

## **Bisnis Model Canvas Pada UMKM Maureen Pisang Molen Premium Di Kota Manado**

***Business Model Canvas In UMKM  
Maureen Premium Banana Molen In Manado City***

**Naftalia Putri Koba<sup>(\*)</sup>, Melissa Lady Gisela Tarore, Esry Olly Haryani Laoh**

Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado

\*Penulis untuk korespondensi: naftaliakoba2410@gmail.com

---

Naskah diterima melalui e-mail jurnal ilmiah agrisosioekonomi@unsrat.ac.id  
Disetujui diterbitkan

: Jumat, 7 Februari 2025  
: Sabtu, 31 Mei 2025

---

### **ABSTRACT**

*This study aims to identify the canvas business model at UMKM Maureen Pisang Molen Premium. The data used in this study are primary and secondary data. Primary data is data obtained from the research site through the business owner. While secondary data is obtained through the internet in the form of journals, books and other sources related to the study. The sampling method is carried out by taking it intentionally (accidental sampling) taken from sellers and buyers who meet with researchers. The results of the study indicate that the Business Model Canvas at UMKM Maureen Pisang Molen is quite structured where business people pay attention to important things included in the canvas business model, in this case starting from key partnerships, business people pay attention to suppliers of raw materials because this is an important thing in running a business because business people already have suppliers of raw materials and then another thing that is no less important is that producers continue to strive to make the product better known by many people by continuing to partner with various parties who can support, namely by continuing to participate in existing events..*

*Keywords:* business model canvas; UMKM; premium banana molen

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi model bisnis canvas pada UMKM Maureen Pisang Molen Premium. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Data primer yaitu diperoleh data dari tempat penelitian melalui pemilik usaha. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui internet berupa jurnal, buku serta sumber lain yang berkaitan dengan penelitian. Metode pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan secara sengaja (*accidental sampling*) diambil dari penjual dan pembeli yang bertemu dengan peneliti. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* pada UMKM Maureen Pisang Molen sudah cukup terstruktur dimana pebisnis memperhatikan hal-hal penting yang termasuk dalam bisnis model canvas, dalam hal ini mulai dari key partnership pebisnis memperhatikan untuk pemasok bahan baku karena hal tersebut merupakan satu hal yang penting dalam menjalankan usaha karena pebisnis sudah mempunyai pemasok bahan baku dan kemudian hal lain yang tidak kalah penting juga yaitu produsen tetap terus mengupayakan agar produk tersebut lebih dikenal oleh banyak orang dengan tetap bermitra dengan berbagai pihak-pihak yang bisa mendukung yaitu bisa dengan terus mengikuti event-event yang ada.

Kata kunci : bisnis model canvas; UMKM; pisang molen premium

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Usaha Mikro Menengah Kecil (UMKM) merupakan salah satu sektor usaha yang memiliki peran yang sangat penting bagi perekonomian Indonesia. Usaha mikro dan kecil merupakan agen perubahan yang mampu memajukan masyarakat dan membawa inovasi dengan perubahan secara *continue*, sehingga berdampak pada meningkatnya kreativitas para pelaku usaha (Dhewanto *et al.*, 2015). Menurut Lestari (2013) terdapat beberapa kelemahan UMKM di Indonesia seperti bidang manajemen, organisasi, teknologi, permodalan, operasional dan teknis di lapangan, terbatasnya akses ke pasar, kendala perizinan, serta biaya-biaya non-teknis di lapangan yang sulit dihindarkan.

Beberapa UMKM tidak memiliki alat yang strategis untuk dapat mengembangkan bisnis atau pasar mereka. Disamping persaingan pada industri juga ketat, maka para wirausaha harus tanggap seberapa besar atau kecil pasar, kapan produk itu dibutuhkan dan bagaimana cara mengirimkan produk tersebut. Semua masalah ini menyebabkan terisolasi dari tren dan kondisi pasar, dengan demikian cenderung operasi (Venkatesh & Kumari, 2015).

