rinci tentang data yang diperoleh dari sumber lapangan, baik dalam bentuk data yang tertulis maupun hasil wawancara serta observasi langsung ke lapangan.

<i>Key partners</i>	<i>Key activities</i>	<i>Value Propositions</i>	<i>Customer Relationships</i>	<i>Customer Segments</i>
	<i>Key resources</i>		<i>Channels</i>	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		

Gambar 1. Sembilan bagian dari *business model canvas* (Osterwalder & Pigneur, 2017)

Penelitian kualitatif merupakan suatu metode penelitian yang menghasilkan data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan dari narasumber serta perilaku yang diamati pada fenomena yang sedang diteliti (Warnaningtyas, 2020). Metode penelitian yang akan diaplikasikan adalah dengan metode penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif

sebagai bentuk dari visualisasi secara kualitatif atas fakta, data, atau objek material yang tidak berupa rangkaian angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wacana melalui interpretasi yang tepat dan sistematis (Wibowo, 2011).

Deskripsi lengkap dari usaha rintisan Sambal Perawan dirumuskan model bisnisnya

dengan pendekatan BMC. Osterwalder & Pigneur (2017) menyatakan bahwa BMC merupakan *template* berupa *visual chart* berbentuk tabel yang memuat sembilan bagian bangunan yang digunakan untuk menciptakan bisnis yang inovatif. Kesembilan bagian bangunan tersebut mencakup empat bidang utama dalam suatu bisnis, yaitu konsumen, pasokan, infrastruktur, dan keuangan. Model kanvas ini merupakan cetak biru strategi yang diimplementasikan melalui struktur, proses, dan sistem organisasi. BMC divisualisasikan seperti pada Gambar 1. Analisis data menggunakan analisis deskriptif sebagai teknik analisis yang memberikan gambaran yang akurat dan jelas. Melalui teknik ini, indikator yang ada dapat dijelaskan dan diberi makna, serta dibandingkan dan dihubungkan satu sama lain (Mahmudi *et al.*, 2018).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha Rintisan

Sambal Perawan adalah usaha rintisan berbasis riset yang bergerak di bidang makanan siap saji (*ready to eat*). Produk yang ditawarkan oleh Sambal Perawan adalah

sambal suwir ayam kemasan yang dapat dijadikan lauk-pauk dalam suatu sajian. Bukan hanya sekedar sambal biasa, Sambal Perawan menekankan pada tekstur daging ayam dan sensasi rasa sambal yang dihasilkan sehingga dikenal dengan kategori produk baru yaitu sambal suwir ayam. Selain itu, Sambal Perawan menyajikan 3 varian rasa dengan tingkat kepedasan yang berbeda kepada konsumen yaitu Sambal Perawan Hijau, Sambal Perawan Kuning, dan Sambal Perawan Merah. Rasa dari Sambal Perawan Hijau yang ditawarkan tidak terlalu pedas bagi konsumen yang tidak menyukai rasa pedas. Rasa Sambal dari Perawan Kuning yang ditawarkan dengan tingkat kepedasan sedang ditujukan untuk para konsumen yang menyukai sensasi rasa agak pedas. Rasa dari Sambal Perawan yang Merah ditujukan bagi para konsumen yang menyukai sensasi rasa pedas. Ketiga macam dari sambal suwir ayam dari Sambal Perawan ini dikemas memakai botol kemasan plastik *foodgrade* yang bertujuan untuk memberikan kemudahan untuk pelanggan pada saat membawa dan menyimpannya. Produk dari Sambal Perawan disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Produk sambal suwir ayam dari Sambal Perawan

Strategi pemasaran yang digunakan oleh Sambal Perawan dalam memasarkan produknya yaitu melalui *online* yaitu *website* dan *marketplace* yang didukung dengan media sosial diantaranya WhatsApp, Facebook, dan Instagram dalam menginformasikan kepada calon konsumen. Media sosial yang terdiri atas WhatsApp, Facebook, dan juga Instagram dari usaha rintisan Sambal Perawan gunakan guna menginformasikan semua hal yang mengenai informasi dari produk, kegiatan promosi, dan aktivitas pameran yang akan diikuti Sambal Perawan. Sambal Perawan menetapkan untuk memakai aplikasi dari media sosial seperti WhatsApp, Facebook, dan juga Instagram, dalam mempromosikan produk karena ketiga media sosial tersebut merupakan media sosial yang paling luas dipakai oleh calon pelanggan yang dibidik oleh Sambal Perawan. Selain itu, masyarakat dengan aktivitasnya yang begitu sibuk menjadikan sebagian diantara mereka lebih cenderung untuk membeli produk secara *online* melalui *website* atau *marketplace* yang informasinya didapat dari media sosial yang dimiliki. Masyarakat melalui aktivitas media sosial yang mampu mengakses informasi darimana saja dan kapan saja. Hal inilah yang menjadi argumentasi Sambal Perawan menjual produknya melalui *website* dan *marketplace* serta menginformasikannya melalui media sosial. *Business model canvas* dari Sambal Perawan melalui sembilan (9) bagian dari BMC disajikan pada Gambar 3.

