

# Analisis *Business Model Canvas* Pada Hawaii Swalayan Rumbai

Abdul Hamid<sup>1</sup>, Fitriani Muttakin<sup>2</sup>, Muhammad Ridho Anugrah<sup>3\*</sup>, Nanda Nazira<sup>4</sup>, Nola Ardelia Al Qadr<sup>5</sup>, Rifky Ramadhan<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4,5,6</sup>Program Studi Sistem Informasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim  
Jl. H.R. Soebrantas No. 155 Km 15, Simpang Baru, Tampan, Pekanbaru  
Email: <sup>1</sup>12050312122@students.uin-suska.ac.id, <sup>2</sup>fitrianimuttakin@uin-suska.ac.id,  
<sup>3</sup>12050313103@students.uin-suska.ac.id, <sup>4</sup>12050320324@students.uin-suska.ac.id,  
<sup>5</sup>12050320513@students.uin-suska.ac.id, <sup>6</sup>12050312496@students.uin-suska.ac.id

## Abstrak

Perkembangan bisnis di Indonesia berlangsung dengan baik. Salah satu bentuk bisnis di Indonesia adalah bisnis ritel yang berperan penting dalam aliran barang. Pertumbuhan bisnis ritel meningkat setiap bulannya sehingga persaingan diantara bisnis ritel juga meningkat. Upaya bisnis dalam memaksimalkan keuntungannya dimodelkan dalam Business Model Canvas (BMC). Penelitian ini menganalisis BMC dari bisnis ritel Hawaii Swalayan Rumbai Pekanbaru yang kemudian dilakukan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT) dari setiap elemen BMC. Analisis SWOT terhadap elemen *Customer segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, dan Cost Structures* pada BMC menghasilkan pemodelan BMC baru yang menitikberatkan aspek jual beli secara daring, sistem keanggotaan dan membuka kesempatan investasi demi memperluas pasar dan menekan biaya modal awal.

**Kata kunci:** *Business Model Canvas, SWOT.*

## Abstract

*Business development in Indonesia is progressing well. One form of business in Indonesia is the retail business which plays an important role in the flow of goods. Retail business growth is increasing every month so that competition among retail businesses is also increasing. Business efforts in maximizing profits are modeled in the Business Model Canvas (BMC). This study analyzes the BMC of the Hawaiian Rumbai supermarket retail business, which then analyzes the Strength, Weakness, Opportunity, and Threat (SWOT) of each BMC element. SWOT analysis of the elements of Customer segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partners, and Cost Structures in BMC resulted in a new BMC modeling that focuses on daring buying and selling aspects, membership systems and opening up investment opportunities in order to expand the market and reduce initial capital costs.*

**Keywords:** *Business Model Canvas, SWOT*

## 1. Pendahuluan

Bisnis di Indonesia selalu berkembang maju menjadi lebih baik. Salah satu bentuk bisnis di Indonesia adalah bisnis ritel. Bisnis ritel mempertemukan produk dengan konsumennya dan sebagai bisnis yang menjual bahan pokok bagi masyarakat pengguna akhir [1]. Pertumbuhan bisnis ini meningkat sebanyak rata-rata 8.4% setiap bulannya sejak tahun 2011[2]. Maka peningkatan dapat diartikan bahwa banyak bisnis ritel yang berkembang dan bersaing untuk dapat terus berkembang. Berbagai upaya dilakukan oleh pelaku bisnis demi menarik pasar serta meningkatkan keuntungan. Upaya ini dapat dituangkan ke dalam sebuah model bisnis.

Model bisnis suatu cara sebuah perusahaan dalam menjalankan bisnis untuk dapat menjaga nilai saing[3]. Model bisnis ini dapat terjabarkan dengan baik dalam sebuah *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan alat bantu perencanaan yang menjabarkan konsep bagaimana pelaku bisnis menghasilkan nilai yang membawa keuntungan. BMC berperan dalam menganalisis bisnis yang dijalani dengan sembilan elemen yang ada pada luar dan dalam bisnis [4].

