

ABSTRAK

Delishka merupakan sebuah usaha kecil yang bergerak di bidang kuliner dan menawarkan produk berupa *soft cookies* serta tiramisu. Pada tahun 2021 Delishka mengalami keuntungan bersih yang fluktuatif dengan kecenderungan tren menurun, hal tersebut disebabkan oleh beberapa akar masalah yaitu produk yang dijual belum memiliki diferensiasi, sumber daya manusia belum dapat mendukung eksplorasi peluang usaha, dan biaya bahan baku yang mengalami kenaikan. Ketiga akar masalah yang ada mengacu pada beberapa blok yang tercantum dalam *Business Model Canvas*, yaitu blok *value proposition*, *key resources*, dan *cost structure*. Berdasarkan pemaparan tersebut, *Business Model Canvas* dapat menjadi solusi yang tepat untuk membantu memecahkan masalah yang dialami Delishka saat ini, agar nantinya usaha yang dijalankan dapat menangkap dan menciptakan nilai serta mengurangi biaya yang kurang efisien yang akan berguna untuk keberlangsungan usaha kedepannya. Solusi perbaikan model bisnis dilakukan dengan cara memetakan setiap komponen bisnis kedalam *Business Model Canvas* yang terdiri dari 9 blok, yaitu *customer segments*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnerships*, dan *cost structure*. Beberapa data diperlukan untuk merancang model bisnis yaitu data model bisnis saat ini yang didapat melalui wawancara dengan pemilik usaha, data *customer profile* yang didapat melalui wawancara dengan pelanggan Delishka, serta data *Business Model Environment* yang didapat melalui studi literatur dan pengamatan melalui internet. Data-data yang telah diperoleh digunakan untuk dapat dianalisis menggunakan analisis SWOT yang berguna untuk menyusun dan merancang strategi bisnis usulan. Setelah merancang strategi usulan, selanjutnya dilakukan pemetaan *value proposition canvas* yang berasal dari strategi usulan bidang *value proposition* yang nantinya akan dicocokkan dengan *customer profile*. Selanjutnya adalah merancang model bisnis usulan untuk Delishka menggunakan metode *Business Model Canvas*. Adapun beberapa perubahan yang terjadi dalam model bisnis usulan adalah pada blok *customer segments* yaitu menambah segmen pelanggan individu berdasarkan segmentasi psikografis, blok *customer relationships* yaitu meningkatkan pemberian potongan harga dan menciptakan *customer relationship*

baru dengan meningkatkan dimensi kualitas layanan, blok *channels* yaitu meningkatkan efektifitas penggunaan *channels* yang dimiliki serta menciptakan *channel* baru yaitu *coffee shop*, blok *value proposition* yaitu menambah variasi produk, menciptakan variasi *packaging*, dan menciptakan produk dengan *highlight* rasa yang kuat dan tekstur yang baik, blok *revenue streams* yaitu meningkatkan dan menciptakan sumber pendapatan baru dari usulan variasi produk serta penjualan melalui *channels* baru, blok *cost structure* yaitu meningkatkan beberapa biaya seperti bahan baku dan *marketing* serta mengurangi biaya tenaga kerja, blok *key partnerships* yaitu menciptakan *supplier* baru untuk bahan baku telur dan terigu, blok *key activities* yaitu meningkatkan aktivitas utama yang dijalankan, dan *key resources* yaitu mengurangi jumlah tenaga kerja serta meningkatkan efisiensi penggunaan ruko. Hasil rancangan telah terverifikasi dan tervalidasi untuk kedepannya dapat diimplementasikan oleh Delishka agar bisnis yang dijalankan dapat terus bertahan di pasar kuliner.

Keywords: Delishka, Business Model Canvas, Customer Profile, Analisis SWOT, Business Model Environment, Value Proposition Canvas.