

Analisis Jurnal

Nama : Alif Kurniadi Hilaby

NPM : 2153053038

Kelas : 3G

Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Kedelai

Edamame Goreng. Persaingan usaha yang sangat tinggi tentunya membuat kita terbakar semangatnya untuk lebih meningkatkan produktivitas, kualitas, dan sistem yang telah dimiliki. Salah satu cara yang digunakan perusahaan atau pelaku usaha untuk dapat bersaing dan berkembang adalah menciptakan strategi dan inovasi yang baru. Bisnis model kanvas juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru yang akan diterapkan salah satu unit usaha baru CV. Melihat prospek usaha makanan ringan ke depan yang cukup menjanjikan dan tingginya persaingan serta berbagai permasalahan yang dihadapi, maka perlu dilakukan penelitian model bisnis usaha edamame goreng. Tujuan perencanaan bisnis model kanvas adalah untuk mengetahui perencanaan model bisnis terbaik usaha edamame goreng apabila diterapkan sebagai teknologi tepat guna di industri atau UMKM. Perencanaan model bisnis terbaik usaha edamame goreng terletak pada komponen value proposition pada model bisnis kanvas adalah renyah, alami, kemasan berstiker, dan penggunaan minyak goreng yang baik. Komponen customer segment adalah pembeli seluruh wilayah Kabupaten Jember, pria dan wanita pada rentang usia di atas 20 tahun dengan penghasilan menengah ke atas. Komponen-komponen bisnis dalam model bisnis awal ini kemudian diuji kesesuaianya sehingga diperoleh perubahan-perubahan untuk perbaikan komponen-komponen model bisnis kanvas berdasarkan masukan-masukan yang ada. Tahapan dalam perancangan komponen-komponen dalam model bisnis kanvas untuk produk kedelai edamame goreng setelah penyusunan hipotesis awal adalah pengujian hipotesis dan verifikasi model bisnis. Metode penelitian deskriptif digunakan untuk memperoleh gambaran informasi, penjelasan, dan kondisi yang berkaitan Penerapan Bisnis Model Kanvas dalam Penentuan Rencana. Langkah pertama yang dilakukan dalam model bisnis kanvas adalah membuat hipotesis awal kemudian dikonfirmasikan kepada konsumen secara langsung dan tidak langsung.