Business Model Sambal Perawan

Customer Segments

Sambal perawan menawarkan produk sambal suwir ayam dengan melayani para konsumen dengan klasifikasi diantaranya, yaitu: 1) secara geografis berasal dari daerah Kabupaten Jember dan luar Kabupaten Jember (wilayah Indonesia), 2) secara demografis yaitu para ibu rumah tangga, pekerja, dan mahasiswa, 3) secara psikografis ditujukan untuk orang-orang yang suka makan sambal dan makanan yang pedas, dan 4) secara perilaku membidik untuk orang-orang yang suka makan makanan siap saji (*ready to eat*) dan menyukai makanan yang praktis.

Value Propositions

Value propositions adalah *added value* yang dipersembahkan bagi konsumen atau pengguna dari produk Sambal Perawan. Proporsi nilai yang ditawarkan Sambal Perawan dari segi produk yaitu dengan kandungan zat aktif capsaicin dari cabai sehingga pedasnya sambal dapat membuat nafsu makan bertambah. Sambal Perawan menyajikan kategori produk baru yaitu sambal suwir ayam siap saji yang kaya akan protein hewani (daging ayam), bahan baku yang digunakan yaitu cabai rawit lokal pilihan dan tanpa bahan pengawet. Suwiran daging ayam yang ditambahkan sehingga membuat tekstur sambal menjadi khas dan terasa di lidah. Kemasan yang digunakan Sambal Perawan memakai botol plastik *foodgrade* sehingga mudah untuk dibawa kemana saja karena sangat praktis. Sambal suwir ayam Sambal Perawan dapat dimakan dengan cara dicampur

dengan nasi panas, nasi goreng, mie goreng, bihun goreng, kwetiau, dan bakso.

Channels

Channels merupakan strategi yang digunakan dari produk Sambal perwan dalam mendistribusikan produknya kepada calon konsumen atau penggunanya. Terdapat dua

channels yang dipakai Sambal Perawan, yaitu saluran penjualan secara langsung ke pengguna atau konsumen. Penjualan secara *online* dilakukan melalui *website* resmi yaitu www.sambalperawan.com, dan melalui *marketplace* seperti Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia.

<p>Key partners</p> <ul style="list-style-type: none"> – Penyedia bahan baku (pedagang cabai, daging ayam, dan bumbu-bumbu) 	<p>Key activities</p> <ul style="list-style-type: none"> – Proses produksi – Penjualan dan pemasaran – Pengembangan produk <p>Key resources</p> <ul style="list-style-type: none"> – Merek dagang terdaftar – Paten sederhana – Formulasi sambal 	<p>Value Propositions</p> <ul style="list-style-type: none"> – Pedasnya bikin nafsu – Kategori produk baru sambal suwir ayam – Bahan baku cabai rawit lokal pilihan – Tanpa bahan pengawet – Ada suwiran daging ayam – Tekstur daging ayamnya terasa – Kaya protein hewani – Mengandung zat aktif capsaicin – Dikemas dalam botol plastik <i>foodgrade</i> – Sangat praktis dan mudah dibawa kemana saja – Bisa dicampur dengan nasi panas, nasi goreng, mie goreng, bihun goreng, kwetiau, dan bakso 	<p>Customer Relationships</p> <ul style="list-style-type: none"> – Melakukan interaksi dengan konsumen melalui media sosial (<i>customer retention</i>) – Memberikan promo pembelian (<i>customer acquisition</i>) <p>Channels</p> <ul style="list-style-type: none"> – Penjualan langsung – <i>Website</i> – <i>Market place</i> 	<p>Customer Segments</p> <p>Geografis</p> <ul style="list-style-type: none"> – Orang-orang yang ada di wilayah Indonesia <p>Demografis</p> <ul style="list-style-type: none"> – Ibu rumah tangga, pekerja, dan mahasiswa <p>Psikografis</p> <ul style="list-style-type: none"> – Orang-orang yang suka makan sambal dan makanan yang pedas <p>Perilaku</p> <ul style="list-style-type: none"> – Orang-orang yang suka makan makanan siap saji dan praktis
<p>Cost Structure</p> <p>Biaya Tetap</p> <ul style="list-style-type: none"> – Biaya gaji pegawai – Biaya penyusutan peralatan – Biaya sewa tempat produksi – Biaya iklan dan promosi – Biaya pemeliharaan <i>website</i> – Biaya telpon dan internet – Biaya listrik <p>Biaya Variabel</p> <ul style="list-style-type: none"> – Bahan baku utama – Bahan bantu pelengkap – Biaya retribusi parkir dan bahan bakar 		<p>Revenue Streams</p> <ul style="list-style-type: none"> – Penjualan secara langsung – Penjualan melalui <i>website</i> – Penjualan melalui <i>marketplace</i> 		

