KONSEP PENGEMBANGAN BISNIS ROTI BEKATUL DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA USAHA AYUSITA BAKERY KABUPATEN BERAU, KALIMANTAN TIMUR

Anthonius Dhinar[1] , Ranto Syah[2], Anggun Irmawanti[3], M. Fadillah[4], Feriza Ayu[5]

[12345]*Politeknik Sinar Mas Berau Coal, Prodi Teknologi Rekayasa Logistik, Jl. Raja Alam 2, Kel. Bedungun, Berau, Kalimatan Timur, Indonesia*

Abstrak

Indonesia sepenuhnya masih bergantung pada impor untuk memenuhi kebutuhan gandum sebagai bahan dasar roti. Jika keadaan ini dibiarkan, ketergantungan pangan dari luar negeri dapat meningkatkan pengeluaran devisa negara sehingga dikhawatirkan beberapa industri makanan berbasis tepung terigu akan mengalami ketergantungan. Untuk mengurangi kebutuhan tepung terigu pada pembuatan roti yaitu dengan mensubstitusi sebagian atau seluruh tepung terigu dengan tepung lain misalnya tepung bekatul. Roti dengan bahan dasar bekatul memiliki kandungan gizi yang tinggi sebagai bahan suplementasi dalam rangka pengkayaan gizi produk roti bekatul. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perancangan model bisnis Ayusita Bakery dengan menggunakan metode Business Model Canvas dan melakukan analisis SWOT terhadap bisnis tersebut. Hasil menunjukkan bahwa Business Model Canvas dapat diterapkan dengan baik pada usaha ini dan berdasarkan analisis matriks SWOT yang telah dilakukan, maka dihasilkan alternatif atau pilihan strategi yang dapat diberikan untuk pengembangan usaha roti bekatul pada Ayusita Bakery.

Kata kunci: *analisis SWOT; business model canvas; industri Roti; UMKM*

Abstrack

[Concept of Bekatul Bread Business Development Using Business Model Canvas In Ayusita Bakery Business Kabupaten Berau, Kalimantan Timur]. *Indonesia is still completely dependent on imports to meet the need for wheat as a basic ingredient for bread. If this situation is allowed, dependence on food from abroad can increase the country's foreign exchange expenditure so it is feared that some wheat flour-based food industries will experience dependence. To reduce the need for wheat flour in bread making is by substituting part or all of wheat flour with other flour, such as bran flour. Bread with rice bran as a base ingredient has a high nutritional content as a supplementation material in order to enrich the nutrition of bran bread products. This research was conducted to determine the design of the Ayusita Bakery business model using the Business Model Canvas and conduct a SWOT analysis of the business. The results show that the Business Model Canvas can be applied well in this business and based on the SWOT matrix analysis that has been carried out, an alternative or strategic choice can be given for the development of the bran bread business at Ayusita Bakery.*

Keywords: *business model canvas; SWOT analysis; bread industry; UMKM*

Article Info

Received date:28 June 2021 Revised date:1 July 2021 Accepted date: 12 July 2021

1. Pendahuluan

Roti merupakan produk olahan yang telah lama dikenal dan dikonsumsi masyarakat di dunia termasuk negara Indonesia dimana roti termasuk bagian dari industri makanan dan menjadi salah satu sektor yang menopang ekonomi Indonesia. Roti terbentuk dari adonan tepung terigu yang diberi ragi roti dan dipanggang, dengan atau tanpa penambahan bahan tambahan makanan yang diizinkan dan bahan makanan lain. Negara Indonesia sendiri sepenuhnya masih bergantung pada impor untuk memenuhi kebutuhan gandum. Sejak 2018, Indonesia menjadi negara pengimpor gandum terbanyak didunia dengan jumlah 10.096.299 juta ton. Hal ini merupakan 6,1 % dari jumlah total impor dunia (BPS, 2019). Jika keadaan ini dibiarkan, ketergantungan pangan dari luar negeri dapat meningkatkan pengeluaran devisa negara sehingga dikhawatirkan beberapa industri makanan berbasis tepung terigu akan mengalami ketergantungan. Oleh karena itu perlu adanya upaya untuk mengurangi ketergantungan terhadap penggunaan tepung terigu. Salah satu cara untuk mengurangi kebutuhan tepung terigu pada pembuatan roti yaitu dengan mensubstitusi sebagian atau seluruh tepung terigu dengan tepung lain misalnya tepung bekatul. Bekatul merupakan bahan pakan yang berasal dari hasil samping proses penggilingan padi untuk menjadi beras (Fajri dkk., 2018). Auliana (2017) mengungkapkan bekatul dapat diolah menjadi pilihan makanan yang layak dengan gizi cukup serta mampu menjadi makanan fungsional yang meningkatkan perbaikan gizi dan status kesehatan masyarakat.

