

PERANCANGAN USULAN MODEL BISNIS PADA PABRIK TAHU DI DAERAH DAWUAN CIKAMPEK DENGAN MENGGUNAKAN PENDEKATAN MODEL *BUSINESS CANVAS*

DESIGNING OF A PROPOSED BUSINESS MODEL AT A TOFU FACTORY IN THE DAWUAN CIKAMPEK REGION USING BUSINESS MODEL CANVAS

Liana Fitri Ramadhani¹, Endang Chumaidiyah², Sinta Aryani³

^{1,2,3} Universitas Telkom, Bandung

lianafitrir@student.telkomuniversity.ac.id¹, endangchumaidiyah@telkomuniversity.ac.id², sintatelu@telkomuniversity.ac.id³

Abstrak

Pabrik Tahu Dawuan adalah bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak dibidang pangan khususnya memproduksi tahu, Pabrik Tahu Dawuan mengalami 5 permasalahan Pabrik Tahu Dawuan memiliki 5 permasalahan produk tidak sesuai dengan permintaan pelanggan, kurangnya memanfaatkan media pemasaran, hubungan antara pelanggan terjalin buruk, pendapatan cenderung fluktuatif atau menurun, Kualitas dari segi pelayanan sumber daya manusia lambat. Untuk dapat bertahan, dilakukan perancangan model bisnis Pabrik Tahu Dawuan dengan Business Model Canvas metode tersebut digunakan dengan memperhatikan 9 blok. Metode Business Model Canvas yaitu Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, dan Cost Structure. Langkah – langkah yang dilakukan mengevaluasi model bisnis yang pertama yaitu pemetaan model bisnis eksisting kemudian identifikasi customer profile, selanjutnya merupakan tahap analisis lingkungan dengan menggunakan data studi literatur. Tahap selanjutnya analisis SWOT, membuat value proposition canvas dan proses terakhir yaitu model bisnis usulan yang diberikan: membuat sosial media Instagram dan facebook, menciptakan tutor dan konsultasi bisnis, menciptakan loyalitas pelanggan, menambahkan variasi produk berdasarkan customized product, menciptakan sistem dropship, menciptakan SOP kontrak bisnis , menciptakan proses evaluasi kinerja dan training karyawan, Teknik Pengentalan menggunakan bahan sari bahari, menciptakan aktivitas penjualan online dan menciptakan Kerjasama dengan toko offline (swalayan).

Kata Kunci: Pabrik Tahu Dawuan, *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, *Analisis Lingkungan*, *Analisis SWOT*, *Value Proposition Canvas*

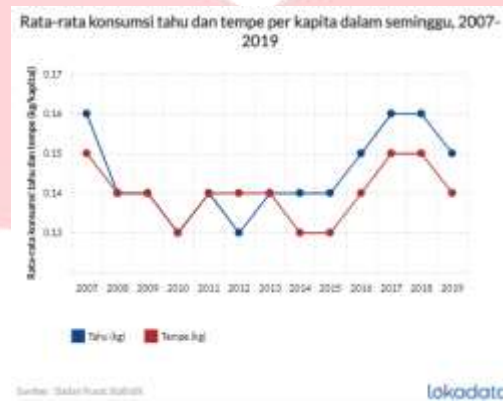
Abstract

Dawuan Tofu Factory is a field of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) producing tofu, Dawuan Tofu Factory has 5 problems the product does not match customer demand, lack of use of marketing media, relationships between customers Poorly established, income tends to fluctuate or decrease, human resource services is slow. In order to survive, the Dawuan Tofu Factory business model is designed with the Business Model Canvas, the method is used by paying attention to 9 blocks. The Business Model Canvas method is Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, and Cost Structure. The steps taken to evaluate the first business model are mapping the existing business model identifying the customer profile, then the environmental analysis stage. The next stage is SWOT analysis, creating a value proposition canvas and the last process is the proposed business model: creating social media Instagram and Facebook, creating tutors and business consulting, creating customer loyalty, adding product variations based on customized products, creating a dropshipping system, creating contract SOPs business, creating a process of performance evaluation and employee training, Thickening Techniques using marine essence ingredients, creating online sales activities and creating partnerships with offline stores (supermarkets).

