

**PENDAMPINGAN STRATEGI BISNIS BAGI PELAKU USAHA CATERING DI
 NGLEGOK BLITAR**

Indria Guntarayana^{1*}, Ferida Asih Wiludjeng², Intan Tiara Mita³

¹²³ Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik,
 Universitas Islam Balitar Blitar

*e-mail indriaguntarayana@gmail.com¹

Abstrak: Pengembangan bisnis UMKM memerlukan strategi pemasaran guna mendorong bisnis untuk dapat bertahan dan bersaing dengan usaha lainnya. Salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu dengan pembentukan model bisnis canvas yang sudah populer digunakan oleh banyak perusahaan. Salah satu UMKM yang berkompeten yaitu usaha catering. Metode yang digunakan yaitu metode survei, sedangkan untuk mencatat data primer maupun sekunder menggunakan metode wawancara, observasi, pencatatan data, dan dokumentasi. Hasil kegiatan ini menunjukkan bahwa 9 elemen dalam bisnis Model Canvas yaitu, value proposition (proposisi nilai), customer segments (segmen pelanggan), customer relationship (hubungan pelanggan), channels (saluran), key activities (kegiatan utama), key resources (sumber daya utama), key partners (mitra utama), cost structures (struktur biaya), dan revenue streams (aliran pendapatan) dalam usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar sudah lengkap, tetapi memiliki kelemahan pada yaitu key partnerships yang tidak memiliki partner dari kurir makanan. Saran yang diberikan penulis, selain melakukan inovasi produk, sebaiknya bekerja sama dengan kurir makanan yang dapat membantu dalam proses delivery yang terjamin keamanannya.

Kata Kunci: Pendampingan Strategi Bisnis, Strategi Bisnis, Model Bisnis Canvas

Abstract: MSME business development requires a marketing strategy to encourage the business to survive and compete with other businesses. One strategy that can be used is by establishing a canvas business model which is already popularly used by many companies. One of the competent MSMEs is the catering business. The method used is the survey method, while to record primary and secondary data using interview, observation, data recording and documentation methods. The results of this activity show that there are 9 elements in the canvas business model, namely, value proposition, customer segments, customer relationships, channels, key activities, key resources. main resources), key partners, cost structures and revenue streams in the Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar business are complete, but have a weakness, namely key partnerships which do not have food courier partners. The advice given by the author is that apart from product innovation, it is best to collaborate with food couriers who can assist in a guaranteed safe delivery process.

Keywords: Business Strategy Assistance, Business Strategy, Canvas Business Model

Received	Revised	Published
28 November 2023	10 Januari 2024	15 Januari 2024

Pendahuluan

Dalam suatu bisnis perlu juga adanya suatu strategi agar bisnis tersebut berjalan dengan lancar. Untuk mengembangkan bisnis UMKM, ada banyak strategi yang diperlukan. Salah satunya yaitu strategi bisnis Model Canvas. Bisnis Model Canvas adalah salah satu model rencana bisnis untuk menjelaskan tujuan, modal, hingga upaya dalam mencapai target yang ingin diraih. Strategi ini cukup efektif guna meminimalisir kegagalan karena segala resiko telah dipetakan sejak awal.

Selain itu, perusahaan membutuhkan strategi, pengendalian, dan sistem yang memungkinkan karyawan bekerja lebih baik dan sesuai dengan tujuan perusahaan. Model bisnis Canvas adalah model bisnis yang populer dan berhasil. Model ini didasarkan pada gambaran sebuah ide, sehingga setiap orang dapat memahami dengan cara yang sama sifat konsumen, biaya, operasi perusahaan, dll.

Catering adalah salah satu bisnis UMKM, yang dalam menjalankan usahanya dibutuhkan strategi. Usaha catering ini banyak diperlukan jasanya dikarenakan banyak orang yang ingin membuat acara atau kegiatan secara simpel dan efisien. Dalam pendampingan ini pelaku bisnis mampu memiliki Model strategi bisnis dalam hal penyiapan makanan dan hidangan yang dapat di unggulkan sehubungan dengan bisni catering tersebut.

Metode

Metode kegiatan pendampingan strategi bisnis yang digunakan adalah metode survey dan wawancara dengan pelaku usaha. Menurut Nazir (2010) dalam Fetriani (2001) metode survei adalah Kegiatan Pendampingan yang diadakan untuk memperoleh faktor dari gejala-gejala yang ada dan mencari keterangan secara aktual, Seluruh data yang diperoleh diolah untuk mencapai tujuan dari Kegiatan Pendampingan ini. Analisis data hasil tangkapan dan upaya strategi bisnis meliputi proses bisnis, cara penggunaan media social dan pengiriman barang

Menurut Raharjo (2011) Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek Kegiatan Pendampingan. Metode wawancara ini dilakukan untuk mendapatkan informasi dengan cara bertanya langsung kepada pemilik usaha catering selaku fasilitator untuk memberikan informasi sesuai dengan topic yang telah dibahas. Sasaran dari pelaksanaan metode ini adalah setiap pihak yang dinilai berperan langsung. Sedangkan observasi adalah pengamatan secara langsung terhadap objek yang akan diteiti untuk mengumpulkan data primer yang dibutuhkan.

