

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS* *MODEL CANVAS* PADA CV GANTENG REVOLUTION

Lukluk Mukhoyaroh ¹, Y. Anton Nugroho ²

¹Program Studi Teknik Industri, Fakultas Sains & Teknologi
Universitas Teknologi Yogyakarta

ABSTRAK

CV Ganteng Revolution merupakan industri rumahan yang bergerak dibidang pengolahan pangan. Salah satu produk yang dipasarkan adalah produk Semoet Ganteng. Semoet ganteng merupakan produk gula semut yang berkualitas dengan kemurnian 99%. Namun pada proses pemasarannya belum optimal. Untuk itu perusahaan perlu melakukan perumusan strategi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan produk Semoet Ganteng. *Business model canvas* merupakan gambaran 9 elemen yang dapat menilai, dan mengubah model bisnis dalam bentuk 1 lembar kanvas atau kertas. Penelitian ini bertujuan untuk merancang strategis baru berdasarkan pendekatan *business model canvas*. Dari 9 elemen ini yang saling berhubungan yaitu *customer segmen*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue stream*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*. Hasil penelitian ini menunjukkan penerapan strategi baru yang perlu ditambahkan pada beberapa elemen yaitu, *channels* dilakukan dengan pembuatan website dan memanfaatkan media sosial untuk promosi, promosi ini dilakukan di akun Instagram @ganteng_organicofficial dengan pengikut sebanyak 1670 orang, kanal Youtube dengan 245 subscriber, pengikut Facebook sebanyak 70 orang, 764 orang yang melihat produk Semoet Ganteng pada akun Tokopedia, Shopee dengan pengikut 11 orang. Pada elemen *customer relationship* ditambah dengan pemberian *voucher* kepada pembeli, pembelian *voucher* ini senilai 50.000 diberlakukan untuk pembelian 10 karton, *cost structure* perlu ditambahkan biaya untuk membiayai pemasaran seperti biaya *endorsement* dan periklanan dimedia sosial.

Kata Kunci : Gula Semut, UMKM, Strategi Pemasaran, *Business Model Canvas*

BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY WITH BUSINESS MODEL CANVAS

APPROACH ON CV GANTENG REVOLUTION

Lukluk Mukhoyaroh¹, Y. Anton Nugroho²

¹, *Industrial Engineering Study Program, Faculty of Science & Technology
University of Technology Yogyakarta*

ABSTRACT

CV Ganteng Revolution is a home industry engaged in food processing. One of the products marketed is the Semoet Ganteng product. Semoet handsome is a quality ant sugar product with 99% purity. However, the marketing process is not optimal. For this reason, companies need to formulate strategies to increase public awareness of Semoet Ganteng products. The business model canvas is a description of 9 elements that can assess and change the business model in the form of 1 canvas or paper. This study aims to design a new strategy based on a business model canvas approach from 9 interrelated elements, namely customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. The results of this study indicate the application of new strategies that need to be added to several elements, namely channels, which are carried out by creating websites and utilizing social media for promotion. This promotion was carried out on the Instagram account @ganteng_organicofficial with 1670 followers, a Youtube channel with 245 subscribers, 70 Facebook followers, 764 people who saw Semoet Ganteng products on the Tokopedia account, and Shopee with 11 followers. In the customer relationship element, plus the giving of vouchers to buyers, the purchase of this voucher worth 50,000 is applied to the purchase of 10 cartons, the cost structure needs to be added to costs to finance marketing such as endorsement fees and advertising on social media.

Keywords: *Ant Sugar, UMKM, Marketing Strategy, Business Model Canvas*