

## Desain Unit Usaha Pengadaan Barang Dalam Upaya Pengembangan Usaha

Dady Nurpadi<sup>1</sup>, Evan Firdaus<sup>2</sup>, Syehabudin<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas IKOPIN

nurpadidady@gmail.com<sup>1</sup>, evanfirdaus@gmail.com<sup>2</sup>, nsyehabudin@gmail.com<sup>3</sup>

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah menggambarkan model bisnis yang cocok untuk digunakan dalam unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman sebagai langkah pengambilan keputusan bisnis. Dari hasil penelitian diperoleh identifikasi dari masing-masing 9 elemen Business Model Canvas. Customer Segments adalah anggota KPRI Banjar Patroman. Value Propositions adalah kemasan yang menarik dan harga lebih terjangkau. Channels adalah berkomunikasi dengan anggota secara langsung. Customer Relationships adalah jalinan komunikasi dengan pelanggan. Revenue Streams dari penjualan produk kepada anggota dan unit usaha pelayanan simpanan. Key Resources terdiri dari kendaraan dan sumber daya manusia. Key Activities terdiri dari pengadaan barang, kegiatan produksi dan pemasaran. Key Partnerships adalah Toko Pantas. Cost Structure terdiri dari biaya tetap dan biaya variabel. Berdasarkan analisis dari Matrix SWOT, dijelaskan strategi-strategi yang dapat digunakan oleh koperasi yaitu seperti strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT.

**Kata Kunci:** Pengembangan Usaha; Business Model Canvas; Analisis SWOT

Diterima;; Direvisi;; Disetujui;

## PENDAHULUAN

Koperasi Pegawai Republik Indonesia ini berjenis Koperasi Simpan Pinjam. Maka dengan mengekspansinya unit usaha baru di bidang pengadaan barang ini harus adanya beberapa langkah sebelum menjalankannya. Pertama, perbaikan legal formal dengan mengubah badan hukum dari Koperasi Simpan Pinjam menjadi Koperasi Serba Usaha dengan cara dibuatkan badan hukum yang baru. Dan yang kedua mengubah jenis koperasi AD/ART, yaitu dari Koperasi Simpan Pinjam menjadi Koperasi Serba Usaha sesuai dengan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 tahun 1992 tentang Perkoperasian pasal 19 melalui Rapat Anggota Tahunan dan Notaris. Karena apabila tidak dilakukan bisa menghambat jalannya usaha baik urusan internal maupun eksternal koperasi.

Sebelumnya, Koperasi Pegawai

Republik Indonesia Banjar Patroman sudah mempunyai unit usaha di bidang barang, yaitu menyediakan barang kebutuhan sehari-hari untuk anggota. Terdapat perbedaan dari unit usaha barang dan unit usaha baru yang akan di jalankan nantinya. Perbedaannya adalah unit usaha barang di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman ini hanya menjadi pihak ketiga dengan perusahaan yang sudah memiliki kesepakatan. Pihak koperasi hanya menjadi alat pembayaran untuk barang tersebut. Di satu sisi, kegiatan ini tidak terlalu efektif karena kerja sama koperasi dengan perusahaan terkait hanya dalam waktu singkat.

Maka dari itu harus ada persiapan untuk melaksanakan unit usaha baru ini karena dikhawatirkan apabila tidak berjalan dengan baik maka bisa mencederai permodalan koperasi. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.25 tahun 1992 pasal 17 ayat 1 menjelaskan bahwa anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi.

Mengekspansi unit usaha baru yang akan di lakukan oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman merupakan langkah yang tepat agar koperasi semakin berkembang untuk mensejahterakan anggota. Karena sesuai dengan pernyataan diatas anggota merupakan pemilik sekaligus pengguna jasa koperasi. Dengan demikian keaktifan anggota adalah jaminan untuk jalannya unit usaha baru tersebut. Manfaat dari mengekspansi unit usaha salah satunya adalah meningkatkan daya saing dengan membangun sumber daya yang lebih besar.

Selain itu, terdapat ruangan kosong yang hanya dimanfaatkan untuk menyimpan inventaris dan kelengkapan koperasi. Pemanfaatan dan pemberdayaan Ruang kosong tersebut direncanakan untuk dijadikan sebuah toko untuk menunjang dalam hal pengadaan barang. Maka dari itu peneliti memilih Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar

Patroman untuk diteliti lebih lanjut.