*Business Model Canvas* sebagai salah satu penawaran alat strategis bisnis modern yang dapat digunakan pelaku usaha untuk menghadapi permasalahan dalam bisnis. Bisnis Model Canvas digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar dari pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Penggunaan Bisnis 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. Bisnis Model Canvas (BMC) adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2010). Model Canvas mampu menggambarkan secara visual komponen-komponen penting dari suatu bisnis secara rinci dan saling terkait satu sama lain.

Proses BMC ini dapat diaplikasikan pada perusahaan sebagai identifikasi dan evaluasi untuk menjabarkan dan mengelompokkan proses bisnis yang sedang berjalan di perusahaan.

Dengan demikian, pemilik usaha mampu mengevaluasi tentang adanya kesalahan konsep dan melakukan perbaikan dalam proses menjalankan usahanya. Dengan demikian, perlunya merancang model bisnis yang fleksibel yang memungkinkan perusahaan untuk merancang ulang secara efisien bentuk pilihan strategis yang menjabarkan logika bisnis sesuai dengan harapan pasar (Trimi & Berbegal Mirabent, 2012).

Usaha Maureen Pisang Molen Premium merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Manado. Usaha ini berdiri sejak tahun 2020, usaha yang beralamat di Jl. Krida ini telah memiliki banyak macam jenis jualan, mulai dari Pisang Molen, Pisang Goreng Madu, Klapertart, Es Teller, Puding, Hokaido *Cheese Tart* dan *Cake Marmer*, namun yang menjadi produk unggulan dan hampir setiap hari diproduksi yaitu Pisang Molen. Dalam mengelola usaha tersebut tentunya diperlukan perencanaan agar supaya usaha tersebut dapat tetap berjalan dengan baik.

Pertumbuhan ekonomi membuka peluang bagi pelaku bisnis dan menyebabkan persaingan semakin ketat. Persaingan tersebut membuat para pelaku bisnis mencari cara terbaik dengan menggunakan berbagai alat untuk dapat merumuskan strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnisnya. Seperti halnya pada UMKM Maureen sendiri, dalam pengelolaan masih kurangnya pemahaman tentang model bisnis yang efektif serta pengelolaan sumber daya yang belum optimal, sehingga perlu alat strategis yang tepat yang menunjang pemilik usaha dalam memvisualisasikan aspek penting dari bisnis tersebut.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana Model Bisnis Canvas pada UMKM Maureen Pisang Molen Premium.

### Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian untuk mengidentifikasi model bisnis canvas pada UMKM Maureen Pisang Molen Premium.

### Manfaat Penelitian

1. Bagi Usaha Maureen Pisang Molen Premium diharapkan dapat menjadi masukan dalam menggunakan Bisnis Model Canvas pada usaha tersebut agar dapat menunjang dan

- mengoptimalkan perkembangan bisnis tersebut.
2. Bagi Masyarakat diharapkan dapat menambah pengetahuan, informasi kepada masyarakat mengenai usaha tersebut.

## METODE PENELITIAN

### Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan bulan Mei-November 2024. Tempat penelitian pada Usaha Maureen Pisang Molen Premium yang terletak di Jl. Krida, Kecamatan Malalayang, Kota Manado, Sulawesi Utara.

### Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data menggunakan data primer dan sekunder. Data primer yaitu diperoleh dari tempat penelitian melalui pemilik usaha. Sedangkan data sekunder diperoleh melalui internet berupa jurnal, buku serta sumber lain yang berkaitan dengan penelitian.

### Metode Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (*accidental sampling*) diambil dari penjual dan pembeli yang bertemu dengan peneliti.