Elemen pada BMC terdiri atas *customer segment* (segmentasi pelanggan), *value propositions* (proposisi nilai), *channels* (saluran komunikasi), *customer relationships* (hubungan pelanggan), *revenue streams* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya kunci), *key activities* (aktivitas kunci), *key partnerships* (mitra kunci), dan *cost structure* (struktur biaya). [5]

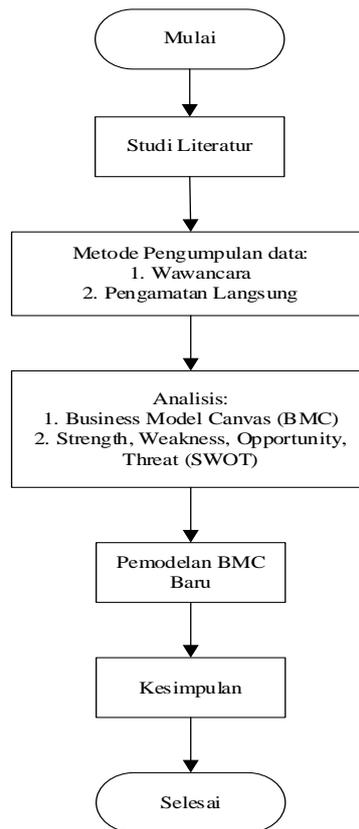
Hawaii adalah bisnis ritel di Indonesia, didirikan oleh Afdirman dengan nama PT Hawaii Ritel pada tahun 1992. Awalnya Hawaii menggrosirkan pakaian, bisnis ini kemudian berubah menjadi busana-ritel yang memasarkan produk bahan pokok keluarga dengan harga yang terjangkau.[6] Hawaii Swalayan Rumbai adalah toko ritel yang besar namun tidak luput dari permasalahan seperti toko-toko pada umumnya. Pada era globalisasi saat ini muncul berbagai toko-toko ritel berbasis daring dimana dapat memudahkan pelanggan dalam membeli barang tanpa harus keluar dari rumah. Ini menimbulkan berbagai permasalahan salah satunya adalah persaingan yang ketat dimana harga yang ditawarkan para riteler daring lebih rendah dibanding dengan riteler luring seperti Hawaii Swalayan Rumbai. Ini disebabkan toko ritel seperti Hawaii Swalayan Rumbai ialah distributor dari para supplier di dalam maupun di luar kota pekanbaru. Disebabkan adanya hal tersebut, penghitungan laba pada suatu barang pun harus memasukkan ongkos pengiriman dari ekspedisi yang berada diluar kota. Contoh barang-barang yang di supply dari luar kota yaitu seperti pakaian, alat kebersihan dan alat listrik serta pertukangan. Hal ini menimbulkan penambahan modal pada barang-barang tersebut. Berbeda dengan para supplier daring yang langsung mengirim barang tanpa melewati distributor terlebih dahulu. Permasalahan itu dapat mengakibatkan berkurangnya keinginan para pelanggan untuk membeli pada toko-toko luring saat ini.

Untuk menyelesaikan permasalahan ini maka dilakukan pemodelan *Business Model Canvas* (BMC) baru yang dibuat berdasarkan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, and Threat* (SWOT) sehingga BMC yang baru dapat lebih menekankan aspek yang menguntungkan bagi perusahaan dan menghindari aspek yang merugikan.

Menurut (Hartatik & Baroto, 2017) dalam penelitian terdahulu mengusulkan prioritas perbaikan digunakan untuk meningkatkan proses bisnis perusahaan dapat dilakukan dengan mengaplikasikan konsep *Business Model Canvas* yang telah didapatkan dari perhitungan [7]. Pada penelitian oleh (Candraningrat et al., 2021) menyimpulkan bahwa UMKM mampu melakukan promosi kapanpun dan dimanapun tanpa ada batasan waktu dan tempat untuk melakukannya dengan menggunakan media sosial sebagai hasil analisis BMC [8]. Penelitian oleh (Jessica & Indriyani, 2017). Menghasilkan usulan dari BMC yaitu mencari pelanggan yang berpotensi besar, memasarkan dengan gerobak motor, memanfaatkan teknologi informasi, menambahkan varian roti, dan membuat roti sesuai permintaan pelanggan. [9]

## 2. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan tahapan yang dilakukan dalam proses penelitian yang dimulai dari studi literatur, kemudian mengumpulkan data, melakukan analisis, memodelkan BMC baru, dan menarik kesimpulan. Tahapan ini dijabarkan sesuai dengan Gambar 1:



Gambar 1. Metode Penelitian

### 3. Hasil dan Analisa

#### 1. Identifikasi 9 Elemen *Business Model Canvas* (BMC)

##### a. *Customer Segments*

Target pasar Hawaii Swalayan adalah kalangan menengah kebawah karena Hawaii Swalayan mencoba menjual barang sembako dan kebutuhan sehari-hari dengan harga yang disanggupi masyarakat.