Keywords Pabrik Tahu Dawuan, *Business Model Canvas*, *Customer Profile*, *Environmental analysis*, *SWOT analysis*, *Value proposition canvas*.

1. Pendahuluan

Kedelai merupakan salah satu bahan makanan pembuatan Tahu dan Tempe, Tahu dan Tempe ini sering dijadikan sebagai lauk – pauk karena rasanya yang enak. Selain itu Tahu dan Tempe merupakan salah satu makanan yang digemari dan mudah untuk di cari dan di dapatkan seperti di pasar tradisional, Swalayan dll.



Gambar 1 Rata – rata konsumsi tahu dan tempe perkapita dalam seminggu (Sumber : BPS,2019)

Berdasarkan grafik diatas bahwa, Masyarakat Indonesia lebih unggul untuk mengkonsumsi Tahu dari pada Tempe hal ini dapat dibuktikan dari rata – rata konsumsi tahu pada tahun 2019 sebesar 0.15 kg per kapita sementara itu konsumsi tempe sebesar 0.14kg [4]. Dengan ketertarikan masyarakat terhadap mengkonsumsi tahu maka masyarakat khususnya di daerah kabupaten karawang memiliki target pasar yang besar terhadap pengolahan industri tahu. Pabrik Tahu Dawuan adalah bidang Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) ini berdiri pada tahun 2018 yang berfokus memproduksi bidang industri pengolahan tahu. Jenis tahu yang di tawarkan 4 jenis macam jenis tahu yaitu Tahu Putih mentah, Tahu kuning, tahu poong dan tahu bakso, Tahu yang dijual berkisar Rp 500 – Rp 3000. Ketahanan dari Produk Tahu yang dijual hanya bertahan selama 5 jam Pabrik Tahu Dawuan hanya menjual produknya untuk masyarakat cikampek yang dimana pendapatan utama yang paling besar didapatkan melalui pengecer / retailer yang berada di Pasar Cikampek. Karena Pelanggan Individu tau Pelanggan yang membeli secara langsung ke pabrik dawuan memiliki minat yang sedikit tidak seperti pembeli yang membeli melalui pengecer yang berada di pasar cikampek, Selain itu pabrik Tahu Dawuan hanya menjual 4 jenis Tahu Saja yaitu Tahu Putih, Tahu kuning, Tahu Poong dan Tahu Bakso mentah. Dimana Pabrik Tahu dawuan memiliki ukuran tahu yaitu dengan ukuran tahu sebesar 11 x 12 cm dengan ketahanan tahu selama 5 jam jika di taruh di kulkas hanya bertahan selama 2 hari saja hal ini berbeda dengan value proposition yang ditawarkan oleh pesaing yaitu:

Tabel 1 Data Pesaing berdasarkan *Value Proposition*

| No | Nama | Produk yang dijual | Ketahanan |
|----|-----------------------|---|-----------|
| 1 | Hj Said Sukaseuri | Tahu Kuning | 5 Hari |
| 2 | Pak Kumis | Tahu Sutra & Tahu Poong | 5 Hari |
| 3 | Hj Jae Pucung | Tahu Sutra, Tahu Poong & Tahu Rasa Keju | 4 Hari |
| 4 | HD | Tahu Putih & Tahu Kuning | 4 Hari |
| 5 | Tahu Bayoer Mang Anda | Tahu Kuning & Tahu putih pres | 3 Hari |

Selain itu permasalahan yang dihadapi yaitu toko kurang memanfaatkan perkembangan teknologi e-commerce dalam bentuk media sosial dan Market Place. beberapa pesaing sudah menawarkan menggunakan website yang dimiliki oleh perusahaan seperti Tahu Yun-Yi yang dipasarkan melui Tokopedia, Tahu Lembang melalui Facebook, Tahu Mang Ujang melalui website perusahaannya, dan Tahu telaga melalui website perusahaannya. Selain penjual tahu yang sudah menawarkan produknya dengan sistem online yang dimana ditawarkan diberbagai jenis platform seperti Marketplace Tokopedia, Facebook dan Website Pabrik Tahu sendiri, Pabrik Tahu Dawuan memiliki beberapa pesaing lain yang memiliki jenis model bisnis yang serupa dengannya selain itu Kompetitor yang sejenis melakukan pemasaran melalui

jual keliling menggunakan sepeda dan motor, berjualan di swalayan pemasaran kepada pedagang asongan, memiliki retailer yang banyak dicikampek, dan menjadikan pabrik sebagai pusat oleh-oleh khas cikampek.

