



Model Bisnis Kanvas Pada Industri Beras Analog

Jejen Supriadi¹, Aji Hermawan², Indah Yuliasih³

¹ Program Studi Teknik Mesin, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Dr KHEZ Muttaqien

^{2,3} Program Studi Teknologi Industri Pertanian, IPB University

¹ jensupriadi74@gmail.com

Abstrak

Beras analog berfungsi sebagai sumber pangan alternatif yang menjanjikan bagi penderita diabetes melitus, obesitas, dan mereka yang peduli terhadap kesehatan. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan Business Model Canvas (BMC) bagi industri beras analog. Studi kasus dilakukan di PT. X, yang berlokasi di Provinsi Jawa Barat, Indonesia. Penelitian dilakukan dalam tiga tahap: pertama, mengidentifikasi model bisnis perusahaan beras analog yang ada; kedua, menganalisis faktor internal dan eksternal melalui analisis SWOT untuk menilai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman; dan ketiga, merumuskan model bisnis alternatif menggunakan kerangka BMC. Temuan penelitian menunjukkan bahwa perusahaan perlu merevisi model bisnisnya, khususnya dengan meningkatkan proposisi nilai—seperti menghilangkan rasa dan aroma jagung, dan mendiversifikasi produk untuk melayani berbagai segmen pelanggan. Rekomendasi lebih lanjut meliputi perluasan target pasar, penguatan jaringan distribusi, dan pembentukan kemitraan dengan rumah sakit, apotek, dan restoran. Aliran pendapatan tambahan dapat diupayakan melalui komersialisasi teknologi. Selain itu, relokasi produksi lebih dekat ke sumber bahan baku dan mengamankan dukungan pemerintah untuk inisiatif pemasaran juga disarankan.

Kata kunci: Beras Analog, Kanvas Model Bisnis, Analisis SWOT.

1. Latar Belakang

Beras merupakan sumber energi utama dan merupakan makanan pokok yang paling banyak dikonsumsi di Indonesia, dengan hampir 90% penduduk mengandalkannya sebagai makanan pokok utama mereka. Pada tahun 2014, Indonesia merupakan negara penghasil beras terbesar ketiga di dunia, setelah Tiongkok dan India (FAO, 2014). Meskipun demikian, konsumsi beras per kapita Indonesia masih relatif tinggi, yaitu sebesar 54% dari total konsumsi sumber makanan pokok, yang meliputi sereal (seperti beras, jagung, dan sorgum), umbi-umbian (seperti singkong, ubi jalar, kentang, garut, ganyong, dan tanaman umbi-umbian lainnya), serta buah-buahan dan tanaman batang (seperti sagu, sukun, dan pisang). Pada tahun 2011, konsumsi beras mencapai 101,7 kg per kapita per tahun. Angka ini menurun menjadi 96,6 kg/kapita/tahun pada tahun 2012 dan selanjutnya menjadi 96,3 kg/kapita/tahun pada tahun 2013. Penurunan konsumsi beras selama periode 2011–2013 sebagian disebabkan oleh kebijakan diversifikasi pangan, termasuk program "Satu Hari Tanpa Beras" dan promosi konsumsi makanan pokok lokal (Kementerian Pertanian, 2013). Situasi ini menyiratkan bahwa mencapai ketahanan pangan bergantung pada produksi beras yang cukup untuk memenuhi permintaan konsumsi. Sebaliknya, produksi beras yang tidak mencukupi dapat menyebabkan kerawanan pangan dan gizi.