Gambar 3. *Business model* Sambal Perawan dengan pendekatan BMC dari observasi langsung ke lapangan dan hasil wawancara

Customer Relationships

Hubungan konsumen atau *customer relationships* menjabarkan tentang jenis interaksi yang dibina oleh Sambal Perawan

dengan calon pengguna atau konsumen. Cara Sambal Perawan dalam menjalin hubungan baik calon pelanggan dan konsumen dengan menggunakan media sosial seperti WhatsApp,

Facebook, dan Instagram sebagai bentuk upaya untuk *customer retention*. Calon pengguna dan konsumen yang ingin menanyakan tentang produk dilayani secara langsung dan pada saat memesan produk Sambal Perawan diarahkan melalui *official website* atau juga *marketplace* sehingga memudahkan calon pelanggan mulai dari pemesanan, pembayaran, dan pengiriman produk Sambal Perawan hingga diterima oleh pelanggan. Selain itu, usaha Sambal Perawan memberikan promo pembelian sebagai upaya untuk *customer acquisition*.

Revenue Streams

Sumber pendapatan atau disebut juga *revenue streams* menjelaskan tentang sumber penerimaan uang yang diperoleh dari Sambal Perawan melalui masing-masing segmentasi pasar. Sumber pendapatan Sambal Perawan berasal dari aktivitas penjualan produk sambal suwir ayam secara langsung, melalui *website* resmi, dan melalui *marketplace* seperti Shopee, Bukalapak, dan Tokopedia.

Key Resources

Sumber daya utama atau disebut juga *key resources* menjelaskan tentang aset-aset utama yang dimiliki oleh Sambal Perawan baik *tangible asset* maupun *intangible asset*. *Key resources* yang dimiliki oleh Sambal Perawan berupa *intangible asset* seperti merek dagang yang sudah terdaftar, paten sederhana untuk sambal suwir ayam siap saji kaya protein, dan formulasi sambal yang khas Sambal Perawan.

Key Activities

Aktivitas kunci atau disebut juga *key activities* menjelaskan tentang aktivitas utama yang dijalankan oleh usaha rintisan Sambal Perawan supaya memberikan nilai tambah dari

produk yang dihasilkan dengan baik. Aktivitas kunci yang dilakukan oleh usaha rintisan dari Sambal Perawan, yaitu seperti kegiatan dalam proses produksi sambal suwir ayam, penjualan dan pemasaran, serta aktivitas lain untuk dapat pengembangan produk.

Key Partners

Key partners menjelaskan tentang mitra utama yang dapat membuat *business model* dapat berjalan. Perusahaan membuat hubungan dengan mitra utama untuk mengoptimalkan *business model*, menekan resiko atau mendapat sumber daya yang diperlukan (Rukka *et al.*, 2018). Sambal Perawan menjalin hubungan kemitraan dengan mitra utama yaitu penyedia bahan baku sehingga kegiatan usaha dari Sambal Perawan dapat berjalan dengan baik, efektif, efisien, dan berkelanjutan.

Pola hubungan kemitraan yang dijalin adalah hubungan pembeli-pemasok. Sambal Perawan dalam pengadaan bahan baku utama yaitu cabai rawit, bawang putih, dan bawang merah dalam menjalin hubungan kemitraan dengan pedagang lokal cabai, daging ayam, dan bumbu-bumbu yang berlokasi di daerah Pasar Tanjung, Kabupaten Jember. Wijayanti & Hidayat (2020) menyatakan jika kerjasama antara pelaku usaha dan pemasok bahan baku dapat memastikan kontinuitas pasokan bahan baku yang dibutuhkan.