Permasalahan selanjutnya yang dihadapi Pabrik Tahu Dawuan menurut hasil wawancara yaitu pelayanan yang diberikan oleh perusahaan khususnya karyawan pabrik tahu melayani dengan lambat, selain dari segi pelayanan dari segi pendapatan laba penghasilan dari Pabrik Tahu Dawuan masih fluktuatif dan jumlah produksi tahu berkurang. Jumlah total Produksi Pabrik Tahu Dawuan ini dapat memproduksi maksimal \pm 250 kintal tahu perbulan, namun saat wabah virus covid 19 produksi pabrik tahu dawuan berkurang 5%



Gambar 2 Jumlah Pendapatan Pabrik Tahu Dawuan

Sumber: (Data Internal Perusahaan)

Dari beberapa permasalahan yang dialami oleh Pabrik Tahu Dawuan maka perlu dilakukan perancangan model bisnis yang bertujuan untuk memecahkan permasalahan proses bisnis sehingga mempermudah untuk mendapatkan solusi dari permasalahan tersebut menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dengan memperhatikan 9 blok penting yaitu *customer segments, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partners* dan *cost structure*

2. Landasan Teori

2.1 Konsep Model Bisnis

Business Model adalah sebuah model bisnis yang menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Alexander Osterwalder and Yves Pigneur) selain itu menjelaskan tentang struktur pendapatan dan pengeluaran yang berhubungan dengan aktivitas bisnis yang menghantarkan nilai yang di buat [1].

2.2 Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah model gambaran logis bagaimana organisasi menciptakan menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder & Pigneur, 2012). Terdapat 9 blok peting diantaranya [1. Pp. 20 – 40] adalah:

1. Customer Segment

Blok dalam basis pelanggan menggambarkan berbagai kelompok orang atau organisasi yang diharapkan dapat menarik atau melayani oleh perusahaan

2. Value Proposition

Menggambarkan yang menciptakan nilai untuk pelanggan tertentu

3. Channel

Bagaimana perusahaan berkomunikasi dengan customer segment dan menghubungi mereka untuk memberikan rasio penilaian.

4. Customer Relationship

Jenis hubungan antara pelanggan dan kelompok pelanggan tertentu

5. Revenue Stream

Aliran uang masuk menggambarkan bagaimana perusahaan memperoleh uang dan setiap segmen pelanggan.

6. Key Resource

Untuk membuat dan memberikan rasio nilai, memasuki pasar, memelihara hubungan dengan basis pelanggan, dan memperoleh pendapatan.

7. Key Activities

Aktivitas utama merupakan sebuah hal yang terpenting dimana harus dilakukan oleh suatu perusahaan supaya model bisnis perusahaan baik.

8. Key Partner

Jaringan sebuah pemasok dan sebuah mitra yang membuat suatu model bisnis itu dapat bekerja.

9. Cost Structure

Semua biaya yang dikeluarkan oleh pengoperasian model bisnis.

2.3 Customer Profile

Customer Profile ini membagikan pelanggan kedalam tugas, kesulitan, dan keuntungan yang dialami oleh pelanggan perusahaan. *Customer profile* ini memiliki beberapa bagian yaitu *Customer Jobs*, *Customer Pains*, *Customer Gains*. Tujuan mengetahui customer profile ini agar memahami keinginan pelanggan secara detail (Alex Osterwalder 2014) [2].

