

PERANCANGAN USULAN MODEL BISNIS SEBAGAI BENTUK STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KEDAI HOT PLATE BANG JACK DENGAN MENGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)*

1st Muhammad Ihsan Fansurya
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University

Bandung, Indonesia
fansuryaihsan@student.telkomuniversit
y.ac.id

2nd Ir. Budi Praptono, M.M
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University

Bandung, Indonesia
alamat email atau ORCID

3rd Maria Dellarosawati Idawacaksakti
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University

Bandung, Indonesia
alamat email atau ORCID

Kedai Hot Plate Bang Jack merupakan bisnis makanan dan minuman pada bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kedai Hot Plate Bang Jack adalah tempat makan yang menjual beberapa jenis menu makanan yang disajikan menggunakan *hot plate* serta minuman hangat dan dingin. Dari hasil wawancara serta observasi dengan *owner* Kedai Hot Plate Bang Jack yaitu saudara Alfi Husni Fansurya terdapat 5 blok dari 9 blok pada *Business Model Canvas* yang menjadi permasalahan dan harus dilakukan evaluasi serta perbaikan. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan evaluasi model bisnis pada Kedai Hot Plate Bang Jack sebagai bentuk strategi pengembangan bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Hasil perancangan *business model canvas* usulan pada Kedai Hot Plate Bang Jack yaitu meningkatkan pencatatan menjadi digital, menambahkan metode pembayaran secara digital, merancang metode pemasaran secara online, menambahkan variasi menu baru, meningkatkan pelayanan, menambahkan pilihan menu *bundling*, melakukan interaksi media sosial, menambahkan CCTV, menambah jumlah karyawan, mendaftarkan penjualan produk Kedai Hot Plate Bang Jack secara *online* melalui platform digital, menambahkan pendapatan dari penjualan produk secara (*online*) menyesuaikan blok *channels*, menambahkan pengeluaran untuk strategi pemasaran secara *online* menyesuaikan blok *key activity*, menambahkan platform pembayaran digital, platform e-commerce, media pemasaran, menyesuaikan dengan usulan blok lainnya yang berkaitan.

Kata kunci— *Business Model Canvas, Kedai Hot Plate*

Bang Jack, Customer Profile, Business Model

Environment, Value Proposition Canvas, Analisis SWOT

Bang Jack Hot Plate Shop is a food and beverage business in the Micro, Small and Medium Enterprises (MSME) sector. Bang Jack Hot Plate Shop is a place to eat that sells several types of food menus served using hot plates as well as hot and cold drinks. From the results of interviews and observations

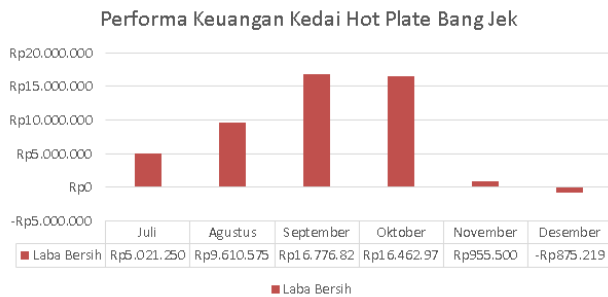
with the owner of Kedai Hot Plate Bang Jack, namely brother Alfi Husni Fansurya, there are 5 blocks out of 9 blocks on the Business Model Canvas that are problems and must be evaluated and corrected. This research aims to evaluate the business model at Kedai Hot Plate Bang Jack as a form of business development strategy using the Business Model Canvas approach. The results of designing the proposed business model canvas for Kedai Hot Plate Bang Jack are increasing recording to digital, adding digital payment methods, designing online marketing methods, adding new menu variations, improving service, adding bundling menu options, interacting with social media, adding CCTV, increase the number of employees, register sales of Kedai Hot Plate Bang Jack products online via digital platforms, add income from online product sales, adjust the channels block, add expenditure for online marketing strategies, adjust the key activity block, add digital payment platforms, platforms e-commerce, marketing media, adapts to other related block proposals.