Cost Structure

Cost structure menjelaskan tentang komponen-komponen biaya atau beban secara keseluruhan yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk mengoperasikan *business model*. Sambal Perawan mengelompokkan komponen biaya menjadi dua macam, yaitu biaya atau beban

tetap (*fixed cost*) dan variabel (*variable cost*). Beban tetap adalah biaya yang dibayarkan oleh perusahaan tanpa adanya pengaruh dari besar kecilnya dari jumlah produk yang dihasilkan (Rukka *et al.*, 2018). Biaya tetap yang dibayarkan oleh usaha rintisan dari Sambal Perawan meliputi gaji pegawai, biaya penyusutan peralatan, biaya sewa tempat produksi, biaya iklan dan promosi, biaya pemeliharaan *website*, biaya telpon dan internet, serta biaya listrik.

Biaya variabel adalah beban yang dibayarkan untuk mengisi kebutuhan produksi yang dapat dipengaruhi oleh besarnya kuantitas dari jumlah produk yang dihasilkan (Rukka *et al.*, 2018). Biaya variabel yang dibayarkan oleh usaha rintisan Sambal Perawan meliputi pengadaan bahan baku utama, bahan bantu pelengkap, biaya retribusi dan bahan bakar. Priyono (2015) melaporkan bahwa melalui BMC, para pelaku usaha dapat mencapai keseimbangan antara *cost driven* dan *value driven* dalam bagian *cost structure*.

KESIMPULAN DAN SARAN

Sambal Perawan adalah usaha rintisan yang memproduksi sambal suwir ayam. *Business model* Sambal Perawan melalui pendekatan BMC diperoleh gambaran bahwa *customer segments* terdiri dari ibu rumah tangga, pekerja, dan mahasiswa dengan menawarkan *value propositions* yang utama yaitu fungsi produk dengan kandungan zat aktif capsaicin dari cabai sehingga pedasnya sambal dapat membuat nafsu makan bertambah. *Channels* yang digunakan Sambal Perawan untuk menyampaikan *value* yang

ditawarkan melalui penjualan langsung dan *online* dengan menggunakan *customer relationships* via media sosial yaitu WhatsApp, Facebook, dan juga Instagram. Aktivitas kunci yang dilakukan terdiri atas kegiatan produksi, aktivitas pemasaran dan juga penjualan, serta pengembangan produk dengan memanfaatkan sumber daya utama meliputi merek dagang terdaftar, paten sederhana, dan juga formulasi sambal. Kegiatan dan kebutuhan sumber daya agar dapat berjalan untuk menciptakan *value* yang diharapkan, Sambal Perawan mempunyai mitra kunci diantaranya, yaitu penyedia bahan baku. Sambal Perawan menghasilkan sumber pendapatan dari aktivitas penjualan produk secara langsung dan *online* dengan struktur biaya yang meliputi beban tetap dan variabel. Rekomendasi dari penelitian ini agar usaha rintisan Sambal Perawan untuk terus mengkaji secara berkala model bisnisnya agar usahanya terus bertumbuh dan unggul dalam bersaing.