2.4 Analisis Model Lingkungan Bisnis

Menurut (Osterwalder, Alex. Pigneur, 2010) dalam bukunya *Business Model Generation* aspek lingkungan merupakan salah satu aspek penting dalam menjalankan suatu bisnis untuk membantu mengembangkan pemahaman lingkungan organisasi yang lebih kompetitif dari segi internal maupun eksternal sehingga dapat menciptakan model bisnis yang lebih kuat [1, pp. 200 – 209].

2.5 Analisis SWOT

Usaha yang dilakukan berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang dan pada saat yang sama dapat meminimalisir kelemahan dan ancaman (Menurut Freddy Rangkuti 1997) analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan dan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan serta ancaman [3, pp 19].

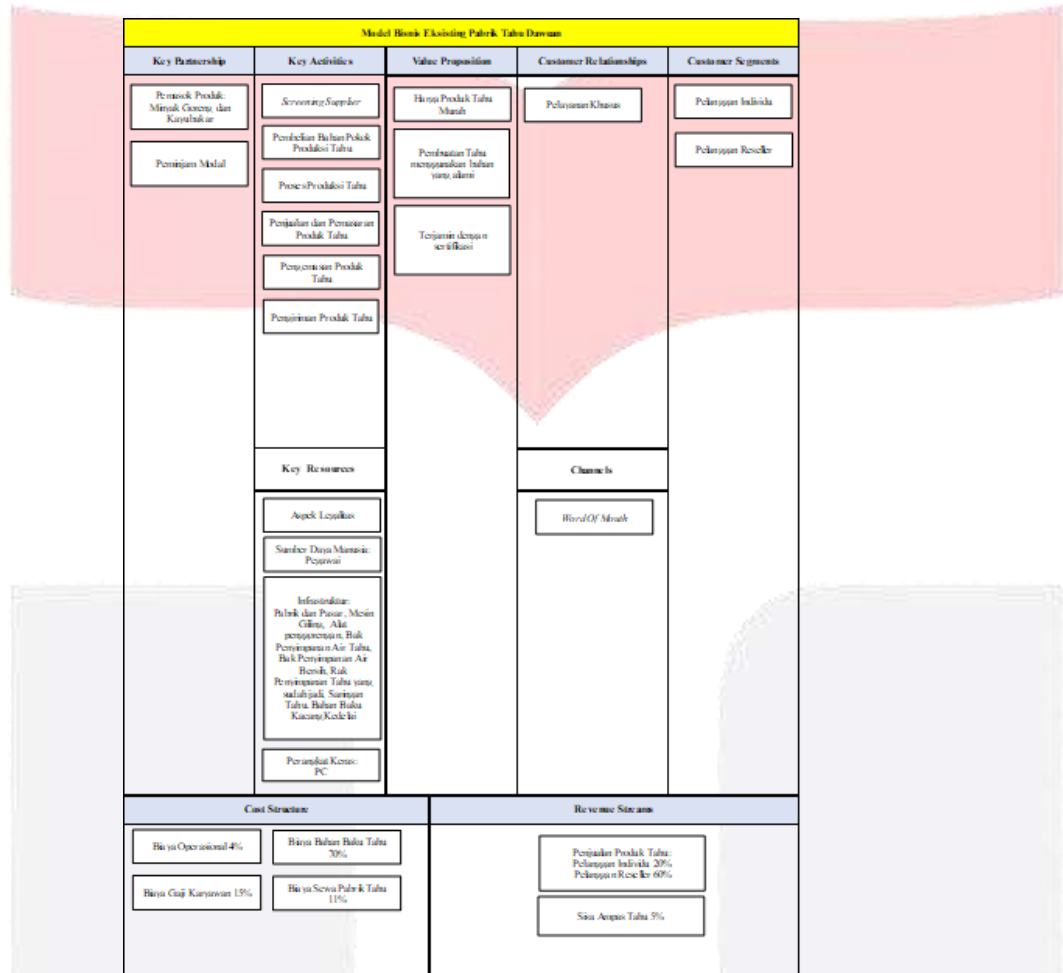
3. Metodologi Penelitian

Model konseptual model konseptual yang menunjukkan hubungan logis antara faktor atau variable yang dianggap penting untuk analisis dan penelitian masalah, model konseptual mempengaruhi atau menghasilkan kondisi sasaran, perancangan model bisnis menggunakan pendekatan *business model canvas* pada Pabrik Tahu Dawuan dengan melakukan pemetaan dari sembilan blok yang terdapat pada business model canvas sehingga dapat menghasilkan rancangan model bisnis yang lebih baik daripada sebelumnya. Tahap pertama dari proses model konseptual ini adalah mengumpulkan data kondisi eksisting pabrik tahu dawuan yang didapatkan dari hasil observasi dan wawancara, selanjutnya merupakan membuat model canvas bisnis eksisting dari pabrik tahu dawuan, setelah adanya data eksisting