### Konsep Pengukuran Variabel

1. *Costumer Segments* (Segmentasi Pasar)
- Pengenalan tentang pelanggan dapat dilakukan dengan menetapkan:
- Apa pekerjaan mereka; usia; jenis kelamin; tinggal dimana mereka?
  - Bagaimana mereka berbelanja? Berapa daya beli (jumlah)?
  - Bagaimana mereka melakukan pembayaran?
  - Apa yang menjadi motivasi atau pertimbangan seperti apa yang diutamakan sebelum berbelanja?
  - Apa dan siapa yang mempengaruhi mereka?
  - Sosial media yang mereka gunakan apa?
2. *Value Propositions* (Proporsi Nilai Yang Ditawarkan)
- Produk Kebaruan (*Newness*)
  - Kinerja (*Performance*)
  - Kustomisasi / Desain

- Harga
  - Akses
3. *Channels* (Saluran)
- Saluran distribusi dan pemasaran produk (*online* dan *offline*), apakah melalui penjualan secara langsung lewat toko, pengecer atau menggunakan pengiriman secara *online*.
4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)
- Identifikasi strategi cara membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan, misalnya 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:
- Sumber Daya Fisik
  - Sumber Daya Intelektual
  - Sumber Daya Manusia
  - Sumber Daya Finansial
  - Sumber Daya Teknologi
7. *Key Activities* (Kegiatan Utama)
- Meliputi kegiatan kunci yang perlukan untuk menghasilkan, memasarkan dan mendistribusikan pisang molen 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 Analisa 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

### Deskripsi Umum Usaha Maureen Pisang Molen

Maureen Pisang Molen merupakan usaha yang berlokasi di Jl. Krida 9, Kecamatan Malalayang 1 Timur, Kota Manado, Provinsi Sulawesi Utara. Maureen Pisang Molen merupakan salah satu UMKM yang berada di Kota Manado.

Maureen Pisang Molen merupakan usaha yang dibangun oleh Ibu Maureen Wowor sejak tahun 2020, dengan awal penjualan hanya dari rumah sendiri yang beralamat di Jl. Sea, kemudian terus berkembang sesuai juga dengan permintaan dari konsumen karena jarak yang lumayan jauh oleh sebab itu menjadi bahan pertimbangan juga sehingga terus berkembang sampai akhirnya bisa membuka Toko yang jaraknya yang sudah tidak terlalu jauh. Usaha ini masih aktif beroperasi sampai sekarang dengan pernah memiliki seorang karyawan namun saat ini hanya tinggal Ibu Maureen yang bekerja sendiri, sesuai dengan hasil wawancara yang sudah dilakukan. Maureen Pisang Molen terus berkembang hingga berinovasi dalam berbagai macam produknya, baik mulai dari Pisang Molen, Pisang Goreng Madu, Klapertart, Es Teller, Puding, Hokaido Cheese Tart dan Cake Marmer. Produk pertama dan unggulan dari usaha ini yaitu Pisang Molen, dengan harga jual Rp.55.000/box untuk rasa original dan Rp.75.000/box untuk mix rasa.

### Identifikasi Komponen-Komponen Pada Maureen Pisang Molen Premium

Berdasarkan hasil wawancara melalui kuisioner kepada pemilik usaha, berikut merupakan komponen-komponen bisnis yang sedang dijalankan dan dituangkan dalam 9 elemen Bisnis Model Canvas:

#### 1. Costumer Segments (Segmentasi Pasar)

Berdasarkan wawancara yang telah dilaksanakan maka, pada segmentasi pasar ini berdasarkan pendapatan/ekonomi, pebisnis tidak mempunyai batasan pendapatan karena siapa saja bisa membeli Pisang Molen tersebut, dimana konsumen yang ada mulai dari mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri sipil (PNS) dan lain-lain. Berdasarkan usia, pisang molen ini diperuntukkan untuk kalangan anak-anak sampai

orang dewasa, dengan konsumen berasal dari sekitar atau yang dekat dengan outlet dan yang cukup jauh dari outlet, seperti konsumen yang tinggal di Perumahan Grand Kawanua dan Citraland. Namun pemilik tidak membatasi, karena siapa saja bisa membeli produk tersebut.

#### 2. Value Proposition (Nilai Yang Ditawarkan)

Berdasarkan hasil wawancara adapun *value* atau keunggulan dari produk "Pisang Molen" berikut:

- a. Cita rasa yang enak, dimana dari segi tekstur Pisang Molen kemudian kematangan pisang, serta rasa yang seimbang yaitu manis yang pas, sehingga membuat pelanggan merasa puas terhadap rasa yang ada di Pisang Molen tersebut.
- b. Produk yang dihasilkan terjamin kehigienisannya, yaitu dimana penjual tetap memperhatikan kebersihan selama proses produksi, pengemasan, dengan menggunakan sarung tangan, untuk menjaga kebersihan selama proses produksi Pisang Molen tersebut.
- c. Produk yang dihasilkan terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas, yaitu pemilik membeli bahan-bahan yang bagus, mulai dari pemilihan pisang yang kematangannya pas, ukuran yang besar atau sesuai (tidak kecil) karena apabila memilih pisang yang kecil tentu akan mempengaruhi ukuran dari Pisang Molen tersebut, kemudian pemilihan keju menggunakan keju yang berkualitas seperti keju kraft, kemudian pemilihan coklat yang juga bagus seperti collata.
- d. Pemberian garansi atas produk sebagai jaminan kerusakan produk selama masih dalam hari yang sama pembelian, pada hal ini dimana penjual memberikan ganti rugi seperti pada saat produk tersebut hangus, penjual mengganti dengan produk yang bagus.
- e. Memberikan potongan harga/harga khusus atau promo di waktu tertentu dan pembelian dalam jumlah banyak, dalam hal ini apabila pembeli membeli dalam jumlah yang banyak atau misalnya pembeli membeli 2 box, yang seharusnya dibayar yaitu Rp.110.000, namun penjual memberikan potongan sebesar Rp.10.000. Meskipun kisaran harga yang ditawarkan lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis, namun pemilik dan pembeli merasa bahwa harga tersebut sesuai dengan

bahan-bahan yang digunakan karena berasal dari bahan yang berkualitas sehingga konsumen pun tetap merasa puas akan cita rasa dari pisang molen ini.

### 3. *Channels* (Saluran)

Usaha Maureen Pisang Molen menjangkau pelanggan melalui *offline* dan *online*. Distribusi offline dilakukan dengan cara konsumen datang langsung ke toko yang ada kemudian melakukan pembeli langsung di toko. Sedangkan distribusi secara *online* yaitu pembeli membeli produk melalui penawaran yang pemilik lakukan melalui sosial media berupa Facebook, Whatsapp, Instagram, kemudian pengantaran dilakukan melalui Ojek *Online* berupa Gojek, Grab dan Indrive.

### 4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)

Segmen ini menjelaskan tentang bagaimana hubungan yang terjalin antara pebisnis dengan konsumen. Dalam hal ini pemilik Maureen Pisang Molen menjaga hubungan tersebut dengan konsumennya melalui memberikan pelayanan yang cepat, baik, yaitu dengan secepat mungkin merespon atau membalas pesan yang masuk di akun media sosial mereka, karena jika pebisnis tidak cepat dalam melayani atau merespon saat pembeli ingin membeli maka akan mengakibatkan konsumen tidak jadi membeli atau mencari di toko lainnya. Selain itu, untuk tetap terus menjalin hubungan yang baik, maka pebisnis dengan senang hati menerima keluhan/masukan dari pelanggan sehingga melalui keluhan/masukan tersebut tentu membuat pebisnis memperhatikan serta dapat menjadi bahan pertimbangan dalam mengevaluasi produk dan pelayanan sehingga membuat usaha tersebut semakin berkembang.

Hal lain yang juga diberikan pebisnis dalam menjalin hubungan dengan pelanggan yaitu memberikan pebisnis yaitu memberikan garansi atau ganti rugi apabila produk yang dijual mengalami kerusakan yang tentunya apabila hal tersebut atas kelalaian dari pebisnis dan masih dalam kurun waktu yang sama saat pembelian. Kemudian, hal yang tak kalah penting juga yaitu pebisnis memberikan bonus atau potongan harga pada minimal pembelian apabila konsumen membeli dalam jumlah banyak, sehingga hal tersebut membuat *customer* tetap bertahan.

