



## Penerapan Business Model Canvas pada UMKM Tahu Tempe Mandiri Jaya di Kelurahan Girian Bawah Kecamatan Girian Kota Bitung

### *Application of Business Model Canvas in the Mandiri Jaya Tofu and Tempe MSME in Girian Bawah Village, Girian District, Bitung City*

**Haurani Kammila<sup>1</sup>, Barce Andries Feriano Wariki<sup>1\*</sup>, Melsje Yellie Memah<sup>1</sup>**

<sup>1)</sup> Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia

\* Korespondensi: barcewariki@unsrat.ac.id

#### **Kata kunci:**

Business Model;  
Canvas; UMKM; Tahu;  
Tempe

#### **Keywords:**

*Business Model;*  
*Canvas; MSMEs; Tofu;*  
*Tempe*

#### **Submit:**

19 Januari 2026

#### **Diterima:**

19 Mei 2026

#### **ABSTRAK**

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam mendukung perekonomian masyarakat, khususnya pada sektor industri pangan. Salah satu usaha yang berkembang adalah industri tahu dan tempe Mandiri Jaya yang berada di Kelurahan Girian Bawah, Kecamatan Girian, Kota Bitung. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis pada industri tersebut menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan berdasarkan sembilan elemen BMC yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmen pelanggan utama terdiri dari ibu rumah tangga, pedagang pasar, warung makan, serta penjual gorengan. Nilai utama yang ditawarkan adalah produk tahu dan tempe yang segar, berkualitas, berukuran lebih besar, serta memiliki harga yang terjangkau. Saluran distribusi dilakukan melalui penjualan langsung, pasar tradisional, dan distributor tetap. Hubungan dengan pelanggan dibangun secara personal melalui komunikasi yang baik dan pelayanan yang ramah. Penerapan Business Model Canvas membantu pemilik usaha memahami struktur bisnis yang dijalankan serta mengidentifikasi peluang pengembangan usaha agar lebih kompetitif di pasar.

#### **ABSTRACT**

*Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play an important role in supporting the community's economy, especially in the food industry sector. One of the growing businesses is the Mandiri Jaya tofu and tempe industry located in Girian Bawah Village, Girian District, Bitung City. This study aims to identify the business model of the industry using the Business Model Canvas (BMC) approach. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The analysis is based on nine BMC elements: customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. The results show that the main customer segments include housewives, market traders, food stalls, and fried food vendors. The main value proposition offered is fresh, high-quality tofu and tempe products with larger sizes and affordable prices. Distribution channels are carried out through direct sales, traditional markets, and regular distributors. Customer relationships are maintained through personal communication and good service. The application of the Business Model Canvas helps business owners understand their business structure and identify opportunities for business development to remain competitive in the market.*

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Pabrik merupakan salah satu bentuk industri rumah tangga yang memiliki potensi besar dalam menunjang ketahanan pangan dan ekonomi masyarakat lokal. Tahu dan tempe sebagai produk olahan dari kedelai banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia karena harganya yang terjangkau dan kandungan gizinya yang tinggi. Namun, meskipun permintaan pasar terhadap tahu tempe relatif stabil, tidak semua industri mampu berkembang secara optimal.

Sebagian besar pabrik ini dioperasikan secara tradisional, dengan sistem manajemen yang belum terstruktur. Minimnya inovasi, kurangnya analisis pasar, serta belum adanya strategi bisnis yang terencana menjadi hambatan utama dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha. Akibatnya, banyak pelaku usaha ini yang kesulitan bersaing, terutama ketika menghadapi tantangan pasar yang lebih kompetitif atau saat terjadi kenaikan bahan baku seperti kedelai.

Salah satu metode yang relevan adalah *Business Model Canvas* (BMC). BMC menawarkan kerangka kerja terstruktur melalui sembilan blok bangunan utama. Sembilan elemen tersebut mencakup: *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationships*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnerships*, dan *Cost Structure* yang mencerminkan logika bagaimana organisasi menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010).