Beras analog merupakan produk pangan berbentuk menyerupai beras konvensional, namun dibuat dari bahan non-padi dan termasuk dalam kategori pangan instan bergizi. Produk ini berpotensi dimanfaatkan dalam program fortifikasi pangan sebagai salah satu strategi penanggulangan malnutrisi, melalui penambahan mikronutrien penting seperti vitamin A, vitamin E, zat besi, dan niasin. Dengan komposisi tersebut, beras analog dapat dikembangkan sebagai pangan fungsional yang ditujukan untuk kebutuhan khusus, seperti penderita diabetes, hiperkolesterolemia, maupun kebutuhan diet lainnya. Kandungan gizi pada beras analog dapat disesuaikan dengan kebutuhan melalui pemilihan bahan baku yang tepat serta pengaturan komposisi bahan pangan pendukung lainnya. Di Indonesia, beras analog mulai diperkenalkan pada tahun 2012 oleh F-Technopark IPB. Namun demikian, hingga saat ini, upaya pengembangan bisnis beras analog yang dilakukan oleh F-Technopark bekerja sama dengan PT. X masih menghadapi berbagai kendala, khususnya dalam hal penetrasi pasar. Oleh karena itu, diperlukan pengembangan model bisnis yang tepat untuk mendorong keberhasilan komersialisasi beras analog. Selain itu,

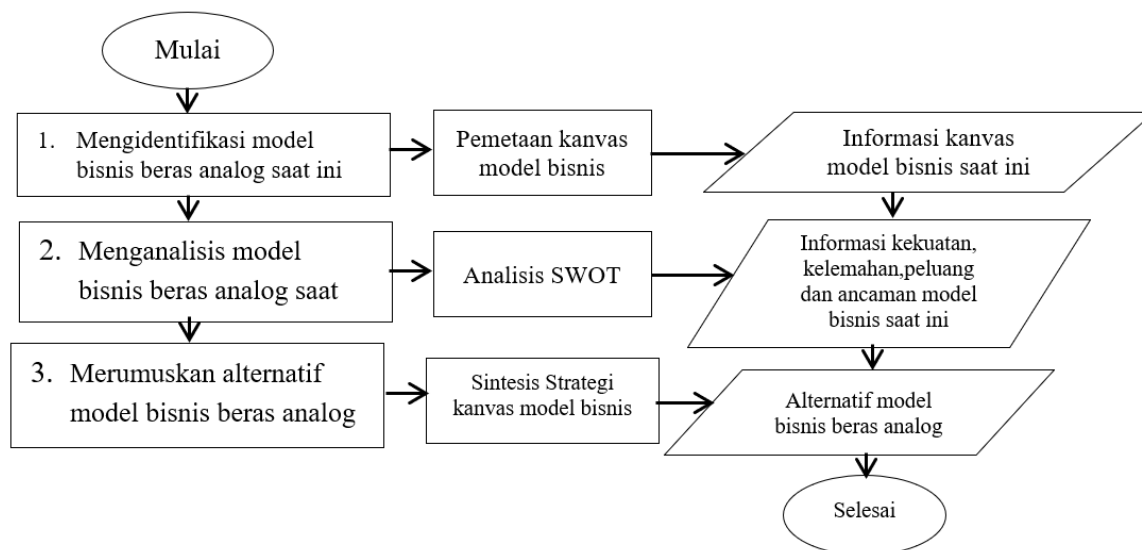
analisis terhadap potensi pengembangan usaha juga penting dilakukan melalui pendekatan model bisnis guna mengidentifikasi karakteristik usaha yang sesuai dan berkelanjutan.

Model bisnis memegang peranan penting dalam keberhasilan suatu usaha, karena melalui perancangan model bisnis yang tepat, sebuah perusahaan dapat memperoleh keunggulan kompetitif di pasar dan melemahkan posisi pesaing. Mengingat potensi beras analog yang cukup prospektif, diperlukan perancangan model bisnis yang optimal guna mendukung pengembangan produk tersebut. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi pengembangan model bisnis beras analog. Adapun tujuan khusus dari penelitian ini meliputi: 1) mengidentifikasi model bisnis beras analog yang saat ini diterapkan oleh PT. X; 2) menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari model bisnis beras analog yang ada; serta 3) merumuskan alternatif model bisnis beras analog yang lebih sesuai untuk diterapkan di PT. X.