Pengembangan roti dengan bahan dasar bekatul memiliki kandungan gizi yang tinggi sebagai salah satu bahan suplementasi dalam rangka pengkayaan gizi produk roti bekatul karena kandungan bekatul beras merah dalam 100 gram mengandung 743,51 mg total fenolik, 5,45 mg total antosianin, 92,19% aktivitas antioksidan, dan 441,74 mg/L IC50 (Widarta dan Arnata, 2014). Peranan antioksidan sangat penting dalam meredam efek radikal bebas yang berkaitan erat dengan penghambatan terjadinya penyakit degeneratif seperti diabetes mellitus (DM), tekanan darah tinggi, penyakit jantung koroner, arteriosklerosis, kanker, dan gejala penuaan (Anwar dan Triyasmono, 2016).

Nursalim (2007) dalam Budihartini dkk. (2018) dalam penelitiannya mengungkapkan bekatul beras merah memiliki kandungan serat hemiselolusa sebesar 9,6-12,8% dan selulosa sebesar 8,7-11,4%. Serat hemiselolusa merupakan serat pangan yang menguntungkan bagi kesehatan yaitu berfungsi mengontrol berat badan atau kegemukan (obesitas). Hal tersebut yang mendasari Ayusita Bakery sebagai salah satu UMKM bisnis roti yang berada di Kabupaten Berau, Kalimantan Timur melakukan pengembangan strategi bisnis terhadap produk roti bekatul beras merah. Pengembangan strategi bisnis dapat menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dalam merumuskan perencanaan model bisnis roti bekatul Ayusita Bakery, karena penggunaan kesembilan komponen yang ada didalam Business Model Canvas memungkinkan untuk melihat proses bisnis suatu usaha secara detail.

Menurut Gamble dkk. (2015) *a company's business model sets forth how its strategy and operating approaches will create value for customers, while at the same time generate ample revenues to cover costs and realize a profit.* Penerapan dan implementasi model bisnis yang tepat dalam suatu perusahaan dapat memberikan beberapa manfaat yaitu menghasilkan laba dan daya saing perusahaan yang bersangkutan (Warnaningtyas, 2020).

Kamila dkk. (2018) mengungkapkan dengan menggunakan kanvas model bisnis maka kondisi perusahaan dapat dipetakan pada sembilan elemen yang meliputi *customer segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, *key activities*, *key resources*, *key partnership*, *revenue stream*, dan *cost structure*.

Pendekatan model bisnis harus inovatif agar suatu organisasi mampu bertahan di tengah perkembangan zaman yang pesat (Marahakim dan Wandebori, 2012).

Dengan latarbelakang dan permasalahan yang ada dan dihadapi oleh bisnis roti bekatul Ayusita Bakery mendukung peneliti untuk merancang suatu strategi bisnis yang tepat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* pada UMKM bisnis roti Ayusita Bakery.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati dari fenomena yang terjadi. Penelitian ini dilakukan pada usaha roti bekatul Ayusita Bakery.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini dalam bentuk data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, pengambilan data primer dilakukan dengan cara wawancara langsung terhadap pemilik usaha roti bekatul Ayusita Bakery, konsumen, dan karyawan sedangkan data sekunder diperoleh dari pengumpulan data yang dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian atau seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