Pengadaan barang yang menjadi objek penelitian ini merupakan unit usaha baru Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman yang akan dibuat. Pengadaan barang ini belum memiliki perencanaan model bisnis dalam proses pembuatan dan pengoperasiannya. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2013:14), model bisnis adalah sebuah alat untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Dalam penelitian ini peneliti akan berfokus pada perumusan model bisnis unit usaha baru yaitu pengadaan barang. Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman perlu memikirkan perumusan model bisnis yang tepat, guna bijak dalam mengambil keputusan. Model bisnis ini menjadi salah satu modal dalam unit usaha tersebut untuk memiliki fondasi yang kuat untuk menjalankan usahanya. Model bisnis menyederhanakan realitas bisnis yang kompleks menjadi elemen-elemen pokok yang mudah untuk dibuat. Pada umumnya orang mengenal “business plan” atau studi kelayakan sebelum memulai sebuah bisnis. Namun “business plan” dibuat dengan sangat rinci padahal masih banyak asumsi yang belum terbukti.

Salah satu cara menyusun model bisnis yaitu dengan cara menggunakan model bisnis dengan metode Business Model Canvas agar membantu merancang strategi bisnis yang akan digunakan dan dikembangkan, selain itu Business Model Canvas adalah model bisnis yang paling unik dan mudah dimengerti oleh semua orang. Manfaat dari Business Model Canvas adalah Disajikan dalam bentuk visual berupa suatu kanvas lukisan. Terdapat 9 elemen yang saling berkaitan satu sama lain. Kotak-kotak ini berisikan elemen-elemen penting yang menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan manfaat bagi dan mendapat manfaat dari para pelanggannya.

Peneliti akan mengidentifikasi model bisnis yang akan diterapkan oleh Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman dan merancang model bisnis baru berdasarkan pendekatan Business Model Canvas dari Osterwalder dan Pigneur (2013:5). Sembilan elemen Business Model Canvas terbagi atas Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, Cost Structure.

Setelah mengidentifikasi sembilan elemen Business Model Canvas, berikutnya peneliti melakukan analisa SWOT. Analisis SWOT merupakan sebuah metode yang membandingkan antara kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dapat membantu untuk memformulasikan strategi. Kaitan analisis SWOT dengan Business Model Canvas dalam penelitian ini adalah SWOT membantu untuk mengidentifikasi apa saja kekuatan dan kelemahan, serta peluang, dan ancaman dari masing-masing sembilan elemen Business Model Canvas yang telah diidentifikasi sebelumnya. Dengan mengkombinasikan SWOT analisis dan Business Model Canvas memungkinkan penilaian yang terfokus dan evaluasi terhadap model bisnis perusahaan dan elemen-elemennya (Osterwalder dan

Pigneur, 2013:25).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang digunakan adalah metode studi kasus, yaitu suatu metode penelitian deskriptif yang mempelajari atau mengkaji secara spesifik permasalahan-permasalahan yang terjadi dilapangan dengan teknik pengamatan untuk memahami bagian-bagian dari masalah. Dengan metode ini diharapkan dapat diperoleh data dan informasi yang dapat menggambarkan, memperjelas, dan mendukung terhadap pembahasan masalah-masalah yang akan diteliti sehingga dapat mengevaluasi proses pengambilan keputusan perusahaan.

Penelitian ini merumuskan desain Business Model Canvas dalam melaksanakan pengembangan unit usaha yaitu pengadaan dagang barang di Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman. Dengan mengetahui inti permasalahannya peneliti memiliki tujuan meningkatkan pelayanan terhadap anggota

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

## Identitas Informan

Informan dalam penelitian ini adalah Sekretaris KPRI Banjar Patroman yaitu Bapak Sukirman yang mana mampu memberikan informasi secara aktual dan mendalam serta mengerti mengenai perencanaan pada unit usaha baru yaitu pengadaan barang KPRI Banjar Patroman ini.

## Business Model Canvas pada Unit Usaha Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

### 1. Customer Segments

Untuk *Customer Segment* Koperasi Pegawai Republik Indonesia adalah anggota koperasi itu sendiri, karena seperti yang diuraikan di Undang-Undang No. 25 tentang Perkoperasian Pasal 17 Ayat 1 bahwa anggota koperasi adalah pemilik dan sekaligus pengguna jasa koperasi. Semakin aktif anggota dalam bertransaksi di unit usaha baru pengadaan barang ini, maka semakin banyak keuntungan yang diraih dan sebagai bentuk ikut andil mengembangkan koperasi.