*Business Model Canvas* sebagai salah satu penawaran alat strategis bisnis modern yang dapat digunakan pelaku usaha untuk menghadapi permasalahan dalam bisnis. *Business Model Canvas* sebagai salah satu penawaran alat strategis bisnis modern yang dapat digunakan pelaku usaha untuk menghadapi permasalahan dalam bisnis. *Business Model Canvas* digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar dari pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Penggunaan *Business Model Canvas* atau biasa disebut (BMC) dapat membantu perusahaan untuk memahami aspek bisnis yang sedang berjalan, apa mungkin sistem pada perusahaan tersebut perlu diubah atau ditambahkan.

### Tujuan Penelitian

Mengidentifikasi *Business Model Canvas* (BMC) pada Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya yang ada di Kelurahan Girian Bawah, Kecamatan Girian, Kota Bitung.

### Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti, penelitian ini membantu penulis memahami konsep dan penerapan *Business Model Canvas* secara praktis dalam pengembangan usaha, khususnya di sektor industri pangan seperti pabrik tahu tempe.
2. Bagi Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya, penelitian ini diharapkan dapat membantu usaha tersebut dalam memahami secara sistematis bagaimana bisnis mereka berjalan melalui pemetaan *Business Model Canvas*.
3. Bagi Masyarakat, agar masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai usaha industri tahu dan tempe tersebut.

## METODOLOGI PENELITIAN

### Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari bulan September 2025 hingga November 2025, bertempat di UMKM Tahu dan Tempe Mandiri Jaya yang terletak di Kelurahan Girian Bawah, Kecamatan Girian, Kota Bitung.

### Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara yang bisa dilakukan secara langsung (tatap muka), melalui telepon, atau media daring, tergantung pada kebutuhan dan konteksnya.
2. Observasi yaitu dengan berkunjung langsung ke Industri Tahu dan Tempe Mandiri Jaya.
3. Dokumentasi yaitu metode pengumpulan data dengan melihat dokumen tertulis, foto, atau benda-benda lain yang dapat memberikan informasi yang relevan terhadap masalah penelitian.

### Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan secara non-acak (*Purposive Sampling*) teknik pengambilan sampel dalam penelitian di mana peneliti memilih subjek (individu, kasus, atau peristiwa) secara sengaja berdasarkan kriteria atau karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

### Konsep Pengukuran Variabel

1. *Customer Segments* (Segmentasi Pasar)
  - a. Usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan dan tinggal dimana mereka
  - b. Pelanggan utama, individu dan pedagang
  - c. Segmen pelanggan yang paling menguntungkan
  - d. Jenis produk yang sering dibeli.
2. *Value Propositions* (Proporsi Nilai yang ditawarkan)  
Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk membentuk nilai tambah (*value*), seperti:
  - a. Kualitas produk, rasa ; tekstur ; kebersihan
  - b. Keterjangkauan harga.
  - c. Ketersediaan produk yang mudah diperoleh.
  - d. Produk yang lebih besar dan lebih murah.
3. *Channels* (Saluran)  
Saluran distribusi dan pemasaran produk secara *offline*, melalui penjualan secara langsung lewat toko atau pengecer.
4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)  
Identifikasi strategi cara membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan, melalui layanan pelanggan yang responsif atau loyalitas, ramah, atau pemberian diskon atau lainnya.
5. *Revenue Stream* (Aliran Pendapatan)  
Mengidentifikasi bagaimana bisnis akan menghasilkan pendapatan, baik melalui penjualan langsung, langganan atau model lainnya.
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)  
Mencakup sumber daya yang diperlukan untuk menghasilkan bisnis sebagai berikut:
  - a. Sumber daya fisik, berupa toko, peralatan fisik, dan lain-lain.
  - b. Sumber daya manusia, berupa tenaga kerja/karyawan yang membantu dalam keberlangsungan usaha tersebut.
  - c. Sumber daya finansial, berupa ketersediaan uang tunai, ketersediaan dana melalui modal sendiri atau lainnya.
  - d. Sumber daya teknologi, seperti peralatan yang mendukung dan memperlancar dalam operasional usaha.
7. *Key Activities* (Kegiatan Utama)  
Meliputi kegiatan kunci yang diperlukan untuk menghasilkan, memasarkan dan mendistribusikan tahu dan tempe tersebut, seperti melakukan riset dan pengembangan produk, produksi, dan layanan pelanggan.
8. *Key Partnership* (Kemitraan)  
Meliputi pihak-pihak yang bekerja-sama yang dapat meningkatkan nilai tambah seperti mitra bahan baku, mitra distribusi atau mitra pemasaran.

### 9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Mencakup struktur biaya, termasuk biaya produksi, biaya distribusi, biaya pemasaran dan biaya lainnya.

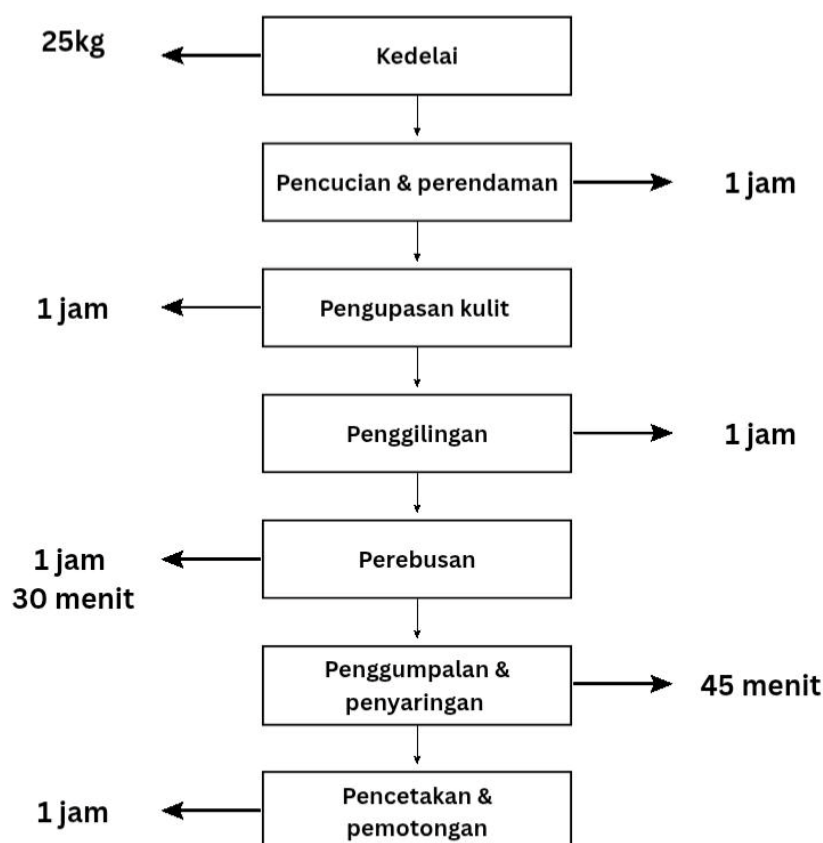
#### Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* menjelaskan dasar-dasar menciptakan, menyampaikan mengevaluasi bisnis. Hasil dari proses wawancara dan observasi langsung akan dilakukan tabulasi dengan sembilan komponen yang ada di *Business model canvas*.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