2. Metode Penelitian

2.1. Tahapan Penelitian

Penelitian dilakukan dengan tiga tahapan, yaitu mengidentifikasi model bisnis beras analog di PT.X yang sedang berjalan, menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan untuk mengetahui kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman. Tahap akhir mengembangkan alternatif model bisnis beras analog di PT.X.



Gambar 1. Tahapan Penelitian.

2.2. Mengidentifikasi Model Bisnis Industri Beras Analog

Pada tahapan ini dilakukan pencarian data melalui wawancara. Data hasil wawancara digunakan untuk mengidentifikasi kanvas model bisnis beras analog yang saat ini dijalankan oleh PT.X. Kanvas model bisnis merupakan alat pembuat model bisnis yang kini sangat populer dalam dunia keriwusahaan karena kemampuannya dalam menggambarkan elemen inti dalam sebuah bisnis dengan lebih mudah dalam satu lembar kanvas (Hermawan dan Pravitasari, 2012:1). Menurut Osterwalder dan pigneur (2014: 14) model bisnis adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Kanvas model bisnis memiliki sembilan blok elemen yaitu proposisi nilai (value propositions), segmen pelanggan (customers segment), saluran (Channels), hubungan pelanggan (customers relationships), aktivitas kunci (key activities), sumber daya utama (key resources), kemitraan utama (key patners), arus pendapatan (revenue streams) dan struktur biaya (cost structure). Responden yang terlibat pada tahapan ini diantaranya adalah direktur, manager unit produksi, dan staf PT. X.

Key Patners	Key Activities	Value Propositions	Customer Relationships	Customer Segment
	Key Resources		Channels	
Cost Structure		Revenue Streams		

Gambar 2. Kanvas Model Bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2010).

2.3. Analisis SWOT Model Bisnis Industri Beras Analog

Langkah yang dilakukan pada tahapan ini melakukan analisis dari hasil mengidentifikasi model bisnis yang dijalankan oleh PT.X saat ini. Data diperoleh dari hasil wawancara untuk menggali faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan yang dimiliki oleh perusahaan sedangkan faktor eksternal meliputi peluang yang dapat diraih dan ancaman yang harus dihadapi oleh PT.X. SWOT merupakan akronim dari kekuatan (Strenghts), kelemahan (Weakness), peluang (Opportunity), dan ancaman (Threats). Menurut Purwanto (2012:139) Strenghts-Weaknesses-Opportunity-Threats (SWOT) matrix merupakan matching tool yang membantu para manajer mengembangkan empat tipe strategi yaitu (1) Strategi SO (Strenghts-Opportunity), (2) Strategi WO (Weaknesses-Opportunity), (3) Strategi ST (Strenghts-Threats), (4) Strategi WT (Weaknesses-Threats). Menurut Rangkuti (2006) matriks SWOT dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimilikinya. Matriks ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis. Data yang didapat dari hasil wawancara dengan komisaris utama, direktur, manager unit produksi, dan staf PT. X, kemudian dianalisis menggunakan metode analisis SWOT dengan pendekatan kanvas model bisnis.

2.4. Merumuskan Alternatif Model Bisnis Baru Industri Beras Analog

Tahapan terakhir pada penelitian ini dilakukan sintesis strategi analisa SWOT untuk memperoleh alternatif model bisnis beras analog yang akan dapat dijalankan oleh PT.X. Data diperoleh dari hasil analisis SWOT dengan pendekatan pada kanvas model bisnis. Menurut David (2011:18) strategi adalah sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Identifikasi Model Bisnis Industri Beras Analog

Model bisnis adalah sistem sumber daya dan aktivitas, yang menciptakan nilai yang bermanfaat bagi pelanggan dan penjualan nilai menghasilkan uang bagi perusahaan (Slavik dan Bednar, 2014). Mengidentifikasi model bisnis beras analog yang sedang dijalankan oleh PT.X dengan melakukan survei melalui wawancara kepada direktur, manager unit produksi perusahaan. Hasil wawancara mengacu kepada elemen-elemen kanvas model bisnis yang meliputi proposisi nilai (value propositions), segmen pelanggan (customers segment), saluran (channels), hubungan pelanggan (customers relationships), aktivitas kunci (key activities), sumber daya utama (key resources), kemitraan utama (key patners), arus pendapatan (revenue streams) dan struktur biaya (cost structure).