### 2. Value Proposition

Proposisi nilai menciptakan nilai untuk segmen pelanggan melalui panduan elemen-elemen berbeda yang melayani kebutuhan segmen tersebut. Berdasarkan wawancara dengan sekretaris KPRI Banjar Patroman mengatakan bahwa keunggulan produk yang ditawarkan kepada anggota adalah - Harga

- a. Produk yang ditawarkan sesuai dengan pesanan anggota
- b. Desain yang menarik
- c. Asuransi produk
- d. Fasilitas

### 3. Channels

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, KPRI Banjar Patroman menggunakan satu saluran dalam penyampaian produknya yaitu saluran langsung. Saluran langsung merupakan saluran distribusi yang mana proses penyaluran produknya dilakukan secara langsung ke tangan konsumen akhir yaitu anggota koperasi. Tujuannya adalah agar terciptanya kedekatan antara koperasi dan anggota. Berikut merupakan gambaran mengenai saluran distribusi unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman.

### 4. Customer Relationships

Menjalin hubungan dengan pelanggan melalui bantuan personal yaitu komunikasi langsung selama proses penjualan dan setelah pembelian selesai. Komunikasi dengan konsumen meliputi proses pemesanan produk, dan pengantaran produk hingga langsung ke tangan konsumen akhir yaitu anggota koperasi. Selain itu, keluhan-keluhan mengenai pelayanan dan produk kadaluarsa yang diberikan oleh KPRI Banjar Patroman.

Konsumen bisa langsung menyampaikannya ke tempat usaha secara langsung ataupun melalui WhatsApp, telephone, dan SMS pada kontak person KPRI Banjar Patroman. Atau tidak menutup kemungkinan KPRI Banjar Patroman langsung mendatangi konsumen ke tempat dinas anggota koperasi, agar terjalinnya ikatan antara koperasi dengan anggota.

### 5. Revenue Streams

Pendapatan unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman di bagi menjadi tiga, yaitu pendapatan transaksi, pendapatan berulang, dan biaya pelanggan.

Pendapatan transaksi merupakan pendapatan yang dihasilkan dari satu jenis pembayaran berupa pembayaran secara tunai melalui pembelian secara langsung ke koperasi. Sedangkan pendapatan berulang merupakan pendapatan yang dihasilkan dari pembayaran berkelanjutan baik untuk memberikan proporsi nilai kepada pelanggan maupun menyediakan dukungan pelanggan pasca-pembelian. Sistem pembayaran ini ditetapkan apabila anggota menggunakan jasa pinjaman ke koperasi.

### 6. Key Resources

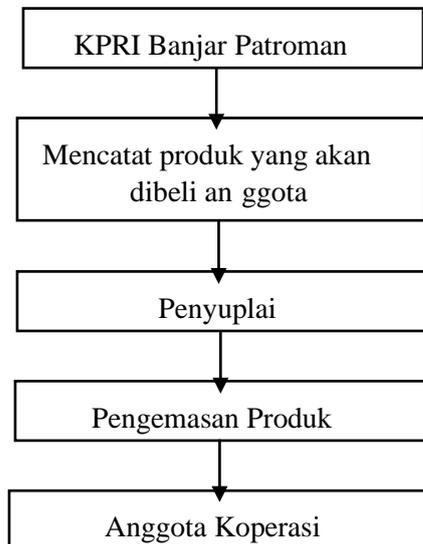
Sumber daya utama dapat berupa fisik, finansial, intelektual dan Manusia. Berikut merupakan sumber daya yang dimiliki oleh unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman sebagai berikut:

- a. Fisik (asset perusahaan)
- b. Finansial

- c. Intelektual
- d. Karyawan

### 7. Key Activities

Berdasarkan wawancara tersebut, serta observasi yang telah dilakukan mengenai aktivitas kunci yang dilakukan oleh unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman maka dapat dilihat melalui bagan berikut.



Gambar 1 Aktivitas Kunci Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

Sumber : Data KPRI Banjar Patroman

### 8. Key Partnerships

KPRI Banjar Patroman dalam menjalankan usahanya akan bekerja sama dengan salah satu toko grosir terbesar di Kota Banjar yaitu Toko Pantes.

Toko Pantes ini merupakan toko grosir yang sudah berpengalaman dalam usaha ritel. Meskipun unit usaha pengadaan barang ini masih tahap perencanaan tetapi sudah terjalin komunikasi antara pemilik toko dan pihak koperasi bahkan mempertanyakan perihal progress dari unit usaha pengadaan barang ini.

### 9. Cost Structures

Biaya yang dikeluarkan oleh KPRI Banjar Patroman untuk unit usaha pengadaan barang berupa biaya gaji karyawan, biaya pengemasan, biaya transportasi, biaya perlengkapan seperti Alat Tulis Kantor yang terdiri dari buku pendapatan, buku pengeluaran, buku nota harian dan lain-lain.

#### a. Biaya Tetap

Biaya tetap yang dikeluarkan oleh KPRI Banjar Patroman pada unit usaha pengadaan barang berupa gaji karyawan, biaya penyusutan kendaraan, biaya penyusutan perlengkapan, dan biaya pengemasan sebagai berikut:

Tabel 2. Biaya Penyusutan Kendaraan

| No. | Keterangan | Nilai (Rp) | Umur (Tahun) | Penyusutan/ tahun (Rp) | Penyusutan/ bulan (Rp) |
|-----|------------|------------|--------------|------------------------|------------------------|
| 1.  | Kendaraan  | 60.000.000 | 10           | 6.000.000              | 500.000                |

Tabel 3. Biaya

#### Peralatan

| No. | Keterangan      | Biaya/Bulan (Rp) | Biaya/Tahun (Rp) |
|-----|-----------------|------------------|------------------|
| 1.  | Buku Catatan @2 | 8.400            | 100.000          |

|    |               |        |         |
|----|---------------|--------|---------|
| 2. | Pulpen @6 pak | 10.000 | 120.000 |
| 3. | Nota @100     | 42.000 | 500.0   |

Tabel 4. Biaya Produksi Tetap

| No. | Keterangan          | Biaya/Bulan (Rp) | Biaya/Tahun (Rp) |
|-----|---------------------|------------------|------------------|
| 1.  | Biaya Gaji Karyawan | 1.500.000        | 18.000.000       |
| 2.  | Biaya Pengemasan    | 2.000.000        | 24.000.000       |
| 3.  | Biaya Listrik       | 209.000          | 2.500.0          |

## b. Biaya Variabel

Biaya Variabel adalah biaya bervariasi secara proporsional dengan volume barang atau jasa yang dihasilkan. Biaya variabel yang dikeluarkan oleh KPRI Banjar Patroman pada unit usaha pengadaan barang berupa biaya pemasaran sebagai berikut:

Tabel 5 Biaya Pemasaran

| No. | Nama Biaya   | Jumlah   | Harga Satuan (Rp) | Total Harga (Rp) |
|-----|--------------|----------|-------------------|------------------|
| 1.  | Biaya Bensin | 65 liter | 7.650             | 497.250          |

|   |  |  |   |  |
|---|--|--|---|--|
|  <p><b>Key Partnership</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Toko Pantes yang berada di Pasar Kota Banjar</li> </ul>  |  <p><b>Key Activities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pengadaan barang kebutuhan pokok untuk anggota</li> <li>Pengemasan produk</li> <li>Pengantaran produk</li> </ul> |  <p><b>Value Propositions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Kemasan menarik</li> <li>Harga terjangkau</li> <li>Cashback setiap tahun yaitu pembagian SHU</li> <li>Kemudahan dalam berbelanja, karena menggunakan <i>Delivery Order</i></li> <li>Lokasi yang strategis</li> </ul> |  <p><b>Customer Relationships</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>WhatsApp dan Nomor Telepon</li> <li>Kunjungan (koperasi ke Pemkot atau sebaliknya)</li> <li>Database</li> </ul> |  <p><b>Customer Segments</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Anggota KPRI Banjar Patroman</li> </ul> |
|  <p><b>Cost Structure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Biaya Tetap : Biaya Kendaraan, Biaya Perlengkapan, Biaya Pengemasan, Gaji Karyawan</li> <li>Biaya Variabel : Biaya Pemasaran</li> </ul> |  |  <p><b>Revenue Streams</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pendapatan Transaksi : Konsumen akhir (Cash)</li> <li>Pendapatan Berulang : Sistem angsuran melalui pinjaman</li> </ul>   |   |  |

Gambar 2 Business Model Canvas unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman

**Analisis SWOT pada Unit Usaha Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman**

Berdasarkan wawancara, maka dapat diketahui bahwa faktor internal dan faktor eksternal yang dihadapi oleh KPRI Banjar Patroman pada unit usaha baru yaitu pengadaan barang sebagai berikut:

Tabel 6 Faktor Internal Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

| No. | Faktor – Faktor Internal |
|-----|--------------------------|
|     | <b>Kekuatan</b>          |
| 1.  | Harga terjangkau         |

|                  |   |
|------------------|---|
| 2.               | Kemasan yang menarik  |
| 3.               | Barang diantar langsung kepada anggota                        |
| 4.               | Mendapatkan <i>Cashback</i> berupa SHU                        |
| 5.               | Pengangsuran pembayaran melalui pinjaman koperasi             |
| 6.               | Permodalan kuat   |
| <b>Kelemahan</b> |   |
| 1.               | Tidak bisa langsung melalui koperasi, melalui kolektif        |
| 2.               | Hanya bermitra dengan satu penyuplai saja                     |
| 3.               | Hanya menggunakan satu kendaraan                              |
| 4.               | Ruang tempat pengemasan tidak sebanding dengan jumlah anggota |
| 5.               | Laporan keuangan secara manual                                |

Tabel 7 Faktor Eksternal Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

| No.     | Faktor – Faktor Eksternal  |
|---------|--|
| Peluang |  |
| 1.      | Mendapatkan banyak keuntungan apabila mengkoodinir seluruh anggota                             |
| 2.      | Non anggota sebagai segementasi pelanggan tambahan   |
| 3.      | Bermitra dengan pabrik sembako di Kota Banjar  |
| 4.      | Memanfaatkan ruangan untuk sistem swalayan   |
| 5.      | Menggunakan teknologi berupa aplikasi sebagai alat pembayaran, pemesanan, dan pemasaran produk |
| Ancaman |  |
| 1.      | Pesaing dekat dengan pemukiman anggota   |
| 2.      | Minat anggota untuk membeli produk di koperasi   |
| 3.      | Sistem pembelian online yang kian berkembang pesat   |
| 4.      | Cuaca yang tidak mendukung pada saat pengantaran pesanan                                       |
| 5.      | Kendaraan mengalami kerusakan  |

### Analisis Faktor Internal dan Eksternal berdasarkan Business Model Canvas

Berikut ini merupakan faktor internal dan faktor eksternal yang dimiliki oleh unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman berdasarkan metode Business Model Canvas (BMC) sebagai berikut :

Tabel 8 Faktor Internal dan Faktor Eksternal berdasarkan *Business Model Canvas* Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

| No. | Elemen Bisnis Model Canvas (BMC) yang diterapkan KPRI Banjar Patroman | Model IFAS   |  | Model EFAS   |  |
|-----|---|--|--|--|--|
|     |   | Kekuatan   | Kelemahan  | Peluang  | Ancaman  |
| 1.  | <i>Costumer Segments</i> (Segmen Pelanggan)                           | - Memiliki 804 anggota dan bisa menjadi pelanggan tetap                        | - Bergantung pada aktivitas anggota                        | - Mendapatkan keuntungan yang sangat besar apabila terkoordinasi dengan baik                     | - Pesaing menguasai pasar dengan menggunakan kecanggihan teknologi   |
| 2.  | <i>Value Proposition</i> (Proporsi Nilai)                             | - Harga Terjangkau<br>- Kemasan menarik<br>- Cashback untuk anggota            | - Kemasan tidak bertahan lama                              | - Harga yang terjangkau bisa menarik minat non-anggota yang lain untuk bergabung menjadi anggota | - Pesaing memanfaatkan platform secara online sebagai proses pemesanan   |
| 3.  | <i>Channels</i> (Saluran)   | - Kunjungan langsung kepada anggota  | - Tidak menggunakan sosial media yang lain                 | - Memanfaatkan teknologi seperti aplikasi koperasi   | - Apabila program kunjungan tidak berjalan   |
| 4.  | <i>Costumer Relationships</i> (Hubungan Pelanggan)                    | - Komunikasi melalui sosial media<br><i>WhatsApp</i> atau langsung ke koperasi | - Pesan <i>WhatsApp</i> mengalami gangguan                 | - Menggunakan media sosial yang lain<br>- Mengadakan event                                       | - Konsumen kurang puas dengan pelayanan berupa komunikasi yang diberikan<br>- Kesadaran anggota untuk aktif berpartisipasi |
| 5.  | <i>Revenue Streams</i> (Arus Pendapatan)                              | - Pendapatan berulang  | - Barang kadaluarsa  | - Meningkatkan pelayanan pada konsumen   | - Terjadinya kesalahan dalam bertransaksi  |
| 6.  | <i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)                              | - Karyawan dan fasilitas yang cukup menunjang                                  | - Ruang kecil  | - Memperluas ruangan<br>- Memperbanyak kendaraan   | - Kendaraan mengalami kerusakan  |
| 7.  | <i>Key Activities</i> (Aktivitas Kunci)                               | - Diantar langsung ke anggota  | - Hanya memiliki satu kendaraan untuk kegiatan operasional | - Menggunakan teknologi dalam pembukuan  | - Cuaca tidak mendukung<br>- Kerusakan kendaraan<br>- Harga tidak stabil   |
| 8.  | <i>Key Partnership</i> (Kemitraan)                                    | - Toko grosir yang terbukti murah se-Kota Banjar                               | - Memiliki satu penyuplai                                  | - Bermitra dengan pabrik sembako di sekitaran Kota Banjar  | - Toko penyuplai tutup   |
| 9.  | <i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)                                | - Permodalan kuat  | - Pembukuan secara manual                                  | - Meningkatkan pendapatan koperasi   | - Adanya pengeluaran yang tidak terduga  |