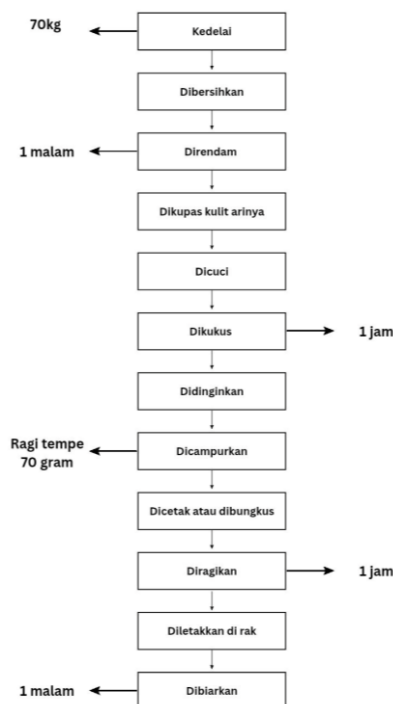
#### Gambaran Umum Daerah Penelitian

Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya merupakan usaha yang berlokasi di Jl. Dumais, Kecamatan Girian, Kelurahan Girian Bawah, Kota Bitung, Provinsi Sulawesi Utara. Pabrik Mandiri Jaya ini merupakan salah satu Industri yang berada di Kota Bitung. Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya merupakan salah satu industri yang berada di Kota Bitung. Usaha ini dibangun oleh ibu Ulfa sejak tahun 2021.



Gambar 1. Diagram Alir Proses Pembuatan Tahu

Adapun tahapan produksi tempe pada Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya, maka disajikan bagan alur proses produksi dari hulu hingga hilir pada Gambar berikut.



Gambar 2. Diagram Alir Proses Pembuatan Tempe

### Identifikasi Komponen-Komponen pada Industri Mandiri Jaya

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi langsung ke tempat penelitian, berikut ini merupakan komponen-komponen bisnis yang sedang dijalankan dan dituangkan dalam 9 elemen *Business Model Canvas*:

Tabel 1. *Customer Segments* (Segmentasi Pasar)

Jenis Segmentasi	Kriteria	Deskripsi
Demografis	Usia	Semua kelompok usia
	Jenis Kelamin	Laki-laki dan perempuan
	Pekerjaan	Ibu rumah tangga, pedagang pasar, penjual gorengan, pemilik warung makan
Geografis	Tingkat Pendapatan	Menengah ke bawah hingga menengah
	Wilayah	Kota Bitung
	Lokasi Utama	Kelurahan Girian Bawah dan Kecamatan Girian
	Area distribusi	Pasar tradisional, warung makan, pedagang gorengan
Psikografis	Gaya hidup	Sederhana dan ekonomis
	Preferensi	Menyukai produk lokal bercita rasa tradisional
Perilaku	Orientasi Nilai	Mengutamakan harga terjangkau
	Tujuan pembelian	Konsumsi pribadi dan untuk dijual kembali
	Pola pembelian	Harian dan mingguan

Sumber: Data primer (wawancara dan observasi), diolah peneliti, 2026; Kotler & Keller (2012); Osterwalder & Pigneur (2010).

**Business Model Canvas Pada Industri Mandiri Jaya**

Berdasarkan hasil identifikasi yang sudah dilakukan, maka diperoleh *Business Model Canvas* pada Industri Mandiri Jaya sebagai berikut:

Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
-Supplier bahan baku kedelai merupakan importir dari distributor di Manado  -Tepung, ragi, plastik, dan cuka dari toko lokal, pasar, dan supermarket di sekitar Kota Bitung	-Pembelian dan penyediaan bahan baku  -Persiapan dan pengolahan termasuk proses perendaman, penggilingan, dan pemotongan produk industri tahu tempe Mandiri Jaya.  -Pengemasan dan pemasaran produk yang diantarkan langsung oleh salah satu karyawan dengan pick-up	-Produk segar diproduksi setiap hari, sehingga kualitas rasa lebih baik  -Harga terjangkau  -Ukuran tahu/tempe lebih besar dan lebih lembut serta dijual dengan harga murah  -Ketersediaan pasokan stabil sehingga pelanggan tidak khawatir kehabisan.	-Layanan personal dan ramah  -Respon cepat melalui WhatsApp untuk pemesanan  -Ketepatan waktu pengantaran dan ketersediaan stok yang terjamin  -Memberikan keringanan jika 11 dari distributor tersebut belum menyetor uang hasil penjualan	-11 Distributor utama yang bekerja sama dengan industri tahu tempe mandiri jaya  -Ibu rumah tangga yang membeli secara rutin dalam jumlah kecil  -Penjual gorengan, pedagang eceran di pasar, warung makan  -Penduduk sekitar dari rumah ke rumah atau penjualan dari pabrik langsung
	<b>Key Resources</b>		<b>Channels</b>	
	-Bangunan produksi milik sendiri  -Peralatan produksi dan bahan baku  -Tenaga kerja berpengalaman  -Kendaraan distribusi		-Menerima layanan pemesanan melalui aplikasi WhatsApp  -Promosi atau penjualan langsung dari pabrik  -11 distributor tetap  -Pemesanan dari warung-warung lokal	
<b>Cost Structure</b>		<b>Revenue Streams</b>		
-Biaya variabel: ragi, cuka, tepung, plastik, Rp. 500.000 per minggu. (Rp. 2.000.000/bulan) -Bahan operasional seperti bensin, kayu bakar atau tempurung mencapai Rp. 600.000 per minggu. (Rp. 2.400.000/bulan) -Bahan baku kedelai 30 karung per minggu Rp. 15.000.000 (Rp. 60.000.000/bulan) -Biaya tetap: Gaji 3 orang karyawan Rp. 1.500.000 per minggu (Rp. 6.000.000/bulan) -Biaya listrik Rp. 75.000 per minggu (Rp. 300.000/bulan) -Maka diperoleh biaya produksi sekitar: Rp. 70.700.000/bulan		-Penjualan produk tahu Rp. 3.480.000 per hari -Penjualan produk tempe Rp. 2.400.000 per hari  -Maka diperoleh Rp. 5.880.000 per hari -Rp. 5.880.000 x 7 hari = Rp. 41.160.000 -Rp. 41.160.000 x 4 minggu = Rp. 164.640.000  -Maka penghasilan setiap bulannya adalah Rp.164.640.000 per bulan, dikurangi dengan biaya produksi Rp.71.600.000 = Rp. 93.940.000 per bulan.		