Keywords— *Business Model Canvas, Bang Jack Hot Plate Kedai, Customer Profile, Business Model Environment, Value Proposition Canvas, SWOT Analysis*

I. PENDAHULUAN

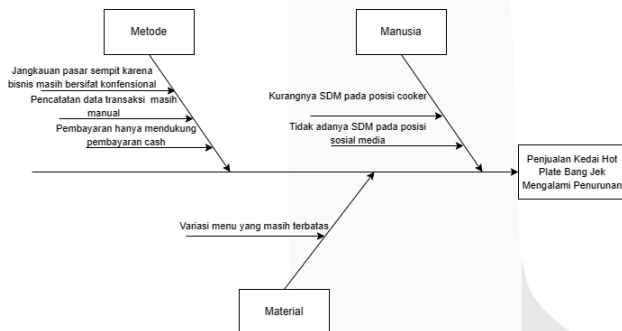
Usaha kuliner di Indonesia semakin diminati oleh masyarakat dengan melihat semakin banyaknya masyarakat yang kerap memburu aneka menu makanan mulai dari makanan tradisional, nasional, maupun internasional. Banyak yang meyakini bahwa bisnis kuliner merupakan bisnis yang menjanjikan saat ini. Oleh karena itu, tidak heran jika pertumbuhan industri kuliner di Indonesia diperkirakan akan

terus meningkat dan hal ini tentunya menjadi peluang menarik bagi para pengusaha dibidang kuliner. Kedai Hot Plate Bang Jack merupakan usaha makanan dan minuman pada bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Kedai Hot Plate Bang Jack adalah sebuah nama tempat makan yang menjual beberapa jenis menu makanan yang disajikan menggunakan *hot plate*. Tidak hanya itu, Kedai Hot Plate Bang Jack juga menjual beberapa jenis minuman hangat dan dingin. Kedai Hot Plate Bang Jack terletak di Jalan Sisingamangaraja, Parupuk Tabing, Kecamatan Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat. Berikut merupakan grafik pendapatan Kedai Hot Plate Bang Jack



Gambar 1. Grafik pendapatan Kedai Hot Plate Bang Jack

Berdasarkan data diatas, terdapat penurunan pendapatan Kedai Hot Plate Bang Jack yang disebabkan oleh beberapa faktor. Faktor tersebut disajikan dalam bentuk diagram *fishbone* berikut



Gambar 2. Diagram *fishbone* Kedai Hot Plate Bang Jack

Kedai Hot Plate Bang Jack ini hanya bersifat konvensional, yang dimana proses jual beli hanya dilakukan secara langsung di lokasi. Selain itu Kedai Hot Plate Bang Jack memiliki kendala dalam hal transaksi penjualan di kasir karena dilakukan secara manual menggunakan buku/nota dan hanya mendukung pembayaran *cash*, hal ini membuat pencatatan data-data transaksi akan membuang waktu lama dan berpotensi mengalami penumpukan pada antrian kasir. Selain itu, Kedai Hot Plate Bang Jack juga memiliki masalah dalam hal sumber daya manusia dimana minimnya karyawan terlatih yang dimiliki oleh Kedai Hot Plate Bang Jack membuat beberapa posisi terkadang tidak berjalan maksimal. Disisi lain, menu yang ditawarkan Kedai Hot Plate Bang Jack terbatas, sehingga pelanggan yang pernah berkunjung tidak dapat merasakan pilihan menu lain yang menarik dari Kedai Hot Plate Bang Jack. Dari beberapa permasalahan diatas mengakibatkan penurunan pendapatan Kedai Hot Plate Bang Jack. Hal tersebut sangat dikhawatirkan nantinya jika tidak melakukan pengembangan model bisnis pada Kedai Hot Plate Bang Jack

karena akan mengalami ketertinggalan seiring berjalannya perkembangan zaman yakni di zaman sekarang sudah memasuki era digital yang dapat dimanfaatkan sebagai potensi peluang untuk melakukan pengembangan. Berdasarkan permasalahan diatas, maka penelitian ini ditujukan untuk mengembangkan model bisnis Kedai Hot Plate Bang Jack demi meningkatkan kinerja. Model bisnis kanvas dipilih karena lebih mudah untuk menggambarkan permasalahan yang terjadi pada Kedai Hot Plate Bang Jack dan mudah untuk dikaitkan dengan solusi yang ada.

II. KAJIAN TEORI

A. Kewirausahaan

Peter F. Drucker mengatakan bahwa kewirausahaan merupakan kemampuan dalam menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda. Pengertian ini mengandung maksud bahwa seorang wirausahawan adalah orang yang memiliki kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, berbeda dari yang lain, atau mampu menciptakan sesuatu yang berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya.