### Desain Unit Usaha Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

#### Matrix SWOT pada Unit Usaha Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

Matriks SWOT merupakan alat yang dipakai untuk menyusun alternatif strategi yang dapat menggambarkan secara jelas bagaimana kekuatan dan kelemahan internal yang dihadapi sehingga dapat disesuaikan dengan peluang dan ancaman yang dimilikinya dalam mengembangkan unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman.

|   |  |
|---|--|
| <p><b>STRATEGI SO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kualitas pelayanan sebagai bentuk mempertahankan konsumen untuk membangun citra yang positif dan menarik perhatian konsumen baru</li> <li>- Mencari mitra baru karena semangat pelanggan sudah jelas</li> <li>- Menambah varian produk untuk memenuhi kebutuhan anggota.</li> </ul> | <p><b>STRATEGI WO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menambah jumlah tenaga kerja, penyuplai, dan kendaraan untuk meningkatkan produktivitas usaha agar permintaan jumlah produk dari konsumen bisa terpenuhi</li> <li>- Melakukan kegiatan dengan memanfaatkan teknologi sebagai bentuk promosi, pemesanan, dan pembuatan laporan keuangan</li> <li>- Membuat toko swalayan untuk mempermudah kegiatan usaha</li> </ul>               |
| <p><b>STRATEGI ST</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Menjaga hubungan baik dengan penyuplai dan anggota agar kerja sama yang telah terjalin terus berjalan</li> <li>- Melakukan perawatan pada kendaraan</li> <li>- Memperbanyak diskon untuk menarik peminat konsumen</li> </ul>   | <p><b>STRATEGI WT</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membuat toko swalayan memanfaatkan digitalisasi untuk unit usaha dan anggota</li> <li>- Bermitra dengan jasa layanan pengantar barang             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Meningkatkan kesadaran anggota untuk ikut dalam aktif berpartisipasi kegiatan koperasi</li> </ul> </li> <li>- Menjual asset tidak terpakai guna memperoleh modal yang cukup</li> </ul> |

### Desain Baru Unit Usaha Pengadaan Barang KPRI Banjar Patroman

Berdasarkan hasil analisis dari Business Model Canvas dan Analisis SWOT menunjukkan strategi-strategi yang bisa diterapkan pada unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman. Mulai dari strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Berikut adalah alternatif model bisnis yang bisa diterapkan KPRI Banjar Patroman pada unit usaha pengadaan barang.