### 5. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)

Aliran pendapatan yang dimiliki oleh Maureen Pisang Molen ini yaitu pendapatan yang

dihasilkan dari pembelian konsumen terhadap Pisang Molen. Pisang Molen ini dijual dengan harga Rp.55.000/box dengan kisaran produksi sehari 20-30 box/hari sesuai juga dengan kisaran hasil yang didapatkan yaitu Rp.1.500.000/hari, dan Rp.34.000.000/bulan.

### 6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama)

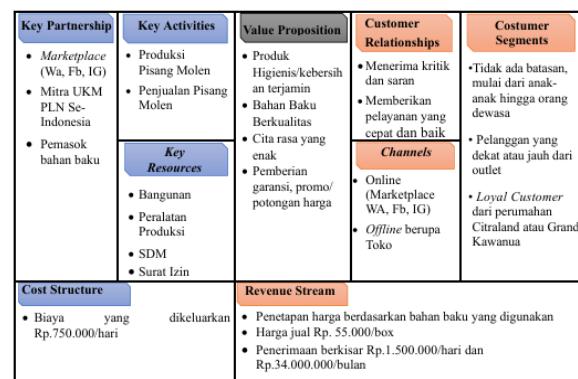
*Key Resources* berhubungan dengan aset penting yang dibutuhkan atau diperlukan agar menunjang dan bisnis tersebut dapat berjalan dengan baik. Sumber daya dari Maureen Pisang Molen ini yaitu:

- a. Sumber Daya Fisik/Teknologi, dimana pada Maureen Pisang Molen ini sudah memiliki sebuah bangunan yang menjadi tempat berjualan, kemudian menggunakan mesin/teknologi dalam menjalankan usaha tersebut, berupa *mixer*, *microwave*, kulkas dan *showcase*, kemudian menggunakan kecanggihan teknologi dalam pemasaran yang menggunakan sosial media untuk menjangkau konsumen dari berbagai wilayah dan pembayaran yang bisa dilakukan melalui via transfer bank.
- b. Sumber Daya Intelektual, dalam hal ini menyangkut izin-izin yang dapat membantu usaha tersebut tetap berjalan. Pada usaha Maureen ini sudah memiliki Surat Izin Usaha berupa P-IRT (Surat Izin Pangan Industri Rumah Tangga, adalah sertifikat izin untuk produk industri rumah tangga, khususnya makanan dan minuman), selanjutnya ada juga surat IMB (Izin Mendirikan Bangunan).
- c. Sumber Daya Manusia, dalam hal ini berupa karyawan/pegawai. Dimana berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan awalnya memiliki 1 orang pekerja, kemudian bertambah menjadi 2 orang, namun sekarang sudah tidak ada karyawan lagi, hanya pemilik usaha tersebut yang bekerja. Adapun hal yang mengakibatkan kenapa untuk sekarang hanya tinggal pemilik yang bekerja sendiri, karena kualitas dari sumber daya manusia atau karyawan yang ada pada waktu lalu kurang baik karena sering lalai dalam proses pemanggangan sehingga mengakibatkan beberapa produk Pisang Molen tersebut hangus namun tetap dikirim oleh karyawan tersebut dan hal itu membuat pembeli komplain terhadap pemilik, selain itu juga sering kali ada yang sudah di depan toko