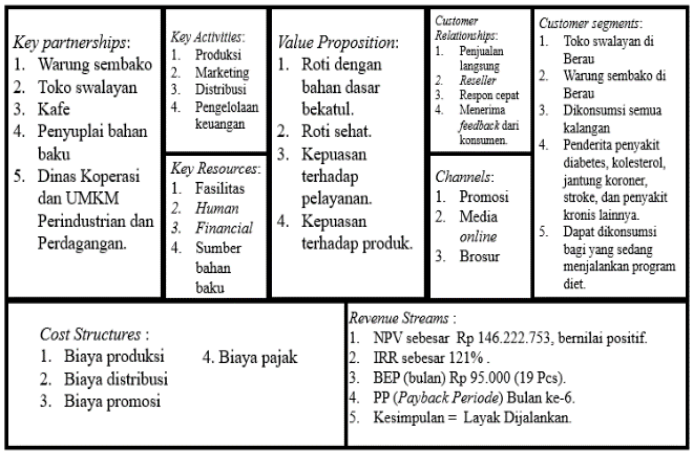
Penelitian ini menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* berdasarkan sembilan elemen dari *Nine Blocks Building Of Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis serta menggambarkan dasar pemikiran mengenai cara suatu organisasi memberikan, menciptakan, dan menangkap nilai. Sembilan elemen yang terdapat pada *Business Model Canvas* yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership,* Dan *Cost Structure*. Mengubah konsep bisnis yang rumit menjadi sederhana yang ditampilkan pada satu lembar kanvas berisi rencana bisnis tentang sembilan elemen kunci yang terintegrasi dengan baik didalamnya mencangkup analisis strategi secara internal maupun eksternal perusahaan (Ostwalder, 2012).

Tahap selanjutnya yaitu melakukan analisis SWOT pada elemen-elemen prioritas yang dipilih. Analisis SWOT ini bertujuan untuk mengidentifikasi kondisi internal berdasarkan kekuatan dan kelemahan termasuk eksternal berdasarkan peluang dan ancaman dari bisnis roti bekatul Ayusita Bakery.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 *Business Model Canvas* roti bekatul Ayusita Bakery

Berikut konsep bisnis dalam model bisnis kanvas roti bekatul Ayusita Bakery dan diagram kanvas yang ditunjukkan pada **Gambar 1**.



Gambar 1. Diagram Kanvas

a. Customer segments

Customer segments merupakan target konsumen yang akan membeli produk roti bekatul Ayusita Bakery sebagai berikut.

1. Penderita penyakit diabetes, kolesterol, jantung koroner, *stroke*, dan penyakit kronis lainnya.
2. Konsumen yang sedang menjalankan program diet.
3. Bisnis perorangan atau bisnis lain. Bisnis lain disini maksudnya adalah

pelanggan atau mitra kerja yg menjadi *reseller*.

4. Semua konsumen baik pria maupun wanita dengan rentang usia mulai dari batita hingga dewasa.
5. Fokus atau target yang kelima adalah swalayan, kafe, dan warung sembako di Berau.

b. Value proposition

Value proposition merupakan nilai jual produk/jasa sehingga konsumen memilih perusahaan daripada kompetitor. *Value proposition* saling berkaitan erat dengan segmentasi konsumen. *Value proposition* produk roti bekatul Ayusita Bakery sebagai berikut.

1. Roti dengan bahan dasar bekatul.
   Bekatul yang digunakan adalah bekatul beras merah sebagai bahan pengganti terigu.
2. Roti sehat.
   Roti dengan bahan dasar bekatul memiliki kandungan gizi yang tinggi sebagai salah satu bahan suplementasi dalam rangka pengkayaan gizi produk roti bekatul Ayusita Bakery. Menurut Widarta dan Arnata (2014) dalam Budihartini dkk. (2018) kandungan bekatul beras merah dalam 100 gram mengandung 743,51 mg total fenolik, 5,45 mg total antosianin, 92,19% aktivitas antioksidan, dan 441,74 mg/L IC50. Peranan antioksidan sangat penting dalam meredam efek radikal bebas yang berkaitan erat dengan penghambatan terjadinya penyakit degeneratif seperti diabetes mellitus (DM), tekanan darah tinggi, penyakit jantung koroner, arteriosklerosis, kanker, dan gejala penuaan (Anwar dan Triyasmono, 2016).