|  |  |  |  |   |
|--|--|--|--|---|
| <p> <b>Key Partnership</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toko Pantas yang berada di Pasar Kota Banjar</li> <li>• Penyuplai Gula Merah</li> <li>• Penyuplai Beras</li> <li>• Sales-sales</li> </ul>                                   | <p> <b>Key Activities</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pengadaan barang kebutuhan pokok untuk anggota</li> <li>• Pengemasan produk</li> <li>• Pengantaran produk</li> <li>• Restock barang di toko</li> </ul> | <p> <b>Value Propositions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemasan menarik</li> <li>• Harga terjangkau</li> <li>• <i>Cashback</i> setiap tahun yaitu pembagian SHU</li> <li>• Kemudahan dalam berbelanja, karena menggunakan <i>Delivery Order</i></li> <li>• Lokasi yang strategis</li> <li>• Promo hari besar</li> <li>• Pelayanan berkualitas</li> </ul> | <p> <b>Customer Relationships</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Whats.App</i> dan Nomor Telepon</li> <li>• Kunjungan (koperasi ke Pemkot atau sebaliknya)</li> <li>• Database</li> <li>• Merchandise</li> </ul> | <p> <b>Customer Segments</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Anggota KPRI Banjar Patroman</li> <li>• Non Anggota</li> </ul> |
| <p> <b>Cost Structure</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Biaya Tetap : Biaya Kendaraan, Biaya Perlengkapan, Biaya Pengemasan, Gaji Karyawan</li> <li>• Biaya Variabel : Biaya Pemasaran</li> <li>• Biaya penyusutan Gedung</li> </ul> |  | <p> <b>Revenue Streams</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Pendapatan Transaksi : Konsumen akhir (Cash)</li> <li>• Pendapatan Berulang : Sistem angsuran melalui pinjaman</li> </ul>   |  |   |

Gambar 3 Business Model Canvas unit usaha pengadaan barang KPRI Banjar Patroman

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai desain unit usaha pengadaan barang Koperasi Pegawai Republik Indonesia melalui Business Model Canvas (BMC) yang didapatkan dari hasil wawancara dan observasi yang telah dipaparkan pada bab sebelumnya sehingga dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengembangan usaha menggunakan Business Model Canvas pada Koperasi Pegawai Republik Indonesia disimpulkan bahwa Customer Segements KPRI Banjar Patroman yaitu anggota koperasi, Value Propositions yang diberikan berupa kemasan yang menarik yaitu menggunakan logo koperasi, harga terjangkau di banding kompetitor, kemudahan dalam pembelian, Cashback di setiap tahun yaitu pembagian SHU, Channels dalam menjalankan kegiatan usahanya menangani secara langsung kepada konsumen akhir yaitu anggota koperasi, Customer Relationships KPRI Banjar Patroman menggunakan media WhatsApp, nomor telephone , Revenue Streams berupa biaya transaksi, biaya berulang, dan biaya pelanggan, Key Resources yang dimiliki KPRI Banjar Patroman untuk menjalankan unit usaha pengadaan barang yaitu fisik berupa ruangan tempat pengemasan, satu buah kendaraan sepeda motor, dan perlengkapan kantor, finansial berupa modal sendiri dan Bank jika diperlukan, sumber daya manusia yaitu empat orang pengurus dan satu karyawan, Key Activities mencatat pesanan anggota dilanjutkan dengan pengemasan pesanan di koperasi yang beralamat di Jln Dr. Husein
2. Kartasmita no 108, kemudian diantar sesuai dinas-dinas yang dimana anggota koperasi bekerja, Key Partnerships KPRI Banjar Patroman akan bermitra dengan toko grosir besar di Kota Banjar yang sudah memiliki citra yang baik yaitu Toko Pantes, dan Cost Structures biaya yang dikeluarkan KPRI Banjar Patroman dalam unit usaha pengadaan barang yaitu biaya tetap dan biaya variabel. Berdasarkan analisis SWOT dengan melihat keadaan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dimiliki oleh KPRI Banjar Patroman unit usaha pengadaan barang berdasarkan pemetaan dari Business Model Canvas.
3. Mendesain strategi-strategi dari hasil analisis SWOT berdasarkan 9 elemen Business Model Canvas mulai dari Strategi SO, strategi WO, strategi ST, dan strategi WT. Strategi tersebut untuk pengambilan keputusan dalam Pengembangan Usaha Koperasi Pegawai Republik Indonesia Banjar Patroman.

## BIBLIOGRAFI

- Osterwalder Alexander dan Yves Pigneur 2013 Business Model Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- Rangkuti, F. 2014. Analisis SWOT : Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Bisnis. Bandung: Alfabeta
- Tim PPM Manajemen. 2012. Business Model Canvas Penerapan di Indonesia. Jakarta Pusat: Penerbit PPM



**This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License**

---