- untuk membeli namun tidak ada penjaga/karyawan di toko. Sehingga, hal itu tentu menjadi dampak terhadap usaha dari Ibu Maureen, oleh sebab itu Ibu Maureen memilih untuk sekarang bekerja sendiri.
- d. Sumber Daya Finansial, berdasarkan wawancara yang dilakukan maka untuk sumber daya finansial atau terkait dengan biaya, biaya tersebut berasal dari modal sendiri, tidak ada pinjaman/meminjam di bank atau lainnya.
- 7. Key Activities (Kegiatan Utama)**
- Key Activities* pada Maureen Pisang Molen Key Activities merupakan semua aktivitas yang terkait dengan bisnis yang dijalankan. Key Activities pada Maureen Pisang Molen yaitu mulai dari produksi, dimana produksi dilakukan dalam jangka 1 hari dan biasanya langsung terjual habis di hari yang sama, kemudian distribusi melalui penjualan secara langsung melalui toko yang ada dan pemasaran melalui online seperti di Facebook, Whatsapp, Instagram, kemudian pengantaran melalui ojek *online* seperti grab, gojek, ataupun indrive, dengan metode pembayaran bisa *cash* (uang tunai) apabila membeli langsung ataupun bisa di transfer via bank mandiri.
- 8. Key Partnership (Kemitraan)**
- Key Partnership* merupakan bagian dari pihak atau mitra yang bekerja sama dalam usaha tersebut. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, dalam hal ketersediaan bahan baku seperti pisang, pemilik biasanya membeli di pasar kepada beberapa *supplier*/pemasok pisang yang ada. Kemudian untuk bahan-bahan lainnya kering yang dibutuhkan biasanya hanya dibeli di supermarket-supermarket yang ada.
- Selain dalam ketersediaan bahan baku, Maureen Pisang Molen ini juga menjadi bagian dari UKM PLN Se-Indonesia, jadi apabila pihak tersebut mengadakan event atau program-program maka produk dari Maureen Pisang Molen ini turut diikutsertakan sehingga hal tersebut juga membuat produk tersebut lebih dikenal banyak orang dan usaha tersebut terus berkembang. Selain itu juga UKM ini mengadakan pelatihan-pelatihan sehingga apabila UMKM Maureen ini ikut dan aktif selama kegiatan pelatihan maka menjadi nilai tambah juga karena mendapat bonus juga berupa uang.
- 9. Cost Structure (Struktur Biaya)**
- Cost Structure* merupakan struktur biaya yang dibutuhkan usaha tersebut berjalan mulai dari bahan baku, biaya tenaga kerja, biaya sewa tempat, biaya listrik, biaya peralatan serta biaya kemasan.
- a. Biaya produksi merupakan total pengeluaran yang diperlukan untuk menghasilkan Pisang Molen, mulai dari biaya bahan baku, tenaga kerja, peralatan dan biaya lainnya. Untuk biaya produksi biasanya yaitu sekitar Rp.750.000/hari.
- b. Penerimaan adalah jumlah produksi dikali dengan harga jual. Dalam sehari kisaran produk yang dihasilkan adalah 20-30 box dengan harga jual Rp.55.000 maka dalam sehari bisa didapatkan hasil penjualan kira-kira dengan total Rp. 1.500.000. Dengan kisaran penerimaan selama sebulan yaitu berkisar Rp.34.000.000.

### Bisnis Model Canvas Pada UMKM Maureen Pisang Molen Premium

Berdasarkan hasil identifikasi yang sudah dilakukan, maka diperoleh *Business Model Canvas* Pada UMKM Maureen Pisang Molen Premium berikut:



Gambar 1. Bisnis Model Canvas Pada UMKM Maureen Pisang Molen

Gambar 1 menunjukkan kondisi bisnis Pisang Molen yang saat ini sedang dijalankan. *Business Model Canvas* merupakan alat untuk memetakan serta memastikan bahwa semua aspek penting dipertimbangkan dan dioptimalkan untuk mencapai kesuksesan bisnis yang sedang berjalan.

*Value Proposition* yang saat ini yaitu Pisang Molen terbuat dari bahan-bahan yang berkualitas

dengan tentunya penjual menjaga kehigienisan produk dan cita rasa dari produk tersebut.

*Customer Segment*, pebisnis tidak membedakan karena siapa saja bisa membeli produk tersebut, pelanggan kebanyakan berasal dari Perumahan Grand Kawanua dan Citraland.

*Customer Relationship* pada Maureen Pisang Molen, pebisnis menjaga hubungan dengan pelanggan dengan bersedia menerima kritik maupun saran dari konsumen kemudian memberikan pelayanan yang cepat dan baik, serta memberikan potongan harga dan promo-promo pada pembelian jumlah banyak atau di hari-hari tertentu.

*Channels*, yaitu *offline* dan *online*, dimana penjualan secara *offline* melalui toko yang ada, dan *online* menggunakan sosial media dengan pengiriman menggunakan aplikasi ojek *online* berupa grab, gojek, indrive.