Proposisi nilai dari beras analog ialah kandungan gizi yang lebih baik dari beras padi dengan indeks glikemik 52, kandungan serat pangan 10.34 dan bebas gula yang sangat baik untuk dikonsumsi oleh penderita diabetes melitus, obesitas dan individu yang peduli terhadap kesehatan. Beras analog memiliki warna kuning dan tekstur menyerupai butir beras padi. Segmen pelanggan beras analog saat ini secara demografi yaitu konsumen dari kelas

menengah ke atas dan berusia di atas 30 tahun, penderita diabetes mellitus, obesitas dan individu yang peduli terhadap kesehatan. Saluran pemasaran dan penjualan melalui distributor Serambi Botani yang memiliki beberapa gerai produk kesehatan di wilayah Jabodetabek dan kota lain di luar pulau Jawa. Beras analog pun dipasarkan oleh resto Taman Koleksi yang berada di kota Bogor dengan menyajikan menu makanan berbahan beras analog. Saluran lain dalam memasarkan beras analog kerja sama dengan klinik, komunitas dan agen penjualan online. Hubungan pelanggan dilakukan oleh PT.X melalui web, blog, instagram dan Facebook. Serambi Botani sebagai distributor pun menyiapkan website sebagai sarana informasi produk beras analog. PT.X pun membantu memasarkan dengan mengadakan event IPB Science Techno Park Open House and Innovation Expo. Pada kesempatan itu Prof. Dr. Ir. Slamet Budijanto, M.Agr selaku inventor beras analog memperkenalkannya kepada pengunjung.

Kanvas model bisnis beras analog PT.X saat ini

<u>Kemitraan</u>	<u>Aktivitas</u>	<u>Proposisi</u>	<u>Hubungan</u>	<u>Segmen</u>
<u>Utama</u>	<u>Kunci</u>	<u>Nilai</u>	<u>Pelanggan</u>	<u>Pelanggan</u>
- Pemasok bahan baku	- Pengendalian bahan baku	- Kandungan IG rendah (52)	- Media sosial (Web,IG,FB, blog)	- Penderita Diabetes
- Distributor	- Proses produksi	- Serat tinggi (10.34)	- Seminar	- Obesitas
		- Bebas Gula	- Pameran	- Individu peduli kesehatan
	<u>Sumber Daya</u>		<u>Saluran</u>	- Usia >30 tahun
	<u>Utama</u>		- Serambi Botani	
	- Bangunan. mesin dan peralatan		- Resto Taman Koleksi	
	- Sumber daya manusia		- Komunitas	
	- BB tepung jagung		- Agen	
<u>Struktur Biaya</u>		<u>Arus Pendapatan</u>		
- Sewa gedung	- Iklan	- Penjualan produk		
- Gaji karyawan	- Pajak			
- Pembelian bahan baku	- Listrik dan air			
- Biaya promosi	- Perizinan			
- Biaya distribusi				
- Biaya sertifikasi halal				

Gambar 3. Kanvas Model Bisnis Industri Beras Analog di PT. X Saat Ini.

Aktivitas kunci dari beras analog yaitu pengendalian bahan baku agar ketersediaan tepung jagung sebagai bahan baku utama dapat tersedia dengan baik. Pengendalian bahan baku ini untuk menjaga kualitas, kuantiti dan harga yang stabil yang mendukung keberlangsungan aktivitas produksi serta dapat menghasilkan beras analog yang berkualitas. Sumber daya utama dari model bisnis beras analog ini yaitu bahan baku tepung jagung berkualitas. Tepung jagung yang dipilih dengan standar ukuran partikel tepung jagung mesh 40 dan warna tepung jagung oranye. Sumber daya lain di dukung oleh sarana bangunan, mesin dan peralatan.

Kemitraan utama model bisnis beras analog PT.X melakukan hubungan baik dengan Serambi Botani sebagai distributor pemasaran, agen penjualan dan pemasok bahan baku. Arus pendapatan yang diperoleh dari transaksi penjualan beras analog ke Serambi Botani dan agen penjualan. Berdasarkan data PT. X di tahun 2017 rata-rata penjualan beras analog mencapai Rp. 23.800.000/bulan. PT.X mengarahkan konsumen yang ingin membeli beras analog secara eceran ke Serambi Botani. Sumber arus pendapatan lain pernah dilakukan oleh PT.X melalui

program pelayanan kunjungan industri (factory visit) untuk tamu yang ingin mengetahui secara langsung proses produksi beras analog. Namun, program ini tidak berhasil dikarenakan kurang sosialisasi kepada pengunjung. Struktur biaya model bisnis beras analog yaitu sewa gedung, gaji pegawai, pembelian bahan baku, biaya iklan, promosi, perizinan, pajak, biaya distribusi, listrik dan air. Pengeluaran terbesar untuk biaya pegawai sebesar 50.23 persen dan sewa sebesar 13.37 persen.

3.2. SWOT Model Bisnis Industri Beras Analog

Berdasarkan hasil analisis SWOT dengan kanvas model bisnis beras analog PT.X yang meliputi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman diperoleh beberapa faktor yang dapat berpengaruh terhadap model bisnis beras analog.

Kekuatan dari model bisnis beras analog yaitu proposisi nilai beras analog memiliki komposisi bahan dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen dan indeks glikemik lebih rendah dari beras padi. Segmen pelanggan pada konsumen berusia diatas 30 tahun. Saluran sesuai dengan target kelompok makanan kesehatan. Hubungan pelanggan memiliki beberapa pelanggan yang loyal. Sedangkan pada aktivitas kunci memiliki standar kualitas proses dan kualitas produk sudah baik. Sumber daya utama, kapasitas mesin dapat dimaksimalkan dan sumber daya manusia memiliki keahlian yang tinggi. Arus pendapatan diperoleh dari loyalitas pelanggan.

Kelemahan dari model bisnis beras analog ini di antaranya proposisi nilai rasa dan aroma jagung masih kuat, harga lebih mahal dari beras padi dan belum bisa mengatasi kendali konsumen atas jumlah bahan yang dikonsumsi. Pada segmen pelanggan, konsumen memiliki banyak alternatif untuk mengatasi masalahnya. Saluran masih kurangnya jaringan distribusi. Hubungan pelanggan, jumlah pelanggan yang loyal sangat sedikit dan belum terdapat metode mendapatkan dan memperluas pelanggan yang efektif. Pada aktivitas kunci, bahan baku mudah didapat tapi harga masih tinggi, tingkat utilisasi masih kecil, penjualan masih terbatas, harga masih tinggi dan merek belum dikenal. Sumber daya utama untuk mesin dan peralatan produksi mudah didapatkan. Pada kemitraan belum kerja sama dengan saluran lain. Arus pendapatan harga masih tinggi. Struktur biaya, bahan baku tinggi dan alokasi biaya pemasaran masih rendah.

Peluang dari model bisnis beras analog di antaranya proposisi nilai, penderita diabetes bertambah dan bahan baku lain seperti sereal, umbi-umbian, buah dan batang cukup tersedia. Segmen pelanggan meningkatnya jumlah penderita diabetes dan obesitas. masih ada saluran yang belum dimasuki seperti rumah sakit, apotik dan rumah makan. Pada hubungan pelanggan, masyarakat sudah mengetahui melalui publikasi. Aktivitas kunci mendekatkan lokasi produksi dengan sumber bahan baku yang beragam. Kemitraan dengan rumah sakit belum dibangun dan dukungan dari pemerintah tinggi. Arus pendapatan mengembangkan produk, melayani segmen lain dengan produk yang lebih beragam dan menjual paket teknologi ke investor.

Ancaman model bisnis beras analog di antaranya bahan baku jagung masih banyak di import dan harga bahan baku tepung jagung relatif mahal. Segmen pelanggan sangat banyak pilihan konsumen untuk mengatasi diabetes dan obesitas, produsen lain menyediakan bahan untuk pengobatan diabetes dan obesitas, konsumen dapat menghindari makan beras padi dan konsumen dapat mengendalikan konsumsi sumber karbohidrat. Pada aktivitas kunci ketersediaan bahan baku masih kurang. Sumber daya utama, pesaing dapat dengan mudah meniru untuk masuk ke industri yang sama. Pada struktur biaya, meningkatnya biaya distribusi.

Tabel 1. Analisis SWOT Kanvas Model Bisnis Beras Analog.

Elemen Kanvas Model Bisnis	SWOT	Analisis
Proposisi Nilai (<i>Value Propositions</i>)	Kekuatan (<i>Strengths</i>)	Komposisi bahan dapat disesuaikan dengan kebutuhan konsumen. Indeks Glikemik lebih rendah dari beras padi.
	Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Rasa dan aroma jagung masih kuat. Harga lebih mahal dari beras padi. Belum bisa mengatasi kendali konsumen atas jumlah bahan yang dikonsumsi.
	Peluang (<i>Opportunity</i>)	Penderita diabetes bertambah. Bahan baku lain seperti sereal, umbi-umbian buah dan batang cukup tersedia.
	Ancaman (<i>Threats</i>)	Bahan baku jagung masih banyak di <i>import</i> . Harga bahan baku tepung jagung relatif mahal.

Elemen Kanvas Model Bisnis		SWOT	Analisis
Segmen Pelanggan (Customer Segment)		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Konsumen berusia diatas 30 tahun.
		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Konsumen memiliki banyak alternatif untuk mengatasi masalahnya.
		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Meningkatnya jumlah penderita diabetes dan obesitas.
		Ancaman (<i>Threats</i>)	Sangat banyak pilihan konsumen untuk mengatasi diabetes dan obesitas. Produsen lain menyediakan bahan untuk pengobatan diabetes dan obesitas. Konsumen dapat menghindari makan beras padi. Konsumen dapat mengendalikan mengkonsumsi sumber karbohidrat.
Saluran (<i>Channels</i>)		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Sesuai dengan target kelompok makanan kesehatan.
		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Kurangnya jaringan distribusi.
		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Masih ada saluran yang belum dimasuki seperti rumah sakit, apotik dan rumah makan.
Hubungan Pelanggan (Customer Relationships)		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Memiliki beberapa pelanggan yang loyal.
		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Jumlah pelanggan yang loyal sangat sedikit. Belum terdapat metode mendapatkan dan memperluas pelanggan yang efektif.
Aktivitas Kunci (Key Activities)		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Masyarakat sudah mengetahui melalui publikasi.
		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Memiliki standar kualitas proses. Kualitas produk sudah baik.
		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Bahan baku mudah didapat tapi harga masih tinggi. Tingkat utilisasi masih kecil. Penjualan masih terbatas. Harga masih tinggi. Merek belum dikenal.
		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Mendekatkan lokasi produksi dengan sumber bahan baku yang beragam.
Sumber Daya Utama (Key Resources)		Ancaman (<i>Threats</i>)	Ketersediaan bahan baku masih kurang.
		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Kapasitas mesin dapat dimaksimalkann. Sumber daya manusia memiliki keahlian yang tinggi.
		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Mesin dan peralatan produksi mudah didapatkan.
		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Meningkatkan kapasitas produksi.
		Ancaman (<i>Threats</i>)	Pesaing dapat dengan mudah meniru untuk masuk ke industi yang sama.
Kemitraan Utama (Key Patners)		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Belum kerja sama dengan saluran lain.
		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Kemitraan dengan rumah sakit belum dibangun. Dukungan pemerintah tinggi.
Arus Pendapatan (Revenue Streams)		Kekuatan (<i>Strenght</i>)	Loyalitas pelanggan.
		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Harga masih tinggi.
		Peluang (<i>Opportunity</i>)	Mengembangkan produk. Melayani segmen lain dengan produk yang lebih beragam. Menjual paket teknologi ke investor.
Struktur Biaya (Cost Structure)		Kelemahan (<i>Weaknesses</i>)	Biaya bahan baku tinggi.
		Ancaman (<i>Threats</i>)	Alokasi biaya pemasaran masih rendah. Meningkatnya biaya distribusi

Sumber : Data Olahan

3.3. Alternatif Model Bisnis Baru Industri Beras Analog

Kanvas model bisnis alternatif beras analog PT.X

Kanvas model bisnis alternatif beras analog P17A					
<u>Kemitraan Utama</u> Pemasok bahan baku Serambi Botani Pemerintah Rumah sakit, apotik dan rumah makan	<u>Aktivitas Kunci</u> Pengendalian bahan baku Proses produksi Mendekatkan lokasi produksi ke sumber bahan baku	<u>Proposisi Nilai</u> Kandungan IG rendah (52) Serat tinggi (10.34) Produk aneka ragam Tidak berasa dan aroma jagung	<u>Hubungan Pelanggan</u> Media sosial (Web,IG,FB, blog) Seminar Pameran <i>Retail</i> atau mini <i>market</i> Loyalitas pelanggan	<u>Segmen Pelanggan</u> Penderita Diabetes Obesitas Individu peduli kesehatan Usia >30 tahun Penderita kurang gizi	
	<u>Sumber Daya Utama</u> Bangunan Mesin dan peralatan Sumber daya manusia Teknologi		<u>Saluran</u> Serambi Botani Resto Taman Koleksi Komunitas Agen Rumah sakit,apotik dan rumah makan <i>Retail</i> dan mini <i>market</i>		
<u>Struktur Biaya</u> - Sewa gedung - Gaji karyawan - Pembelian bahan baku - Biaya promosi - Biaya distribusi - Biaya sertifikasi halal			<u>Arus Pendapatan</u> - Penjualan produk - Penjualan teknologi		
- Iklan - Pajak - Listrik dan air - Perizinan - Pengadaan mesin - Tenaga ahli					

Gambar 4. Kanvas Model Bisnis Alternatif Industri Beras Analog PT. X.

Dari hasil analisis SWOT kanvas model bisnis beras analog diperoleh alternatif model bisnis baru yang dapat dijalankan oleh PT.X, di antaranya:

- a. Memperbaiki rasa dan aroma jagung
Proposisi nilai yang dapat dilakukan yaitu memperbaiki rasa dan aroma jagung yang masih terdapat pada beras analog.
- b. Memperluas segmen pelanggan
Segmen pelanggan tidak hanya untuk penderita diabetes dan obesitas saja, namun dapat diperluas untuk penderita kurang gizi.
- c. Mengembangkan produk yang beraneka ragam
Perusahaan dapat mengembangkan produk yang lebih beraneka ragam untuk memperluas segmen pelanggan selain penderita diabetes dan obesitas sehingga beras analog dapat diterima oleh semua konsumen.
- d. Memperluas jaringan distribusi pemasaran
Perusahaan dapat memperluas jaringan distribusi pemasaran untuk menjangkau konsumen ke daerah-daerah melalui kerja sama dengan retail atau mini market.
- e. Kerja sama dengan rumah sakit, apotik dan rumah makan
Jumlah penderita diabetes meningkat sehingga diperlukan kerja sama pemasaran dengan rumah sakit, apotik dan rumah makan. Para penderita diabetes dapat dengan memperoleh beras analog yang tersedia di rumah sakit atau apotik.