Gambar 3. *Business Model Canvas* pada Industri Mandiri Jaya

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

*Business Model Canvas* pada Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya, dapat disimpulkan bahwa industri ini memiliki model bisnis yang berjalan cukup baik dengan segmen pelanggan yang luas, proposisi nilai berupa produk yang segar, berkualitas, harga terjangkau, serta ketersediaan yang stabil, didukung oleh saluran distribusi offline yang efektif melalui pasar tradisional dan pelanggan tetap. Hubungan pelanggan dibangun secara personal dan konsisten, sementara pendapatan harian berasal dari penjualan tahu dan tempe dengan kapasitas produksi yang stabil. Sumber daya utama mencakup bangunan produksi, tenaga kerja, peralatan, kendaraan distribusi, serta pasokan kedelai impor yang mendukung operasi harian, dengan aktivitas utama berupa proses produksi hingga distribusi. Struktur biaya terdiri dari biaya variabel dan biaya tetap yang dikelola secara mandiri. Secara keseluruhan, Industri Mandiri Jaya memiliki fondasi bisnis yang kuat dan berpotensi berkembang lebih besar melalui inovasi pemasaran, penguatan kemitraan, dan efisiensi biaya.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kondisi operasional Industri Tahu Tempe Mandiri Jaya, disarankan agar usaha ini mulai memperluas strategi pemasarannya melalui pemanfaatan media sosial seperti *WhatsApp Business*, *Instagram*, atau *Facebook* untuk menjangkau konsumen baru dan meningkatkan visibilitas produk. Industri juga perlu melakukan inovasi produk, misalnya menambah variasi ukuran atau jenis tahu dan tempe, memperbaiki kemasan, atau mengembangkan produk turunan untuk menarik minat pasar yang lebih luas. Dari sisi operasional, efisiensi biaya dapat ditingkatkan melalui pengaturan ulang jadwal distribusi, pencatatan keuangan yang lebih rapi, serta negosiasi harga bahan baku dengan pemasok untuk mengurangi beban pengeluaran. Kemitraan strategis juga perlu diperluas dengan warung makan, UMKM kuliner, dan toko lokal agar jaringan distribusi semakin kuat. Secara keseluruhan, langkah-langkah ini akan membantu Mandiri Jaya meningkatkan daya saing, menjaga stabilitas usaha, dan memperluas peluang pengembangan di masa mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Caswito, A., Sulastri, Octavia, L. N., Napitupulu, T. M., & Al-Mahdi, M. H. B. 2024 *Journal Minfo Polgan* 13(1): 14.
- David, F. R. 2011. *Strategic Management: Concepts and Cases (13th ed.)*. Pearson Education. (Terjemahan)
- Fatimah, S., & Ramadhan, R., 2019. Analisis model bisnis industri tahu menggunakan pendekatan BMC. *Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian*, 12(1), 44–52.
- Hamdani, Z., & Susilawati, S. 2021. Pengembangan usaha kecil melalui inovasi model bisnis. *Jurnal Manajemen Kewirausahaan*, 6(2), 75–84.
- Kementerian Perindustrian Republik Indonesia. 2022. *Rencana Strategis Kementerian Perindustrian 2020–2024*. Jakarta: Kemenperin.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson Prentice Hall. (Terjemahan)
- Magretta, J. 2002. Why business models matter. *Harvard Business Review*, 80(5): 86–92.

- Mahdi, A. F. & Baga, L. M. 2018. Business model canvas Perusahaan Pengolah Rumput Laut. *Forum Agribisnis*, 8(1): 1–16.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: John Wiley & Sons. (Terjemahan)
- Pertiwi, I. S., & Wulandari, D. 2020. Strategi Pengembangan Usaha Tahu Menggunakan Analisis SWOT dan QSPM. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 18(2): 112–121.
- Rahmawati, D., & Hidayat, A. 2022. Penerapan Business model canvas dalam Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1): 45–55.
- Rangkuti, F. (2016). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, D., & Suryani, N. 2021. Analisis Model Bisnis Produk Olahan Kedelai di Indonesia. *Jurnal Agribisnis Indonesia*, 9(1): 25–33.
- Sultoni, F. 2023. Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Industri Tahu [Tesis]. Fakultas Teknologi Industri, Universitas Islam Indonesia.
- Suryani, T., & Cahyono, A. 2018. Analisis model bisnis UMKM pangan dengan pendekatan BMC. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1): 55–64.
- Tambunan, T. 2019. *UMKM di Indonesia: Perkembangan, Kendala, dan Tantangan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Teece, D. J. 2010. *Business Models, Business Strategy and Innovation*. Long Range Planning, 43(2–3): 172–194.
- Tjiptono, F. 2019. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Walean, J., Pangemanan, P., & Lolowang, T. 2023. Strategi Pengembangan Usaha Melalui Business model canvas (Studi Kasus “JW Roti” di Desa Totolan Kecamatan Kakas Barat Kabupaten Minahasa). *Jurnal Agri-SosioEkonomi*, 19(1): 387-394
- Widodo, T., & Susanto, M. 2020. Strategi peningkatan daya saing UMKM pangan lokal melalui Business model canvas. *Jurnal Agroindustri Indonesia*, 8(2), 120–130.
- Yunus, M., Moingeon, B., & Lehmann-Ortega, L. 2010. *Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience*. Long Range Planning, 43(2–3): 308–325.