B. UMKM

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah sebuah usaha yang dikelola oleh individu atau oleh badan usaha yang dianggap memenuhi kriteria usaha dalam lingkup kecil atau mikro. Di Indonesia terdapat peraturan Undang-Undang Nomor 20 tahun 2008 yang membahas mengenai UMKM.

Menurut Rudjito, UMKM merupakan usaha kecil yang membantu perekonomian Indonesia. Dikatakan membantu perekonomian Indonesia disebabkan karena melalui UMKM akan terbentuk lapangan kerja baru serta juga meningkatkan devisa negara melalui pajak badan usaha.

C. Analisis SWOT

Analisis SWOT yaitu alat pengukur kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dinilai berdasarkan kondisi terkini. Menurut (Rangkuti, 2017) Analisis SWOT adalah mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Pada dasarnya analisis SWOT ini bertujuan untuk memaksimalkan kekuatan (*Strengths*), dan peluang (*Opportunities*) yang dimiliki perusahaan, namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) yang dihadapi perusahaan. Analisis SWOT pada bisnis model kanvas digunakan untuk mengevaluasi elemen model bisnis.

D. Matriks SWOT

Matriks SWOT yaitu media yang digunakan untuk mencatat faktor strategis perusahaan. Matriks ini dapat menggambarkan dengan jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi perusahaan dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahannya.

E. Model Bisnis

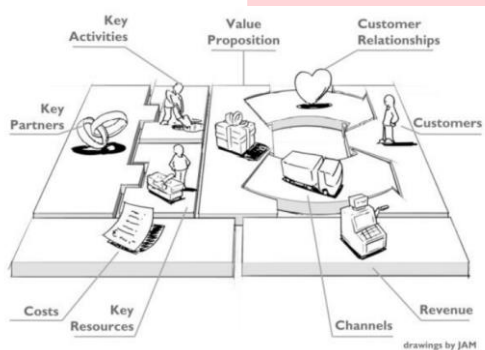
Model bisnis adalah sebuah representasi dari cara sebuah perusahaan atau organisasi untuk melakukan kegiatan yang dapat menghasilkan keuntungan. Model Bisnis yaitu gambaran miniatur yang mewakili fenomena yang akan

dikembangkan dan merupakan abstraksi realitas kompleks yang disederhanakan. (Assauri, 2013)

F. Business Model Canvas

Business Model Canvas adalah sebuah konsep model bisnis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Konsep model bisnis kanvas ini ditampilkan dalam bentuk kanvas yang berisikan 9 (sembilan) elemen yang terdiri dari *customer segmentations, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnership, dan cost structures*.

Model bisnis kanvas merupakan sebuah konsep yang memungkinkan organisasi untuk dapat mendeskripsikan organisasi tersebut, serta siapa yang menjadi pesaingnya melalui sebuah model bisnis. Konsep model bisnis kanvas ini telah digunakan dan diuji di hampir seluruh dunia dan sudah digunakan dalam organisasi semisal IBM, Ericsson, Deloitte, Departemen Pekerjaan Umum dan Jasa Pemerintahan Kanada dan masih banyak lagi (Osterwalder dan Pigneur 2012).



Gambar 4. *Business Model Canvas*

(Sumber : Business Model Generation (Osterwalder & Pigneur, 2012))

1. Customer Segmentation

Customer Segment atau Segmen pelanggan merupakan kunci utama dalam menghasilkan keuntungan, tanpa pelanggan perusahaan tidak dapat berjalan dan tidak mendapatkan keuntungan.

2. Value Proposition

Value proposition adalah sesuatu yang membedakan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya. Bagian ini bertujuan untuk memecahkan masalah pelanggan dengan mengetahui apa yang mereka butuhkan oleh pelanggan. *Value proposition* bersifat unik, Keunikan yang ditawarkan ini harus bermanfaat bagi customer segment yang diidentifikasi.

3. Channels

Channels menjelaskan bagaimana perusahaan menjangkau segmen pelanggannya untuk menyajikan dan menyampaikan *value proposition* dari perusahaan. Dengan adanya saluran distribusi, komunikasi dan penjualan merupakan media untuk bisa menghubungkan perusahaan dengan pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2012).