- f. Penjualan teknologi
Arus pendapatan lain yang dapat diperoleh perusahaan melalui penjualan teknologi kepada pihak investor. Investor dapat menyiapkan fasilitas seperti gedung dan peralatan saja sedangkan teknologi disediakan oleh pihak PT.X.
- g. Mendekatkan lokasi produksi ke sumber bahan baku
Aktivitas kunci yang dapat dilakukan mendekatkan lokasi produksi ke sumber bahan baku. Tujuan dari mendekatkan lokasi produksi dengan sumber bahan baku adalah untuk mengurangi biaya distribusi bahan baku.
- h. Loyalitas pelanggan
Hubungan pelanggan dapat melalui loyalitas pelanggan yang harus terus diperhatikan agar perusahaan mengetahui keinginan dan kebutuhannya.
- i. Dukungan pemerintah.
Kemitraan utama dapat berupa dukungan dari pemerintah agar ketersediaan bahan baku jagung berjalan dengan lancar. Dukungan pemerintah diharapkan dapat membantu pemasaran ke daerah-daerah dan membuka saluran lain dengan rumah sakit pemerintah.

4. Kesimpulan

Hasil dari penelitian diperoleh model bisnis yang dapat dilakukan oleh PT.X yaitu pada proposisi nilai dengan memperbaiki rasa dan aroma jagung, mengembangkan produk yang beraneka ragam untuk segmen pelanggan yang berbeda. Memperluas segmen pelanggan dan jaringan distribusi pemasaran. Kemitraan melakukan kerja sama dengan rumah sakit, apotik dan rumah makan. Arus pendapatan lain dapat diperoleh dari penjualan teknologi. Aktivitas kunci berupa mendekatkan lokasi produksi ke sumber bahan baku dan diharapkan mendapat dukungan dari pemerintah dalam pemasaran.

Referensi

1. Amit R, Zott C. 2012. Creating value through business model innovation. MIT Sloan Mgmt Rev 53(3):41-49.
2. David. 2009. Strategic management : concept and case. Upper Saddle River, New Jersey 07458.
3. [FAO] Food and Agriculture Organization of The United Nation. 2014. Statistic figures of world rice-producing countries.
4. Gulati R, Singh H. 1998. The architecture of cooperation: Managing coordination
5. costs and appropriation concerns in strategic alliances. J Administrative Science Quarterly 43(4):781-814.
6. Hermawan A, Pravitasari RJ. 2012. Business model canvas (kanvas model bisnis). Akselerasi: 1-23.
7. [Kementan] Kementerian Pertanian. 2013. Data konsumsi beras di tingkat rumah tangga tahun 2013. Rencana strategis Kementerian Pertanian Republik Indonesia.
8. Freddy, Rangkuti. 2006. Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
9. Osterwalder A. 2004. The business model ontology – A proposition in a design science approach [Unpublished Dissertation]. Lausanne: University of Lausanne.
10. Osterwalder A, Pigneur. 2014. Business Model Generation. New Jersey (US): John Wiley & Sons, Inc.
11. PPM Manajemen. 2012. Business Model Canvas. Jakarta (ID): Penerbit PPM.
12. Purwanto. 2012. Manajemen Strategi. Bandung. YRAMA WIDYA
13. Porter ME. 1985. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. New York (US): Free Press.
14. Qastharin A. R. 2016. Business Model Canvas for Social Enterprise. Journal of Business and Economics, ISSN 2155-7950, USA April 2016, Volume 7, No. 4, pp. 627-637.
15. Seddon PB, Lewis GP. 2003. Strategy and business models : What's the difference ?. J Strategy and Business Model: 7th Pacific Asia Conference on Information Systems pp.236-248.
16. Stahler P. 2002. Business models as an unit of analysis for strategizing. International Workshop on Business Models.
17. Slavik, Bednar. 2014. Analysis of Business Models. Journal of Competitiveness. Vol. 6, pp. 19-40.
18. Teece D. J. 2009. Business models, business strategy and innovation, Long Range Planning, Vol. 43, pp. 172-194.
19. Wind Y, Mahajan V. 2002. Convergence marketing. JIM 16(2): 64-79.