##### b. *Value Proposition*

Letaknya yang jelas strategis tepat di dekat jalan besar yang memudahkan akses bagi pembeli serta menjual barang yang beragam dengan harga barang yang lebih terjangkau dibanding tempat yang lain dan juga tenaga kerja Hawaii selalu memberikan kinerja yang baik untuk kepuasan pelanggan.

##### c. *Channel*

Hawaii Swalayan memiliki akun Instagram yang dapat diakses melalui link: <https://instagram.com/hawaiiswalayanpku?igshid=YmMyMTA2M2Y> agar memudahkan pelanggan dalam memberikan saran dan keluhan serta memudahkan kami dalam menanggapi dan menyelesaikan perihal masalah tersebut.

d. *Customer Relationship*

Hawaii Swalayan belum memberlakukan sistem kartu member namun dengan menjaga kinerja para karyawan Hawaii Swalayan dapat bersaing dengan toko lain serta dengan adanya sosial media seperti Instagram Hawaii Swalayan dapat dengan mudah memberitahukan apa saja promo pada produk yang Hawaii Swalayan jual untuk memudahkan pelanggan dalam mencari yang mereka inginkan.

e. *Revenue Streams*

Penghasilan utama Hawaii Swalayan adalah dari penjualan barang namun khusus di Hawaii Rumbai juga punya fasilitas playland terletak di lantai dua toko busana, dengan adanya ini pelanggan yang membawa anak dapat berbelanja dengan lebih leluasa dan para anak-anak dapat menghibur diri dengan permainan yang ada disana.

f. *Key Resources*

Aset paling penting adalah modal awal, setelah itu tenaga kerja yang berperan sebagai pramuniaga bertujuan untuk menjaga agar para pelanggan tetap nyaman di toko dan juga admin gudang yang bekerja sebagai perantara toko dengan supplier dan menjaga agar supply tetap terjaga sesuai demand pelanggan. Adapun hal lainnya yaitu kerjasama supplier agar dapat memberikan keuntungan bagi bersama. Ada tambahan bagi tenaga kerja seperti cleaning service yang menjaga kebersihan toko agar para pelanggan dapat berbelanja dengan nyaman serta admin keuangan dan kasir yang menjaga agar tidak terjadi adanya kesalahan/kerugian dalam pengeluaran dan pendapatan bagi toko.

g. *Key Activities*

Kegiatan utama Hawaii Swalayan adalah menjual produknya, kemudian ada usaha dalam menjaga agar pelanggan tetap nyaman untuk berbelanja di toko. Hal lain yang telah adalah dengan menjaga hubungan antara toko dan supplier agar dapat menjaga supply dan demand secara menyeluruh.

h. *Key Partners*

Mitra Hawaii sudah jelas adalah para supplier yang memasok bahan-bahan sembako yaitu Unilever, Wings, Indomarco dan sebagainya serta supplier yang memasok barang-barang pecah belah seperti Karya Prima Plastik.

i. *Cost Structures.*

Biaya yang diperlukan pertama adalah modal awal untuk menjalankan bisnis agar dapat memutar uang dari hasil penjualan. Kedua biaya yang dikeluarkan untuk karyawan baik gaji utuh serta biaya makan para tenaga kerja baik dari pramuniaga dan cleaning service. Ketiga adalah biaya operasional bangunan.

2. Analisis SWOT terhadap 9 elemen BMC

a. *Customer Segments*

Kekuatan pada elemen ini adalah harga yang disanggupi masyarakat sehingga dapat diterima banyak kalangan. Sedangkan kelemahannya yaitu hanya menjual barang sembako dan kebutuhan sehari-hari. Peluangnya adalah menjual harga murah untuk

menarik kalangan bawah. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah tidak adanya barang bersifat mewah selain barang sembako dan kebutuhan sehari-hari

*b. Value Proposition*

Kekuatan pada elemen ini adalah letak yang sangat strategis tepat di dekat jalan besar serta harga produk yang relatif murah. Sedangkan kelemahannya yaitu barang yang murah berarti tidak memiliki aspek "mewah". Peluangnya adalah harga barang yang lebih terjangkau dibanding tempat lain membuka minat lebih banyak pelanggan. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah perusahaan pesaing akan mencoba meniru atau menyaingi harga.

