

Nama : Kadek Asih Septiyani

NPM : 2113053213

Kelas : 3G

Izin menyampaikan analisis saya terhadap jurnal berjudul “PENERAPAN BISNIS KANVAS DALAM PENENTUAN RENCANA MANAJEMEN USAHA KEDELAI EDAMAME GORENG”

Usaha di bidang makanan merupakan usaha yang paling diminati di Indonesia. Misalnya usaha edamame goreng yaitu inovasi dari olahan edamame yang nikmat dan bernutrisi. Persaingan bisnis saat ini semakin ketat, sehingga pebisnis dituntut untuk mengembangkan usahanya. Mengembangkan usaha perlu strategi dan juga model yang tepat misalnya Business model canvas (BMC). Bisnis edamame goreng perlu dikembangkan melalui model ini, dan tujuannya untuk mengetahui model bisnis terbaik jika usaha ini diterapkan sebagai teknologi tepat guna di industri atau UMKM. Penjualan produk edamame goreng melalui retailer (pusat oleh-oleh di Kabupaten Jember dan retail-retail lain) dengan penjualan kemasan berukuran 100 g adalah 36% penjualan dan 34% penjualan untuk kemasan berukuran 200 g, online (facebook, instagram, Web, dll.), maupun langsung dengan dengan penjualan ukuran 100 g adalah 18% penjualan dan kemasan ukuran 200 g adalah 12% penjualan. Tempat menjual edamame goreng yaitu toko oleh-oleh Primadona 1, Primadona 2, Primadona Kampus, Cita Rasa, Sari rasa, Pia glenmore, Sumber Madu, Sari Madu, Pelangi sari, Toko Slamet Gajah Mada, Toko Slamet Armed, Koperasi Mitra Tani. Jurnal ini menjelaskan hasil penelitian terhadap 9 elemen business model canvas Edamame Goreng yaitu :

1. Customer Segment. Seluruh lapisan masyarakat Kabupaten Jember pria dan wanita umur 20 tahun dengan penghasilan menengah ke atas.
2. Value Proposition. Edamame goreng dengan kualitas baik, tidak berminyak, kemasan berstiker dengan informasi jelas, berat produk bervariasi, edamame renyah dan gurih, tidak serik, kemasan berziplock, aman dikonsumsi, alami, dan tanpa pengawet.
3. Customer Relationship. Suara konsumen melalui contact person untuk kritik dan saran.
4. Key Resource. Bahan baku, fasilitas pabrik (gedung, mesin, atau kendaraan), hak paten, financial, database customer, brand gemilang jaya food, peralatan, dan tenaga kerja.
5. Channel. Penjualan online, direct selling, dan retailer.
6. Revenue Stream. Penjualan produk edamame goreng, penjualan kulit edamame kepada peternak, dan penjualan minyak tidak terpakai.
7. Key Activities. Pembelian dan penyimpanan bahan baku, produksi, promosi, pemasaran, serta evaluasi dan pengembangan produk.
8. Key Partners. Strategic alliance between non-competitors (perusahaan kemasan), competition (perusahaan kompetitor edamame goreng), joint ventures to develop new (peternak sapi dan penjual gorengan), buyer supplier relationship (Mitra Tani), perbankan, serta pemerintah perisinan legalitas seperti BPOM, SNI, dan barcode.
9. Cost Structure. Biaya investasi, biaya tetap dan tidak tetap, biaya penyusutan, dan biaya pemeliharaan.