4. Customer Relationship

Customer relationship atau hubungan pelanggan menjelaskan jenis hubungan yang telah dibangun dengan segmen pelanggan tertentu dan harus dapat menjelaskan jenis hubungan apa yang ingin dibangun dengan segmen pelanggan yang bertujuan memperoleh pelanggan baru (akuisisi), mempertahankan pelanggan lama (*retention*), dan meningkatkan penjualan (*upselling*) (Osterwalder & Pigneur, 2012).

5. Revenue streams

Arus pendapatan (*revenue streams*) merupakan aliran uang masuk yang menggambarkan bagaimana perusahaan menghasilkan uang dari setiap segmen pelanggan. *Revenue streams* mempunyai tata cara penetapan harga yang berbeda, seperti daftar harga yang tetap (harga tetap dan harga dinamis), penawaran, kebergantungan pasar, pelelangan, manajemen hasil atau kebergantungan volume (Osterwalder & Pigneur, 2012).

6. Cost Structure

Cost structure menggambarkan semua biaya yang dikeluarkan dari pengoperasian model bisnis. Menciptakan dan memberikan nilai, memelihara hubungan pelanggan, dan menghasilkan pendapatan semuanya memerlukan biaya. Seluruh biaya dihitung setelah mengidentifikasi *key resources, key activities* dan *key partner* sehingga perusahaan dapat merancang model bisnis yang optimal.

7. Key Activities

Key activities adalah kegiatan utama yang mesti dilakukan oleh perusahaan agar mendapatkan rancangan model bisnis yang optimal. Seperti halnya *key resources, key activities* juga berperan penting dalam mewujudkan *value proposition*, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan segmen pelanggan dan menghasilkan pendapatan dari pelanggan.

8. Key Partner

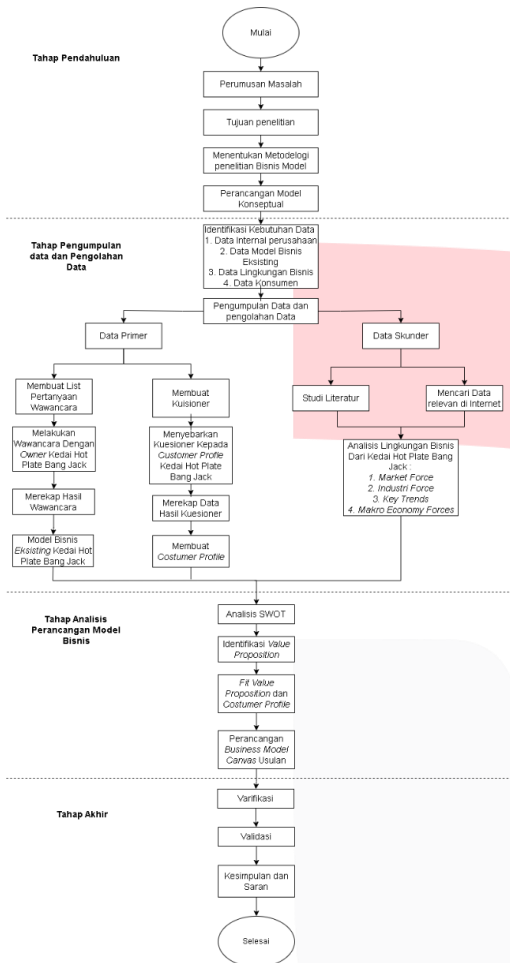
Key partners merupakan jaringan pemasok serta mitra yang membuat model bisnis dapat bekerja sama dengan baik agar model bisnis dapat lebih optimal, mengurangi risiko dan mendukung pelanggan dengan sumber daya dari mitra kerja tersebut..

9. Key Resources

Key resources menggambarkan asset utama yang diperlukan untuk menjalankan model bisnis yang memungkinkan perusahaan mewujudkan *value proposition*, menjangkau pasar, mempertahankan hubungan dengan segmen pelanggan dan menghasilkan pendapatan dari pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2012). Sumber daya utama dikategorikan menjadi beberapa bentuk yaitu fisik, intelektual manusia dan finansial yang dapat dimiliki atau disewa oleh perusahaan atau dari mitra kerja utama.

III. METODE

Penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Sistematika perancangan penelitian berikut bertujuan untuk menjelaskan setiap proses dalam penelitian yang berisi tahapan untuk menyelesaikan permasalahan yang dihadapi.