*c. Channels*

Kekuatan pada elemen ini adalah adanya Instagram untuk meraup informasi serta keluhan kesah pelanggan. Sedangkan kelemahannya yaitu masih kurangnya media untuk memberi informasi kepada pelanggan Peluangnya adalah Instagram hawai swalayan yang menarik pelanggan untuk mencari informasi serta umpan balik. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah adanya persaingan dari swalayan lain yang mempunyai media lebih banyak dalam mempromosikan produk kepada pelanggan

*d. Customer Relationship*

Kekuatan pada elemen ini adalah memiliki akun media sosial untuk menerima keluhan dan juga memberitahukan promo kepada konsumen. Sedangkan kelemahannya yaitu tidak memiliki komunitas atau keanggotaan khusus bagi konsumen. Peluangnya adalah Citra media sosial yang baik akan meningkatkan kepercayaan lebih banyak konsumen. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah Memperkecil kemungkinan konsumen yang sudah memiliki kartu member swalayan lain untuk belanja di Hawaii Swalayan.

*e. Revenue Streams*

Kekuatan pada elemen ini adalah tidak hanya penjualan barang, ada beberapa cara lain memperoleh pendapatan. Sedangkan kelemahannya yaitu pendapatan hanya dapat diperoleh dari konsumen yang berbelanja langsung di swalayan. Peluangnya adalah fasilitas Playland menjadi daya tarik konsumen yang membawa anak. Sedangkan ancaman yang timbul adalah sumber utama pendapatan adalah penjualan, apabila barang tidak tersedia maka pembeli akan berpindah ke swalayan lain.

*f. Key Resources*

Kekuatan pada elemen ini adalah semua aset yang dibutuhkan untuk menjalankan bisnis selalu tersedia dan terlaksana. Sedangkan kelemahannya yaitu Ketersediaan barang penjualan bergantung pada supplier. Peluangnya adalah sumber daya yang teratur berarti pasokan barang yang teratur pula, secara tidak langsung membuat orang selalu beralih ke swalayan ini karena pasokan barang yang lengkap. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah pasokan barang dapat terkendala apabila pihak supplier juga mengalami masalah.

*g. Key Activities*

Kekuatan pada elemen ini adalah aktivitas yang memaksimalkan kenyamanan belanja meningkatkan kesetiaan konsumen. Sedangkan kelemahannya yaitu terdapat konsumen

yang tidak terlalu mementingkan keramahan karyawan. Peluangnya adalah ada kalanya konsumen yang senang menceritakan pengalaman belanjanya dengan orang lain sehingga secara tidak langsung mempromosikan swalayan ini. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah kesalahan interaksi terkadang dapat menimbulkan kesalahpahaman, dan hal ini dapat diceritakan konsumen kepada orang lain sehingga menimbulkan efek yang berlawanan dengan aspek peluang.

*h. Key Partners*

Kekuatan pada elemen ini adalah mitra Hawaii swalayan berasal dari perusahaan ternama dan terpercaya. Sedangkan kelemahannya yaitu barang dari mitra ber-merk terpercaya biasanya tergolong mahal. Peluangnya adalah Hawaii menyediakan barang-barang dengan merk terpercaya sehingga akan menarik banyak pembeli. Sebaliknya ancaman yang timbul adalah mitra yang berkualitas tentunya memiliki syarat yang tinggi pula

*i. Cost Structures*

Kekuatan pada elemen ini adalah untuk saat ini biaya dapat dipenuhi dengan lancar. Sedangkan kelemahannya yaitu tidak dapat menambah karyawan terlalu banyak. Peluangnya adalah biaya dapat dialokasikan ke kebutuhan lain. Sedangkan ancaman yang timbul adalah perubahan kondisi ekonomi negara berpengaruh terhadap pasokan barang.