dibuat customer profile yang didapatkan dari hasil kuesioner yang disebarakan kepada 100 pelanggan pabrik tahu dawuan yang dimana terdiri dari customer job, customer pains dan customer gains, selanjutnya melakukan pengumpulan data analisis lingkungan pabrik tahu dawuan didapatkan dari hasil studi literatur. Setelah dilakukan pengumpulan data customer profile dan analisis lingkungan dilakukan Analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, Threat*) yang dimana dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada internal perusahaan dan dilakukan strategi untuk pabrik tahu, melakukan proses value proposition canvas dan membuat usulan model bisnis pada pabrik tahu dawuan yang akan digunakan untuk membantu merancang strategi model bisnis dari bisnis Pabrik Tahu Dawuan.

4. Pembahasan

4.1 Model Bisnis Canvas Eksisting

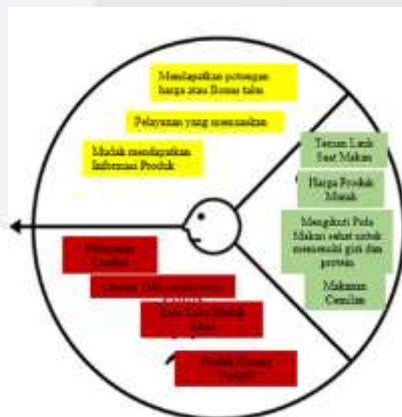
Berikut merupakan hasil model bisnis eksisting Pabrik Tahu Dawuan yang didapatkan melalui observasi dan wawancara kepada *owner* :



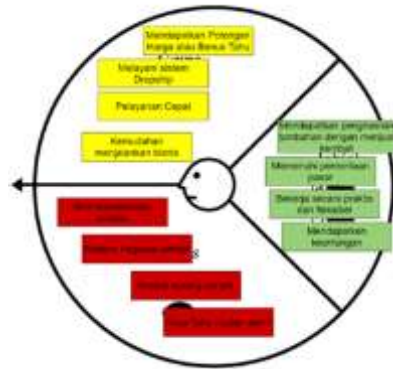
Gambar 4 *Business Model Canvas* Eksisting Pabrik Tahu Dawuan

4.2 Customer Profile

Berikut merupakan hasil dari *customer profile* yang terbagi menjadi dua segmen yaitu customer profile pelanggan individu dan pelanggan reseller. Didalam Customer Profile terdiri dari tiga bagian yaitu *customer jobs*, *pains*, dan *gains* berdasarkan kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan dari Pabrik Tahu Dawuan:



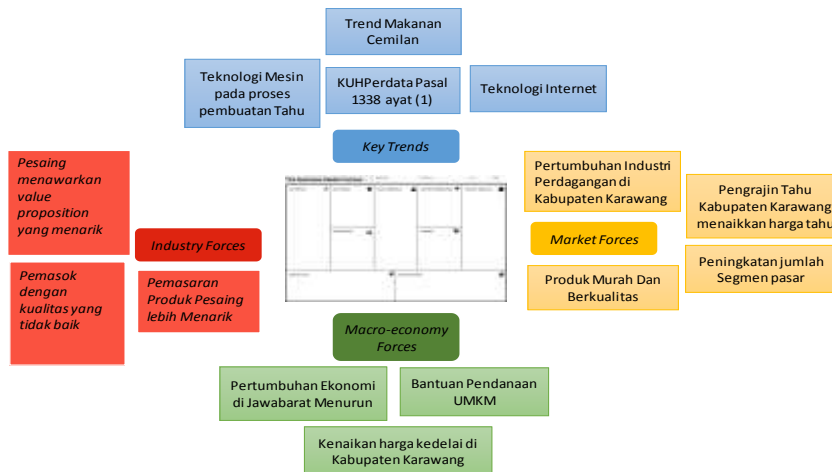
Gambar 5 *Customer Profile* Pelanggan Individu