Gambar 5. Sistematika Perancangan penelitian

A. Tahap Pendahuluan

1. Perumusan Masalah dan Tujuan Penelitian

Pada tahap ini merupakan tahap perumusan masalah pada kondisi eksisting dan sesuai dengan latar belakang yang ada dan dilanjutkan dengan tujuan penelitian yang memberikan usulan dari model bisnis yang telah di buat.

2. Metodologi Penelitian

Metode penelitian dapat digambarkan sebagai acuan penelitian untuk melanjutkan ke tahap selanjutnya.

3. Model Konseptual

Model konseptual dirancang sebagai pola pikir yang akan digunakan selama penelitian.

B. Tahap Pengumpulan dan Pengolahan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder yang terdiri dari data eksisting Kedai Hot Plate Bang Jack, data konsumen, dan data lingkungan bisnis.

Tabel 2. Identifikasi Kebutuhan Data

No	Data	Jenis Data	Data yang Dikumpulkan	Sumber
1.	Data eksisting Kedai Hot Plate Bang Jack	Data primer	9 blok BMC	Wawancara mendalam dengan owner Kedai Hot Plate Bang Jack yang bernama Alfi Husni Fansurya
2.	Data Konsumen	Data Primer	Customer jobs Customer pains Customer gains	Melakukan observasi dan wawancara kepada segmen konsumen Kedai Hot Plate Bang Jack yang berjumlah 30 orang
3.	Data Lingkungan Bisnis	Data Sekunder	Market Force Industry Force Key Trends Macro Economic Force	Studi Pustaka dan pencarian data dari internet

Pada tahap pengolahan ini data-data yang sudah dikumpulkan selanjutnya diolah menjadi data yang mudah untuk dianalisis lebih lanjut. Pengolahan data pertama yaitu membuat peta kondisi eksisting dari Kedai Hot Plate Bang Jack menjadi business model canvas berdasarkan hasil rekapan wawancara dengan owner Kedai Hot Plate Bang Jack, kemudian menganalisis *customer profile* berdasarkan data konsumen rekapan hasil wawancara yang telah dilakukan, selanjutnya analisis lingkungan menggunakan data lingkungan bisnis yang telah dikumpulkan yaitu data dari internet serta studi literatur. Dari data primer dan sekunder yang telah dikumpulkan selanjutnya melakukan pengolahan SWOT dari hasil wawancara yang telah diberikan kepada pihak internal Kedai Hot Plate Bang Jack yang nantinya digunakan untuk merancang strategi model bisnis usulan terbaik untuk Kedai Hot Plate Bang Jack, dan terakhir melakukan verifikasi dan validasi rancangan strategi model bisnis usulan terbaik untuk Kedai Hot Plate Bang Jack.

C. Tahap Analisis dan Perancangan Model Bisnis

Tahap ini dilakukan setelah melakukan pengolahan data untuk menentukan rancangan strategi model bisnis usulan terbaik untuk Kedai Hot Plate Bang Jack menggunakan metode *Business Model Canvas*.

D. Tahap Akhir

Pada tahap ini merupakan tahap terakhir dari sistematika penelitian yang dilakukan. Tahap ini membahas tentang kesimpulan yang telah didapatkan dari hasil analisis yang sudah dilakukan, dan model bisnis usulan yang sudah dibuat serta memberikan saran kepada Kedai Hot Plate Bang Jack

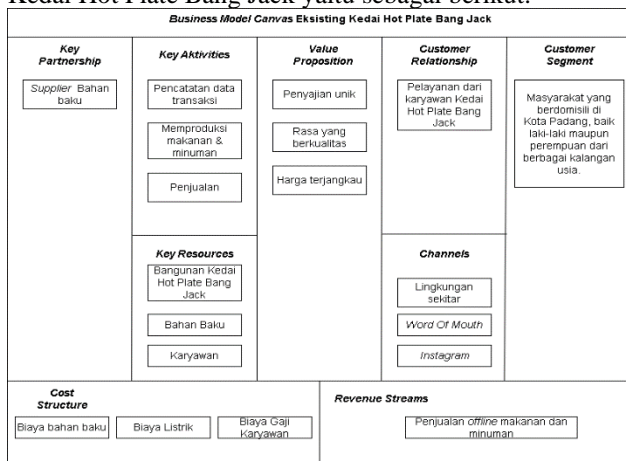
2	Menambahkan pilihan menu <i>bundling</i>	Kedai Hot Plate Bang Jack dapat menambahkan pilihan menu <i>bundling</i> guna meningkatkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan yang berkunjung ke Kedai Hot Plate Bang Jack	<i>Customer Relationship</i>
3	Mempersiapkan olahan setengah jadi sebelum jadwal Kedai Hot Plate Bang Jack buka	Dengan mempersiapkan olahan setengah jadi sebelum jadwal Kedai Hot Plate Bang Jack buka, dapat membuat proses produksi menjadi lebih cepat dan mengurangi waktu pelanggan untuk menunggu makanan diajikan	<i>Key Activity</i>