*Key Partnership* sendiri, dimana untuk bahan baku sendiri pemilik membeli langsung di pasar ke berbagai penjual pisang, dan bahan-bahan lainnya di supermarket-supermarket yang ada. Namun, dalam menunjang perkembangan bisnis tersebut, Maureen Pisang Molen sendiri merupakan bagian dari UKM PLN Se-Indonesia, dimana saat ada event atau kegiatan-kegiatan tertentu maka Pisang Molen ini turut dihadirkan sehingga hal tersebut bisa membuat Pisang Molen ini lebih dikenal oleh banyak orang.

*Key Activities*, pebisnis memiliki kegiatan utama yaitu di dalamnya memproduksi Pisang Molen dan mendistribusikan melalui penjualan baik secara langsung melalui toko ataupun secara *online* melalui *marketplace* sosial media.

*Key Resources*, untuk sekarang pebisnis belum lagi mempunyai karyawan/pegawai yang bekerja atau membantu pemilik dalam menjalankan usaha tersebut, kemudian memiliki sumber daya fisik/teknologi yaitu bangunan atau toko tempat berjualan, peralatan produksi, dengan memiliki sumber daya intelektual berupa Surat Izin Usaha dan bangunan, kemudian sumber daya finansial sendiri merupakan modal sendiri atau uang pribadi pemilik.

*Cost Structure* terdiri dari biaya bahan baku, biaya sewa tempat, biaya listrik dan air serta biaya tenaga kerja.

*Revenue Stream* rata-rata penghasilan sekali produksi dalam sehari 20-30 box dengan harga jual Rp.55.000/box, maka penghasilan dalam

sehari bisa mencapai Rp.1.500.000, dan Rp.34.000.000/bulan.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Bisnis Model Canvas pada UMKM Maureen Pisang Molen sudah cukup terstruktur dimana pebisnis memperhatikan hal-hal penting yang termasuk dalam bisnis model canvas, dalam hal ini mulai dari *key partnership* pebisnis memperhatikan untuk pemasok bahan baku karena hal tersebut merupakan satu hal yang penting dalam menjalankan usaha karena pebisnis sudah mempunyai pemasok bahan baku dan kemudian hal lain yang tidak kalah penting juga yaitu produsen tetap terus mengupayakan agar produk tersebut lebih dikenal oleh banyak orang dengan tetap bermitra dengan berbagai pihak-pihak yang bisa mendukung yaitu bisa dengan terus mengikuti event-event yang ada.

### Saran

Untuk Pisang Molen Premium kiranya tetap mempertahankan nilai tambah yang ada yaitu dari segi rasa, kualitas dan pelayanan yang ada, dengan tentu bisa memperhatikan kritik atau saran dari konsumen agar usaha tersebut terus berkembang dan lebih baik lagi. Kemudian produsen memperhatikan kekurangan dalam hal ini yaitu dari *key partnership* dan *key resources* dalam hal ini sumber daya, produsen sekiranya menambah karyawan namun tentu memperhatikan juga kualitas dari sumber daya manusia tersebut agar lebih memudahkan dan lebih cepat dalam memproduksi Pisang Molen tersebut, sehingga bisa lebih banyak juga produk yang dihasilkan dan bisa dijangkau oleh lebih banyak orang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dhewanto, W., Indradewa, R., Ulfah, W. N., Rahmawati, S., Yoshanti, G., & Lumanga, C. Z. 2015. *Manajemen Inovasi Untuk Usaha Kecil dan Mikro*. Bandung: Alfabeta.
- Lestari, R. 2013. Perbankan Syariah Sebagai Daya Pendorong Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia. *Journal Sustainable Competitive Advantage (SCA)*, 3(1): 1–11.

Oeswalder, A., & Pigneur, Y. 2010. *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Trimi, S., & Berbegal-Mirabent, J. 2012. Business Model Innovation In Entrepreneurship. *Journal International Entrepreneurship And Management*, 8(4): 449-465.

Venkatesh, J., & Kumari, R. L. 2015. Role Of Marketing Strategies In The Context Of MSME Sector. *International Journal of Research in Finance and Marketing*, 5(8): 1-6.