3. Usulan BMC Hawaii Swalayan Rumbai yang baru

*a. Customer Segment*

Pasar utama Hawaii Swalayan Rumbai saat ini adalah kalangan menengah sampai kebawah. Pada *Business Model Canvas* yang baru, dapat diperluas sampai ke kalangan menengah keatas.

*b. Value Proposition*

Layanan yang ada pada Hawaii saat ini adalah penjualan barang dengan harga yang terjangkau dan layanan karyawan yang baik. Menggunakan *Business Model Canvas* baru maka dapat ditambah dengan penjualan busana untuk menarik kalangan menengah keatas.

*c. Channels*

Saat ini Hawaii menggunakan media sosial Instagram satu-satunya sebagai saluran informasi yang diketahui. *Business Model Canvas* baru menggunakan berbagai media sosial lain seperti Facebook, Tiktok dan lain-lain untuk memperluas saluran.

*d. Customer Relationship*

Hawaii saat ini memanfaatkan media sosial Instagram untuk melayani pelanggan mengenai saran dan informasi. Model yang disarankan *Business Model Canvas* adalah membuat sistem komunitas dengan kartu membership.

*e. Revenue Streams*

Sumber pendapatan utama Hawaii Swalayan Rumbai saat ini adalah penjualan barang dan Playland. Menurut analisis *Business Model Canvas* yang baru pendapatan dapat diperluas dengan mulai menjual secara daring dan memberi fasilitas belanja busana.

f. *Key Resources*

Sumber daya kunci Hawaii Swalayan yang sedang digunakan adalah modal, pasokan barang, dan tenaga kerja. Sumber daya menurut *Business Model Canvas* baru dapat membuka peluang bagi investor sebagai sumber modal.

g. *Key Activities*

Kegiatan utama Hawaii di Rumbai saat ini adalah menjual barang dan melayani pelanggan yang datang dengan sikap baik. Pada *Business Model Canvas* baru, karyawan dapat lebih konsisten menerapkan sikap baik dengan mengikuti program Salam, Sapa, Senyum (3S) untuk setiap pelanggan yang datang.

h. *Key Partners*

Mitra utama Hawaii Swalayan Rumbai adalah para pemasok bahan baku dan barang pecah belah. Menggunakan *Business Model Canvas* yang baru, Hawaii dapat menggandeng para investor untuk menekan biaya modal.

i. *Cost Structures*

Struktur biaya sedang dipikul oleh Hawaii Swalayan Rumbai saat ini adalah biaya modal, gaji karyawan dan biaya operasional bangunan. *Business Model Canvas* yang baru menekan biaya modal dengan menggunakan modal dari investasi.

#### 4. Kesimpulan

Identifikasi *Business Model Canvas* Hawaii Swalayan Rumbai saat ini:

1. *Customer segments* Hawaii Swalayan Rumbai pada saat ini menargetkan pasar berstatus ekonomi menengah hingga menengah kebawah.
2. *Value Proposition* yang ditawarkan Hawaii Swalayan Rumbai adalah menjual produk bahan baku pokok keluarga sehari-hari.
3. *Channels* yang dimiliki Hawaii Swalayan Rumbai saat ini adalah akun media sosial Instagram.
4. *Customer Relationship* Hawaii Swalayan Rumbai adalah menjaga hubungan baik dengan pelanggan serta memanfaatkan saluran media sosial Instagram.
5. *Revenue Streams* utama yang didapat oleh Hawaii Swalayan Rumbai adalah melalui penjualan produk bahan baku sehari-hari dan Playland.
6. *Key Resources* yang dibutuhkan Hawaii Swalayan Rumbai adalah modal awal, dan tenaga kerja.
7. *Key Activities* yang dijalani Hawaii Swalayan Rumbai adalah menjual barang serta melayani konsumen yang datang dengan sikap yang baik.
8. *Key Partners* Hawaii Swalayan Rumbai adalah penyedia pasokan barang berupa bahan baku pokok dan barang pecah belah.
9. *Cost Structure* Hawaii Swalayan Rumbai terdiri atas modal awal, gaji karyawan dan biaya operasional bangunan.

Saran:

1. Hawaii Swalayan disarankan menargetkan pasar berstatus ekonomi menengah keatas.
2. Hawaii Swalayan disarankan mulai memperkuat bidang penjualan busana agar masyarakat dapat membeli bahan baku sekaligus busana.