Gambar 6 Customer Profile Pelanggan Reseller

4.3 Analisis Lingkungan Model Bisnis

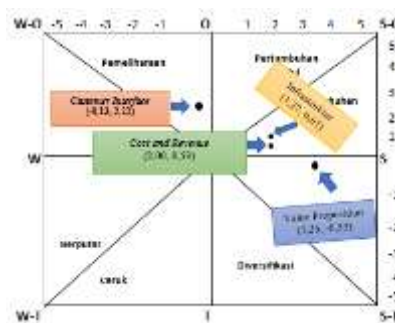
Berikut merupakan hasil dari analisis lingkungan model bisnis dari Pabrik Tahu Dawuan yang terbagi menjadi empat bagian yaitu *market force*, *industry force*, *key trend* dan *macro economic force* berdasarkan hasil dari studi literatur yang didapatkan :



Gambar 7 Lingkungan Model Bisnis

4.4 Analisis SWOT dan Strategi

Berikut merupakan analisis matriks SWOT dari Pabrik Tahu Dawuan berdasarkan empat variabel dan strategi usulan untuk pengembangan model bisnis dari Pabrik Tahu Dawuan :



Gambar 8 Matriks SWOT Pabrik Tahu Dawuan

a. **Customer Interface**

- Membuat *Social Media* seperti Instagram dan Facebook
- Menambahkan Pemasaran melalui Pasar Tradisional
- Menciptakan pelayanan khusus bagi segmen reseller yaitu tutor dan konsultasi bisnis
- Meningkatkan pelayanan khusus dengan menciptakan loyalitas pelanggan.

b. **Value Proposition**

- Menambah Variasi Produk berdasarkan Customized Product
- Menciptakan Sistem Dropship
- Bahan baku menggunakan kacang koro

c. **Infrastructure**

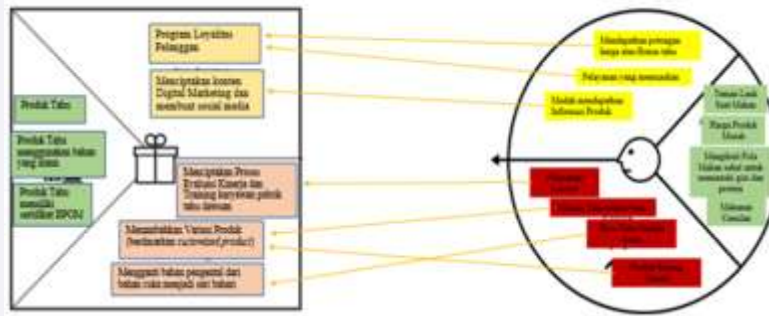
- Menciptakan SOP Kontrak bisnis sesuai hukum
- Menciptakan proses evaluasi kinerja dan training karyawan Pabrik Tahu Dawuan
- Teknik pengentalan menggunakan bahan sari bahari
- Meningkatkan penjualan pemasaran dengan menciptakan aktivitas penjualan tahu secara online
- Menciptakan Kerjasama penjualan dengan toko offline (Swalayan)
- Bahan baku diganti atau dikombinasikan menggunakan kacang koro

d. **Cost and Revenue**

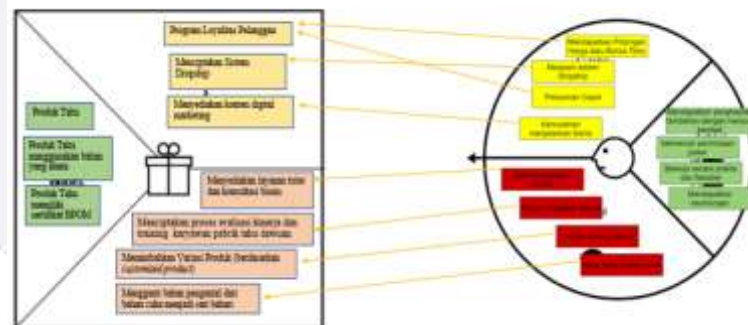
- Menambah arus pendapatan dari customized produk
- Memperluas pencarian pemasok dari bahan baku dengan harga yang lebih murah