dan untuk peneliti selanjutnya apabila masih ada kekurangan pada penelitian yang telah dilakukan saat ini.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas Eksisting

Berdasarkan wawancara dengan *owner* Kedai Hot Plate Bang Jack didapatkan hasil *Business Model Canvas* eksisting dari Kedai Hot Plate Bang Jack yaitu sebagai berikut:



Gambar 6. *Business Model Canvar* Eksisting

B. Customer Profile

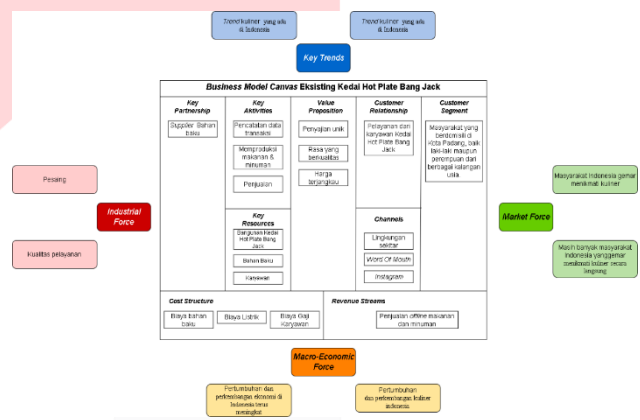
Customer pains menjelaskan masalah apa yang terjadi kepada pelanggan yang ingin diselesaikan, kebutuhan pribadi pelanggan yang ingin dipuaskan atau apa yang dilakukan pelanggan ketika sedang bekerja (Osterwalder A., 2014). Data pelanggan diproses menjadi *customer profile* dengan melakukan wawancara dengan pelanggan Kedai Hot Plate Bang Jack sebanyak 30 orang yang berkunjung ke lokasi Kedai Hot Plate Bang Jack. *Customer profile* bertujuan untuk menggambarkan *customer segment* yang lebih terstruktur. Berikut merupakan hasil wawancara dan observasi dengan pelanggan Kedai Hot Plate Bang Jack:



Gambar 7. Hasil *Customer Profile* Kedai Hot Plate Bang Jack

C. Data Lingkungan Model Bisnis

Perancangan model bisnis dibutuhkan data lingkungan untuk memperluas pengetahuan serta pemahaman mengenai lingkungan dari bisnis Kedai Hot Plate Bang Jack. Seiring berjalannya waktu, lingkungan bisnis dapat berubah dan penyesuaian dengan kondisi terkini. Berikut data lingkungan bisnis Kedai Hot Plate Bang Jack yaitu:



Gambar 8. Hasil Data Lingkungan Model Bisnis

D. Analisis dan matrik SWOT

Berdasarkan hasil pengolahan data SWOT yang telah dilakukan melalui perhitungan bobot dan skor, berikut didapatkan analisis SWOT dari Kedai Hot Plate Bang Jack

1. Value Proposition

Tabel 3. Strategi Usulan *value Proposition*

NO	Strategi Usulan	Analisis	Blok
1	Menambahkan pilihan menu baru	Dengan menambahkan menu baru dapat meningkatkan <i>value proposition</i> Kedai Hot Plate Bang Jack serta membuat pelanggan yang pernah berkunjung tidak bosan dengan pilihan menu yang bervariasi	<i>Value Proposition</i>

2. Cost & Revenue

Tabel 4. Strategi Usulan *Cost & Revenue*

NO	Strategi Usulan	Analisis	Blok
1	Memanfaatkan platform digital untuk penjualan online	Pada saat ini Kedai Hot Plate Bang Jack mendapatkan keuntungan dari penjualan <i>offline</i> langsung di lokasi Kedai Hot Plate Bang Jack. Tetapi belum mengalami peningkatan sehingga perlu dilakukan perluasan dengan memanfaatkan platform digital untuk meningkatkan pendapatan Kedai Hot Plate Bang Jack.	<i>Revenue stream</i>

meningkatkan <i>awareness</i> pelanggan terhadap Kedai Hot Plate Bang Jack	social media tersebut masih terbilang pasif. Dengan melakukan interaksi sosial pada Instagram tersebut dapat meningkatkan <i>awareness</i> yang dapat berpengaruh pada ketertarikan pelanggan maupun calon pelanggan untuk datang.	
--	--	--

3. Infrastructure

Tabel 5. Strategi Usulan *Infrastructure*

NO	Strategi Usulan	Analisis	Blok
1	Meningkatkan metode pada kasir dari manual menjadi digital	Metode yang dilakukan di kasir Kedai Hot Plate Bang Jack masih manual yang berpotensi terjadinya penumpukan antrian pelanggan yang ingin <i>order</i> menu makanan maupun minuman. Apabila hal tersebut tidak ditingkatkan dan diantisipasi, maka hal tersebut dapat menjadi ancaman bagi Kedai Hot Plate Bang Jack yang mengakibatkan pelanggan pergi karena tidak nyaman dengan antrian yang lama.	<i>Key Activities</i>

E. Value Proposition Canvas

Membuat *value proposition canvas* dibutuhkan *value map* yang terdiri dari *pain reliever*, *gain creator*, *product and service* yang akan memberikan gambaran mengenai *value proposition* dari model bisnis Kedai Hot Plate Bang Jack secara terperinci yang dihubungkan dengan *customer profile*.

1. Pain Reliever

- Menambahkan menu baru
- Mendaftarkan Kedai Hot plate Bang Jack ke platform digital
- Mempersiapkan olahan setengah jadi sebelum jadwal Kedai Hot Plate Bang Jack buka

2. Gain Creator

- Menambahkan pilihan menu *bundling*
- Membuat media penyampaian saran dan kritik untuk karyawan dan sajian menu

3. Product and Service

Kedai Hot Plate Bang Jack menawarkan kepada pelanggan yaitu makanan dan minuman dengan cita rasa yang berkualitas dan penyajian yang unik. Tidak

4. Customer Interface

Tabel 6. Strategi Usulan *Customer Interface*

NO	Strategi Usulan	Analisis	Blok
1	Memaksimalkan <i>online marketing</i>	<i>Online marketing</i> saat ini sudah menjadi salah satu langkah utama pelaku bisnis memperkenalkan usaha produk maupun jasa yang ditawarkan. Hal tersebut dapat menjadi ancaman apabila Kedai Hot Plate Bang Jack masih tidak memaksimalkannya.	<i>Key Activities</i>
2	Melakukan interaksi sosial media	Kedai Hot Plate Bang Jack sudah memiliki sosial media yaitu Instagram, akan tetapi	<i>Customer Relationship</i>

2	Menambahkan CCTV pada lokasi Kedai Hot Plate Bang Jack	Berdasarkan data ancaman <i>infrastructure</i> pihak internal yang tidak mengikuti perkembangan era digital. Menambahkan CCTV pada lokasi Kedai Hot Plate Bang Jack menjadi salah satu bentuk internal bisnis mengikuti perkembangan era digital, yang mana CCTV tersebut dapat berguna bagi internal maupun pelanggan Kedai Hot Plate Bang Jack agar merasa aman di lokasi tersebut	<i>Key Resource</i>
---	--	--	---------------------

hanya itu, Kedai Hot Plate Bang Jack juga memiliki lokasi yang cukup strategis dengan tempat yang cukup luas dan nyaman.

- [5] A. Osterwalder dan Y. Pigneur, *Business Model Generation*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2012.
- [6] F. Rangkuti, *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2006.
- [7] S. Assauri, *Strategic Management: sustainable competitive advantages edisi 2*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- [8] P. Kotler dan K. L. Keller, *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Indeks, 2009.
- [9] P. Kotler, *Marketing Management*, Edinburg: Agency Ltd, Saffron , 2016.
- [10] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda dan A. Smith, *Value Proposition Design*, Trish Papadacos, 2014.