3. Hawaii Swalayan harus memperluas media promosi mereka dengan hanya tidak promosi di Instagram, namun bisa di media sosial lain seperti Tiktok, Facebook, dan lain-lain. Serta Hawaii Swalayan harus membuat promosi yang semenarik mungkin.
4. Hawaii swalayan harus membuat semacam keanggotaan khusus atau member agar bisa menarik minat konsumen, serta membuat promo promo menarik lainnya.
5. Hawaii swalayan sebaiknya membuat beberapa fasilitas-fasilitas yang beragam lagi, agar pendapatan hawaii swalayan tidak hanya dari penjualan, tapi juga hawaii swalayan harus bisa meningkatkan pendapatan mereka dari penjualan dengan cara membuka layanan belanja daring agar pendapatan mereka tidak hanya dari konsumen yang berbelanja langsung di swalayan tersebut.
6. Hawaii Swalayan disarankan dapat terbuka untuk investasi agar dimanfaatkan sebagai sumber modal.
7. Karyawan harus selalu bisa dan mempunyai strategi untuk membuat konsumen nyaman, dengan selalu berbuat ramah dengan konsumen dalam berbelanja walaupun ada beberapa konsumen yang tidak terlalu memperdulikan keramahan karyawan, karyawan harus menerapkan 3S (senyum, salam, sapa) agar konsumen selalu nyaman dalam berbelanja.
8. Hawaii Swalayan dapat mulai memanfaatkan investor yang menanamkan modal.
9. Biaya modal awal pada Hawaii swalayan dapat ditekan dengan bantuan modal dari investor.

#### Referensi:

- [1] E. Soliha, "Analisis Industri Ritel di Indonesia," *J. Bisnis dan Ekon.*, vol. 15, no. 2, pp. 128–142, 2008, [Online]. Available: <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/fe3/article/view/307/>
- [2] CEIC, "Indonesia | Pertumbuhan Penjualan Ritel | 2011 – 2022 | Indikator Ekonomi | CEIC," 2022. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/indonesia/retail-sales-growth> (accessed Jun. 16, 2022).
- [3] D. Chandra, "Model bisnis pada perusahaan X menggunakan business model canvas," *Agora*, vol. 4, no. 1, pp. 18–25, 2016.
- [4] H. Warnaningtyas, "Desain Bisnis Model Canvas (BMC) Pada Usaha Batik Kota Madiun," *EKOMAKS J. Manajemen, Ilmu Ekon. Kreat. dan Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 52–65, 2020, [Online]. Available: <http://ekomaks.unmermadiun.ac.id/index.php/ekomaks>
- [5] M. Lima and P. Baudier, "Business Model Canvas Acceptance among French Entrepreneurship Students: Principles for Enhancing Innovation Artefacts in Business Education," *J. Innov. Econ. Manag.*, vol. n° 23, no. 2, pp. 159–183, 2017, doi: 10.3917/jie.pr1.0008.
- [6] Fionda, W. Nengsih, and M. Akbar, "Analisa Penjualan Barang Menggunakan Metode Clustering K-Means Untuk Perencanaan Penjualan Pada Hawaii Swalayan," *Jurnal Aksara Komputer Terapan Politeknik Caltex Riau*, 2013. <https://123dok.com/document/yn7p3o1z-jurnal-aksara-komputer-terapan-politeknik-caltex-riau-tahun.html#fulltext-content> (accessed Jun. 16, 2022).
- [7] . Hartatik and T. Baroto, "Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode Business Model Canvas," *J. Tek. Ind.*, vol. 18, no. 2, p. 113, 2017, doi: 10.22219/jtiumm.vol18.no2.113-120.
- [8] Candraningrat, D. Y. Yurisma, and S. Mujannah, "Pengembangan Strategi Bisnis Melalui BMC (Business Model Canvas) dan Strategi Pemasaran Bagi UMKM Sari Delight Surabaya," *J. Pengabd. Masy.*, vol. 1, no. 1, pp. 17–24, 2021.
- [9] N. Jessica and R. Indriyani, "Analisis Business Model Canvas Pada Tirotti Bakery," *Agora*, vol. 5, no. 3, pp. 1–8, 2017, [Online]. Available: <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/6111/5609>