   Nursalim (2007) dalam Budihartini dkk. (2018) mengungkapkan bekatul beras merah memiliki kandungan serat hemiselolusa sebesar 9,6-12,8% dan selulosa sebesar 8,7-11,4%. Serat hemiselolusa merupakan serat pangan yang menguntungkan bagi kesehatan yaitu berfungsi mengontrol berat badan atau kegemukan (obesitas).
3. Kepuasan terhadap pelayanan.

   Ayusita Bakery memberikan respon yang cepat dan ramah dalam pelayanan kepada setiap konsumen untuk semua produk yang mereka tawarkan sehingga konsumen puas terhadap pelayanan.
4. Kepuasan terhadap produk.

   Produk roti bekatul yang ditawarkan oleh Ayusita Bakery kepada konsumen merupakan roti dengan kualitas baik, enak, dan bergizi sehingga konsumen puas terhadap produk roti bekatul.

c. Channels

Channels merupakan tempat pertemuan produsen dengan konsumen. Tempat pertemuan Ayusita Bakery sebagai produsen dengan konsumen dilakukan melalui promosi yaitu dari orang ke orang, melalui media *online* yaitu dengan media Instagram, Facebook, dan WhatsApp, dan yang terakhir adalah melalui brosur.

d. *Customer relationships* (Kemitraan Pelanggan)

Customer relationships adalah cara produsen mendekati konsumen. Dalam hal ini cara Ayusita Bakery sebagai produsen mendekati konsumen yaitu, pertama melalui penjualan langsung baik itu secara *online* maupun *outlet* dari tempat produsen kepada pelanggan untuk langsung dikonsumsi oleh pelanggan. Kedua, produsen mendekati konsumen dengan cara mendistribusikan produk kepada *reseller* yang telah bekerjasama yaitu pada warung, kafe, dan swalayan sembako. Ketiga, produsen mendekati konsumen dengan membangun hubungan kemitraan yang baik dengan pelanggan dengan selalu berusaha memberikan respon yang cepat dan yang terakhir juga selalu dengan senang hati untuk menerima *feedback* dari konsumen.

e. *Revenue streams* (arus pendapatan)

Revenue streams merupakan sumber pendapatan usaha dilihat dari PP (*Payback Periode*), *Net Present Value* (NPV), *Internal Rate of Return* (IRR), dan BEP (*Break Even Point*).

f. Key resources

Key resources adalah aset yang Ayusita Bakery miliki sebagai produsen agar bisnis yang dijalankan dapat bersaing dengan pesaingnya. Dalam hal ini, Ayusita Bakery memiliki aset sebagai berikut.

1. Fasilitas yaitu gedung atau bangunan, peralatan produksi, alat transportasi atau kendaraan, dan peralatan eletronik seperti *smartphone*.
2. *Human* yaitu tenaga kerja yang dimiliki dalam proses produksi hingga distribusi produk. Jumlah tenaga kerja yang dimiliki Ayusita Bakery dalam usahanya yaitu 2 orang.
3. *Financial* yaitu sumber daya keuangan.
4. Bahan baku yaitu sumber bahan baku yang digunakan Ayusita Bakery dalam proses produksi produk. Sumber bahan baku yang digunakan Ayusita Bakery adalah bekatul beras merah, gula, telur, dan ragi dengan kualitas terbaik.

g. *Key activities* (aktivitas utama)

Key activities merupakan aktivitas utama suatu produksi yang dilakukan oleh Ayusita Bakery dalam usahanya yaitu sebagai berikut.

1. Produksi, merupakan kegiatan utama yang dilakukan untuk memproduksi bahan baku menjadi roti bekatul yang berkualitas.
2. Marketing (pemasaran), merupakan kegiatan utama yang dilakukan Ayusita Bakery untuk memasarkan atau memperkenalkan produk kepada konsumen yaitu melalui promosi, media *online*, dan brosur.
3. Distribusi, merupakan kegiatan utama yang dilakukan Ayusita Bakery yaitu menyalurkan produk hingga ketangan konsumen.
4. Pengelolaan keuangan, merupakan kegiatan utama yang dilakukan Ayusita Bakery yaitu mengelola keuangan dalam usahanya.

h. *Key partnerships* (mitra kerja)

Key partnerships adalah mitra kerja yang bekerjasama dengan Ayusita Bakery sebagai penunjang dalam proses produksi produk, sebagai mitra untuk menjamin kelayakan dan evaluasi dari usaha yang dijalankan dan sebagai mitra untuk menjual atau menyalurkan produk roti bekatul. Mitra kerja yang bekerjasama dengan Ayusita Bakery sebagai berikut.

1. Warung sembako, sebagai mitra untuk menjual atau menyalurkan produk roti bekatul kepada konsumen.
2. Toko swalayan, sebagai mitra untuk menjual atau menyalurkan produk roti bekatul kepada konsumen.
3. Kafe, sebagai mitra untuk menjual atau menyalurkan produk roti bekatul kepada konsumen.
4. Penyuplai bahan baku, sebagai mitra untuk menunjang proses produksi roti bekatul. Dalam hal ini, Ayusita Bakery bekerjasama dengan penyuplai bekatul beras merah, gula, dan telur.
5. Dinas Koperasi dan UMKM Perindustrian dan Perdagangan, sebagai mitra untuk menjamin kelayakan dan evaluasi dari usaha yang dijalankan.

i. Cost structures

Cost structures adalah skema finansial yang membiayai operasional suatu usaha atau perusahaan. Pengeluaran yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis roti bekatul Ayusita Bakery terdiri dari beberapak komponen biaya berdasarkan pada setiap elemen *key acivities*, *key resources*, dan *channel* sebagai berikut.

1. Komponen biaya pengeluaran berdasarkan pada elemen *key acivities* sebagai berikut.

a. Produksi, meliputi biaya yang dilakukan untuk memproduksi bahan baku menjadi roti bekatul yang berkualitas, biaya pengemasan produk, hingga biaya pajak usaha.
b. Marketing (pemasaran), meliputi biaya untuk memasarkan atau memperkenalkan produk kepada konsumen yaitu melalui promosi, media *online*, dan brosur.
c. Distribusi, meliputi biaya untuk kegiatan transportasi bahan baku ke Ayusita Bakery sebagai produsen hingga biaya untuk menyalurkan produk hingga ketangan konsumen.
d. Pengelolaan keuangan, meliputi biaya yang dikeluarkan untuk mengelola keuangan usaha seperti biaya kertas, alat tulis, kuota internet, dan perawatan teknologi atau alat elektronik yang digunakan.

2. Komponen biaya pengeluaran berdasarkan pada elemen *key resources* sebagai berikut.
   a. Fasilitas, meliputi biaya gedung atau bangunan, peralatan produksi, alat transportasi atau kendaraan, dan peralatan eletronik seperti *smartphone.*
   b. Bahan baku, meliputi biaya untuk membeli bahan baku yang digunakan Ayusita Bakery dalam proses produksi produk roti bekatul seperti bekatul beras merah, gula, telur, dan ragi
3. Komponen biaya pengeluaran berdasarkan pada elemen *channel* sebagai berikut.
   a. Promosi, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk kegiatan promosi.
   b. Media *online*, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk dapat melakukan pertemuan antara Ayusita Bakery sebagai produsen dengan konsumen yaitu dengan media Instagram, Facebook, dan WhatsApp. Biaya ini meliputi biaya kuota internet dan biaya listrik.
   c. Brosur, yaitu biaya yang dikeluarkan untuk percetakan brosur.

3.2 Analisis SWOT

Selanjutnya faktor-faktor strategi internal dan eksternal dapat ditransfer ke dalam matriks SWOT seperti yang ditunjukkan pada **Gambar 2**, untuk dapat membuat berbagai kemungkinan strategi (SO, ST, WO, WT).

Internal / Eksternal	Strength (S)	Weakness (W)
	1. Telah memiliki pemasok bekatul dengan kualitas yang baik 2. Komunikasi terjalin baik antara produsen, saluran distribusi, dan pelanggan	1. Kurangnya tenaga ahli dalam pembuatan Roti Bekatul 2. Tempat produksi terbatas
Opportunities (O)	**Strategi S-O**	**Strategi W-O**
1. Belum adanya pesaing dalam pasar yang memproduksi produk sejenis 2. Semakin sadarnya masyarakat akan kesehatan	Mengoptimalkan saluran distribusi yang ada dalam penyampaian produk dari produsen ke konsumen	Meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia melalui pelatihan pembuatan Roti Bekatul
Threats (T)	**Strategi S-T**	**Strategi W-T**
Kurangnya pemahaman masyarakat akan manfaat bekatul sehingga dikhawatirkan produk sulit untuk dikenal dan masyarakat ragu untuk membeli	Melakukan promosi dengan menyertakan tabel kandungan gizi bekatul agar masyarakat percaya bahwa produk aman dan sehat untuk dikonsumsi	1. Meningkatkan mutu produk dan pelayanan 2. Meyakinkan masyarakat bahwa produk layak untuk dikonsumsi dengan memberikan tester sebagai promosi

Gambar 2. Matriks SWOT

Berdasarkan analisis matriks SWOT yang telah
dilakukan, maka alternatif atau pilihan strategi yang dapat diberikan untuk pengembangan usaha roti pada Ayusita Bakery adalah sebagai berikut.

1. Strategi S-O

   Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan mengoptimalkan saluran distribusi yang ada dalam penyampaian produk dari produsen ke konsumen. Adapun perantara yang digunakan oleh pihak Ayusita Bakery dalam mendistribusikan produknya, adalah

warung, toko, kafe, dan swalayan. Dengan menggunakan perantara dalam pendistribusian produk, saat ini produk Ayusita Bakery tidak hanya dipasarkan di sekitar kota Tanjung Redeb saja, tetapi juga telah merambah ke wilayah Sambaliung dan Teluk Bayur. Oleh karena itu, untuk mengoptimalkan saluran distribusi yang ada maka pihak Ayusita Bakery harus memelihara kerjasama yang terjalin baik dengan masing-masing perantara sehingga kondisi ini dapat berimplikasi terhadap meningkatnya tingkat penjualan bahkan pangsa pasar Ayusita Bakery.

.

2. Strategi W-O

Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia melalui pelatihan pembuatan Roti Bekatul. Salah satu kunci keberhasilan sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnisnya, karena ditunjang oleh kualitas sumber daya manusia yang dimiliki, sehingga sumber daya manusia yang berkualitas merupakan salah satu aset perusahaan yang secara tidak langsung mendukung kelancaran usaha. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan kualitas SDM Ayusita Bakery, maka pemilik dapat melakukan pelatihan (training) pembuatan roti bekatul terhadap seluruh pekerja.

3. Strategi S-T

Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan memperbaiki label kemasan produk. Secara umum, kemasan produk Ayusita Bakery sudah cukup baik, karena dalam kemasan tersebut telah tercantum sertifikasi halal dan nomor registrasi dari Dinas Kesehatan berupa nomor PIRT, yang menunjukkan bahwa produk Ayusita Bakery secara legal aman untuk dikonsumsi. Akan tetapi, terdapat satu komponen penting yang belum dicantumkan pada kemasan produk Ayusita Bakery, yaitu tabel kandungan gizi. Padahal pencatuman kandungan gizi pada sebuah produk baru "*new product*" sangat penting yang bertujuan untuk menginformasikan kepada konsumen tentang manfaat yang diperoleh dari mengkonsumsi produk tersebut.

4. Strategi W-T

Strategi yang dapat dilakukan adalah:

a. Meningkatkan Mutu Produk dan Pelayanan

Seiring dengan persaingan dalam industri roti yang semakin meningkat maka pihak Ayusita Bakery harus mampu mempertahankan pasar konsumen yang sudah ada. Dalam kondisi seperti ini, pihak Ayusita Bakery harus mampu menjaga bahkan meningkatkan mutu produk yang dihasilkan, misalnya melanjutkan pengawasan mutu produk dalam hal pemilihan bahan baku utama bekatul, tekstur roti, penampilan fisik roti, nilai gizi yang dikandung oleh roti, rasa, dan aroma roti. Selain peningkatan mutu produk, pelayanan kepada pelanggan juga harus ditingkatkan, sehingga loyalitas pelanggan terhadap produk Ayusita Bakery semakin meningkat.

b. Memberikan *Tester* sebagai Promosi

Dengan adanya pengembangan produk baru, baik dari segi variasi bahan baku, rasa, ukuran, maupun bentuk roti berarti jenis roti yang ditawarkan kepada konsumen semakin beragam sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam menentukan jenis roti yang sesuai seleranya. Oleh karena itu, Ayusita Bakery perlu memberikan *product tester* kepada konsumen sehingga konsumen yakin dan respon terhadap produk roti bekatul semakin tinggi.

4. Kesimpulan

Model bisnis yang dijalankan Ayusita Bakery diidentifikasi menggunakan *Business*

Canvas Diagram terhadap produk roti bekatul Ayusita Bakery yang terdiri dari sembilan elemen yaitu *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Channels*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partnership*, *Revenue Stream*, dan *Cost Structure*. Pada kesembilan elemen *Business Canvas Diagram* tersebut menjadi prioritas dalam pengembangan bisnis.

Berdasarkan hasil analisis SWOT strategi bisnis baru yang disusun yaitu mengoptimalkan saluran distribusi yang ada dalam penyampaian produk dari produsen ke konsumen, meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia melalui pelatihan pembuatan Roti Bekatul, memperbaiki label kemasan produk, meningkatkan mutu produk dan pelayanan, serta memberikan *tester* sebagai promosi.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada Politeknik Sinar Mas Berau Coal khususnya team Dosen dan Mahasiswa/i Program Studi Teknologi Rekayasa Logistik, kepada Pemilik Usaha Ayusita Bakery, dan kepada narasumber yang telah membantu dan mendukung dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

Anwar, K. dan Liling T. 2016. Kandungan Total Fenolik, Total Flavonoid, dan Aktivitas Antioksidan Ekstrak Etanol Buah Mengkudu (Morinda citrifolia L.). *Jurnal Pharmascience.* 3(1): 83-92.

Auliana, R. 2017. Pembuatan Tempe Bekatul dan Kandungan Gizinya. *HEJ (Home Economics Journal)*. 1(2): 70-76.

Budihartini, N. K. S., I Dewa G. M. P., Putu T. I. 2018. Pengaruh Perbandingan Terigu dan Bekatul Beras Merah terhadap Karakteristik Mie Kering. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Pangan.* 7(4): 156-164.

Fajri, A. I., Hartutik, Artharini I. 2018. Pengaruh Penambahanpollard dan Bekatul dalam Pembuatan Silase Rumput Odot (Pennisetum Purpureum, Cv. Mott) Terhadap Kecernaan Dan Produksi Gas Secara In Vitro. *Jurnal Nutrisi Ternak Tropis*. 1(1): 9-17.

Gamble, John E., Peteraf, Margaret A., Thompson, Jr, Arthur A. (2015). Essentials of Strategic Management: The Quest for Competitive Advantage. Fourth Edition. Singapore: McGraw-Hill International Edition.

Marahakim, S., dan Wandebori H. 2012. Business Model Generation of Majalah Epik. *Journal of Business Management*. 1(5): 365-369.

Osterwalder, Alexander, Pigneur Y. 2012. Business Model Generation. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.

Statistik, B. P. (2017). Statistik Indonesia 2019. Publikasi Resmi Statistik, 0126-2912.

Warnaningtyas, H. 2020. Desain Bisnis Model Canvas (BMC) pada Usaha Batik Kota Madiun. *Jurnal Manajemen, Ilmu Ekonomi Kreatif dan Bisnis*. 9(2): 2580-0043.

Widarta, I. W. R. Dan I. W. Arnata. 2014. Stabilitas Aktivitas Antioksidan Ekstrak Bekatul Beras Merah terhadap Oksidator dan Pemanasan pada Berbagai pH. *Jurnal Teknologi dan Industri Pangan*. 25(2): 193- 199.