Hasil Dan Pembahasan

Dalam melaksanakan kegiatan selain memberikan ilmu tentang pemasaran, tetapi juga memberikan arahan untuk kemajuan usaha kepada pemilik catering dalam bentuk model bisnis canvas. Adanya pembentukan model bisnis canvas pada usaha catering dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui di sisi mana titik kelebihan, kekurangan, maupun peluang usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar agar dapat berkompeten dengan usaha lainnya.

Bisnis Model Canvas merupakan teknik yang efektif untuk diterapkan di dalam perusahaan karena dapat membantu memetakan bisnis secara terstruktur. Bisnis model ini digunakan untuk mewujudkan ide-ide agar menjadi hal yang konkret. Menurut Miftahudin (2021) dalam Pratini (2022) *Business Model Canvas* (BMC) terdiri dari 9 Elemen :

1. *Value Proposition*

Value proposition merupakan nilai jual produk/jasa sehingga konsumen memilih bisnis daripada kompetitor. Dalam usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar ini menerapkan value proposition yaitu dengan harga makanan yang tergolong dapat dijangkau Para pelaku usaha catering tetap mengutamakan rasa yang paling utama. Keunggulan pada usaha catering ini terletak pada tumpengnya, karena tumpeng tertata dengan hiasan yang menarik dan rapi, dan hiasan dapat sesuai dengan permintaan konsumen. Jasa katering ini sangat bermanfaat untuk konsumen yang memiliki acara/perayaan yang membutuhkan makanan enak, tampilan yang menarik, dan praktis.



Gambar 1. Produk Unggulan Nasi Tumpeng

2. *Customer Segment*

Value proposition saling berkaitan erat dengan segmentasi konsumen. Target konsumen bisa dibagi menjadi berbagai segmen sesuai kebutuhan, contohnya, berdasarkan usia, gender, hobi maupun tingkat konsumerisme. Dalam bisnis Para pelaku usaha catering di Nglepok Blitar ini customer segmen Para pelaku usaha catering dari semua kalangan, baik anak-anak, remaja bahkan orang tua. Karena kualitas masakan bisa sesuai dengan permintaan konsumen.

3. *Customer Relationship*

Dalam bisnis Para pelaku usaha catering juga sudah menerapkan konsep customer relationship, karena Para pelaku usaha catering memiliki *public speaking* yang bagus sehingga banyak konsumen yang nyaman dengan Para pelaku usaha catering. Selain itu juga untuk membangun customer relationship Para pelaku usaha catering selalu menuruti permintaan pelanggannya. Contohnya apabila target Para pelaku usaha catering adalah anak-anak Para pelaku usaha catering harus mengolah makanan yang tergolong tidak pedas namun menarik untuk dimakan anak-anak. Selain memiliki produk dengan harga yang terjangkau dan tampilan yang menarik, Para pelaku usaha catering juga mengutamakan dalam pelayanan konsumen. Karena rata-rata pelaku bisnis tergolong orang yang mudah bergaul dan ramah, sehingga dapat dengan mudah menjangkau banyak kalangan masyarakat. Terutama untuk konsumen ibu-ibu.

4. *Channels*

Dalam konsep channels ini Para pelaku usaha catering melakukannya secara mandiri dengan mendekati konsumen melalui media sosial dengan foto dan konten yang Para pelaku usaha catering unggah di platform tersebut. Terutama banyaknya konsumen yang menggunakan Facebook, juga banyak sekali grup yang ada di media sosial Facebook ini. Selain itu dengan banyaknya kenalan Para pelaku usaha catering channel ini mudah untuk didapatkan bahkan dapat mencakup banyak pelanggan dari luar wilayah Nglepok.



Gambar 2. Pendampingan Media Sosial

5. Key Activities

Dalam key activities usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar ini aktivitas bisnis yang dapat diterapkan dalam kepuasan konsumen yaitu rasa dari masakan ibu ini. Karena dalam usaha catering ini rasa masakan adalah kunci dari kepuasan konsumen. Oleh karena itu dalam proses pembuatan masakan selalu dilakukan sendiri oleh Ibu tanpa bantuan dari orang lain, dengan tujuan untuk mempertahankan cita rasa masakan. Selain untuk tujuan tersebut dengan melakukan proses masakan ini sendiri, tentunya juga akan mengurangi modal.



Gambar 3 Pendampingan Aktivitas bisnis Catering

6. Key Resources

Dalam usahanya Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar ini dilakukan di dapur rumah. Pengantaran pesanan masih dilakukan dengan motor, atau diambil sendiri oleh konsumen. Namun Para

pelaku usaha catering memiliki partner mobil yaitu keluarganya sendiri yang sewaktu waktu dapat dipinjam atau jasa pengiriman .