4.5 **Fit Value Proposition Canvas With Customer Profile**

Customer Profile Pabrik Tahu Dawuan dibagi menjadi 2 bagian yaitu Segment Pelanggan Individu dan Segmen Pelanggan Reseller. Berikut merupakan hasil *fit* antara *value map* yang terdiri dari *product and service, pain reliever* dan *gain creator* dengan *customer profile* yang terdiri dari *customer jobs, pains*, dan *gains*:



Gambar 9 *Fit Value Proposition Canvas With Customer Profile* Segmen Pelanggan Individu



Gambar 10 *Fit Value Proposition Canvas With Customer Profile* Segmen Pelanggan Reseller

4.6 **Perancangan Model Bisnis Usulan**

Berikut merupakan hasil perancangan model bisnis usulan pada Pabrik Tahu Dawuan :

- **Customer Segment:** Pelanggan individu dan Pelanggan reseller
- **Value Proposition:** Menambahkan Variasi produk berdasarkan Customized Product dan Menciptakan Sistem Dropship dan bahan baku menggunakan kacang koro
- **Customer Relationship:** Meningkatkan Pelayanan Khusus dengan menciptakan loyalitas pelanggan dengan pemberian bonus tahu, menciptakan layanan Tutor dan Konsultasi bisnis cara menjual tahu bagi reseller
- **Channels:** Membuat sosial media seperti Instagram dan Facebook dan Pasar Tradisional

- **Key Resources:** Meningkatkan kualitas sumber daya manusia
- **Key Activities:** Menciptakan SOP kontrak bisnis sesuai hukum, Menciptakan proses evaluasi kinerja dan training karyawan, Teknik pengentalan menggunakan bahan sari bahari, dan Membuat Konten Digital Marketing
- **Key Partnership:** Membangun kemitraan dengan Toko Swalayan
- **Revenue Streams:** Menambah arus pendapatan dari custom produk dan Meningkatkan pendapatan dari penjualan produk secara online
- **Cost Structure:** Mengurangi Biaya Bahan baku sebesar 50% dengan adanya memperluas pencarian pemasok dari bahan baku dengan harga yang lebih murah dan Mengurangi atau mengkombinasikan kacang kedelai dengan kacang koro

5. Kesimpulan

Berikut merupakan hasil dari *business model canvas* usulan dari Pabrik Tahu Dawuan:

| Model Bisnis: Dawuan Pabrik Tahu Dawuan | | | | |
|--|--|---|--|--|
| Salah Pemasok | Key Activities | Salah Pemasok | Salah Pemasok | Salah Pemasok |
| <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>7.000.000.000</p> | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> |
| <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | | |
| <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | | |
| <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | | <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya Bahan Baku</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> <p>Salah Pemasok: Mengurangi Biaya</p> | | |

Keterangan : **Diciptakan**, **Ditingkatkan**, **Tetap**, **Dikurangi**

Referensi

- [1] A. O. & Y. Pigneur, Business Model Generation, PT Elex Media Komputindo , 2012.
- [2] Y. P. A. S. G. B. d. P. P. Alex Osterwalder, Value Proposition Design, PT Elex Media Komputindo, 2019.
- [3] F. Rangkuti, Teknik Membedah Kasus Bisnis, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 1997.
- [4] "Konsumsi Tempe dan tahu perkapita dalam seminggu," [Online]. Available: <https://lokadata.id/data/rata-rata-konsumsi-tahu-dan-tempe-per-kapita-dalam-seminggu-2007-2019-1601011972>.
- [5] "Kenaikan Harga Kedelai di Karawang," [Online]. Available: <https://hargapasar.karawangkab.go.id/umum/index/>.