PERNYATAAN KONTRIBUSI

Agus Hadi Prayitno dalam penulisan manuskrip ini berperan sebagai kontributor utama dan juga korespondensi, sedangkan Rusna Meswari, Muhammad Diaudin, dan Muhamad Hafiidh Naafi'yan dalam penulisan manuskrip ini berperan sebagai kontributor anggota. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi bagi para pelaku usaha dalam upaya untuk mengembangkan usahanya melalui pendekatan BMC dan pengembangan ilmu pengetahuan dengan penerapan BMC pada usaha rintisan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alex, S. (2011). *Usaha Tani Cabai Kiat Jitu Bertanam Cabai di Segala Musim*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Fibri, D. L. N., & Frøst, M. B. (2019). Consumer perception of original and modernised traditional foods of Indonesia. *Appetite*, 133, 61–69.
- Grehenson, G. (2018). Peneliti UGM Kumpulkan Ragam Sambal dari Seluruh Indonesia. Retrieved May 1, 2020, from <https://ugm.ac.id/id/berita/16174-peneliti-ugm-kumpulkan-ragam-sambal-dari-seluruh-indonesia>
- Indrajaya, Y. C. (2016). Perancangan desain kemasan sambal pecel “Bumbu Ndeso” Blitar. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 7–13.
- Iqbal, S. Z., Asi, M. R., Mehmood, Z., Mumtaz, A., & Malik, N. (2017). Survey of aflatoxins and ochratoxin A in retail market chilies and chili sauce samples. *Food Control*, 81, 218–223.
- Kim, S. H., Chung, K. R., Yang, H. J., & Kwon, D. Y. (2016). Sunchang gochujang (Korean red chili paste): the unfolding of authenticity. *Journal of Ethnic Foods*, 3(3), 201–208.
- Low, K. H., Zain, S. M., Abas, M. R., & Khan, R. A. (2009). Characterization of commercial chili sauce varieties according to their chemical and physical properties using chemometric methods. *Sensing and Instrumentation for Food Quality and Safety*, 3(4), 203–210.
- Mahmudi, H., Rizan, M., & Santoso, B. (2018). Remodeling bisnis PT Sasakura Indonesia dengan menggunakan *business model canvas* (BMC). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 9(2), 352–373.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Pogorzelska-Nowicka, E., Atanasov, A. G., Horbańczuk, J., & Wierzbicka, A. (2018). Bioactive compounds in functional meat products. *Molecules*, 23(2), 1–19.
- Prastini, A. I., & Widjanarko, S. B. (2015). Pembuatan sosis ayam menggunakan gel porang (*Amorphophallus muelleri* Blume) sebagai bahan pengikat terhadap karakteristik sosis. *Jurnal Pangan dan Agroindustri*, 3(4), 1503–1511.
- Prayitno, A. H. (2021). *Patent No. S00202006347*. Indonesia.
- Prayitno, A. H., Meswari, R., & Diauddin, M. (2020). The study of chemical contents, daily values, and microbiology of chicken chili sauce. *Canrea Journal: Food Technology, Nutritions, and Culinary*, 3(1), 49–56.
- Prayitno, A. H., Suryanto, E., & Zuprizal. (2010). Kualitas fisik dan sensoris daging ayam broiler yang diberi pakan dengan penambahan ampas *virgin coconut oil* (VCO). *Buletin Peternakan*, 34(1), 55–63.
- Priyono, F. (2015). Analisa penerapan *business model canvas* pada Toko Moi Collection. *Agora*, 3(2), 358–363.
- Rukka, R. M., Busthanul, N., & Fatonny, N. (2018). Strategi pengembangan bisnis keripik bayam (*Amaranthus Hybridus*) dengan pendekatan *business model canvas*: studi kasus pada CV. OAG di Kota Makassar, Sulawesi Selatan. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 14(1), 41–54.
- Rukmana, H. R. (2002). *Usaha Tani Cabai Rawit*. Yogyakarta: Kanisius.
- Seaman, D. R. (2013). Weight gain as a consequence of living a modern lifestyle: A discussion of barriers to effective weight control and how to overcome them. *Journal of Chiropractic Humanities*, 20(1), 27–35.
- Sila, S., & Sopilena. (2016). Efektivitas beberapa fungisida terhadap perkembangan penyakit dan produksi tanaman cabai (*Capsicum frutescens*). *Jurnal Agrifor*, 15(1), 117–130.
- SNI. (2006). *Saus Cabe*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.
- SNI. (2016). *Cabai*. Jakarta: Badan Standardisasi Nasional.

- Solihah, E., Hubeis, A. V. S., & Maulana, A. (2014). Analisis model bisnis pada KNM Fish Farm dengan pendekatan *business model canvas* (BMC). *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 9(2), 185–194.
- Sopacua, B. N. H., & Koibur, M. (2017). Pengaruh Jenis dan Dosis Bokashi terhadap Pembibitan Tanaman Cabai (*Capsicum annum L.*). *Jurnal Triton*, 8(1), 85–92.
- Sumpena, U. (2013). Penetapan kadar capsaicin berbagai jenis cabe (*Capsicum sp*) di Indonesia. *Mediagro*, 9(2), 9–16.
- Utami, R. (2015). Sambal, makanan khas Indonesia yang berpotensi mencegah aterosklerosis dan kanker, serta kajian titik kritis kehalalannya. *Jurnal Agroindustri Halal*, 1(1), 1–12.
- Warnaningtyas, H. (2020). Desain *bisnis model canvas* (BMC) pada usaha batik Kota Madiun. *EKOMAKS: Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif Dan Bisnis*, 9(2), 52–65.
- Wibowo. (2011). *Manajemen Kinerja*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wijayanti, N., & Hidayat, H. H. (2020). *Business model canvas* (BMC) sebagai strategi penguatan kompetensi UMKM makanan ringan di Kabupaten Kebumen, Jawa Tengah. *Jurnal Agroindustri Halal*, 6(2), 114–121.