Gambar 4 Pendampingan Packing dan Pengiriman Catering

7. Key Partners

Dalam key partners ini ibu bekerja sama dengan toko sayur yang ada di pasar dan toko grosir bahan baku yang harganya lebih miring dari toko lain. Selain harganya yang lebih murah Para pelaku usaha catering juga dapat memesan secara mendadak. Selain toko sayur dan toko grosir bahan baku, Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar juga ada yang sudah bekerja sama dengan agensi jasa desain grafis untuk memastikan kualitas desain untuk kualitas yang lebih bagus.

8. Cost Structures

Dalam cost structures ini Para pelaku usaha catering tidak dapat memperkirakan berapa biaya yang harus dikeluarkan. Karena setiap harinya Para pelaku usaha catering menerima pesanan yang berbeda.

9. Revenue Streams

Revenue streams yang dipakai Para pelaku usaha catering diperoleh dari pendapatan penjualan produk Para pelaku usaha catering saja. Baik secara Transaction revenue stream yang artinya aliran pendapatan yang dihasilkan dari transaksi jual/beli sekali bayar, maupun **Recurring Revenue** yang artinya aliran pendapatan rutin yang diterima lebih dari sekali yaitu langganan produk.

Kesimpulan & Saran

a. Kesimpulan

Berdasarkan identifikasi bisnis model kanvas yang dilakukan, dari sembilan segmen yang ada usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar ini belum memiliki kriteria penuh. Seperti pada segmen key resources, cost structure dan revenue streams yang kurang terkendali dan perlu ditingkatkan.

Dari proposisi nilai (value propositions) Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar sangat mengutamakan kepuasan pelanggan dengan sisi rasa, harga dan tampilan, sehingga dapat membuat pelanggan melakukan repeat order. Pada elemen customer segments, pasar Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar adalah seluruh kalangan terutana Ibu-ibu dengan rentang umur 20-50 tahun, dimana pelanggan mayoritas berasal dari Nglegok. Dalam menjalankan hubungan dengan pelanggan (customer relationship) Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar mampu mempertahankan dan membangun hubungan yang baik dengan berusaha semaksimal mungkin untuk menjaga hubungan baik dan memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan. Saluran distribusi (channel) yang diterapkan Para

pelaku usaha catering di Nglegok Blitar adalah saluran distribusi langsung yang dilakukan secara mandiri tanpa ada peran partner didalam menjalankan prosesnya.

Elemen key activities dalam identifikasi yang dilakukan menunjukkan bahwa sumber daya dan aktivitas utama adalah proses produksi. Key resources pada usaha catering ini sangat minim yaitu kendaraan motor saja. Dari elemen key partnerships, hingga saat ini Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar tidak memiliki partner dari kurir makanan yang seharusnya dapat membantu dalam proses delivery yang terjamin keamanannya. Tetapi Para pelaku usaha catering memiliki partner untuk memperoleh bahan baku yang lebih murah. Usaha catering ini tidak memiliki cost structure. Terakhir element revenue streams usaha catering ini tidak memiliki pendapatan lain selain dari pendapatan penjualan produknya, sehingga pendapatan ini tidak dapat dikendalikan, karena pendapatan yang diperoleh tidak dapat dipastikan setiap harinya.

b. Saran

Adapun beberapa saran bagi perusahaan sebagai sebuah pertimbangan untuk lebih memajukan usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar, yaitu sebagai berikut :

1. Usaha Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar diharapkan untuk terus berinovasi dalam segala hal dengan selalu mengutamakan kualitas produk.
2. Strategi bisnis untuk Para pelaku usaha catering di Nglegok Blitar hendaknya perlu untuk mengantisipasi jika terjadi pelonjakan harga bahan baku, dan terus berusaha dalam mempertahankan kualitas produk di tengah persaingan yang cukup ketat.
3. Lebih kuasai pasar di media sosial supaya tidak tertinggal oleh pesaing lainnya dalam memasarkan produknya secara online.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kami ucapkan kepada Para Pelaku usaha Catering di Nglegok Blitar khususnya mbak Dian Catering serta Civitas Akademi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Administrasi Niaga Universitas Islam Balitar (Unisba)Blitar

Daftar Pustaka

- Chandler. (2020). STRATEGI KEBIJAKAN PENGEMBANGAN MATERIAL CENTER. *Jurnal Ilmu Administrasi*.
- Pratini, H.B., Setiawan, I. (2022). Perencanaan Model Bisnis Untuk Merdeka Ritel Dengan Pendekatan Business Model Canvas. *Jurnal Sistem Informasi dan Telematika*. Universitas Amikom. Purwokerto
- Rahardjo, Mudjia. (2011). Metode Pengumpulan Data Kegiatan Pendampingan Kualitatif. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang.