

# Analisis Strategi Pengembangan Usaha Tacoheroick.id dengan Metode Value Proposition Canvas dan Business Model Canvas

Daffa Dhiya Ulhaq\*, Nunung Nurhasanah

Jurusan Teknik Industri, Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Al Azhar Indonesia,  
Jl.Sisingamangaraja, Jakarta, Indonesia, 12110 .

## Article Info

### Article history:

Received  
01 Desember 2022

Accepted  
11 Agustus 2023

### Keywords:

BMC, Takoyaki Food,  
VPC

## Abstract

Business adaptability is a fundamental skill required to achieve business success. In addition, rapidly changing business conditions need companies to be fully aware of opportunities, risks, and challenges. Culinary businesses are in great demand among all MSME business fields (Micro, Small, and Medium Enterprises). Business in the culinary field is also a promising business opportunity and can be run with less capital. The culinary business has many obstacles, one of which is a business that cannot develop. Therefore, this study uses one of the MSME businesses in the culinary sector, namely the Tacoheroick.id business, and develops with the VPC (Value Proposition Canvas) and BMC (Business Model Canvas). The conclusions obtained based on data collection and the results of the analysis that have been carried out, conclusions can be drawn in analyzing the development of Tacoheroick.id business in the target market of high school students (High School), students, and office employees to around JABODETABEK (Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, and Bekasi) in the franchise business method, Tacoheroick.id offer affordable prices and easy payments (such as Gopay, OVO, DANA, and ShopeePay). Tacoheroick.id market products with online applications and participate in festivals. For Tacoheroick.id activities and resource need to run to generate the expected value, Tacoheroick.id business cooperates with frozen food, plastic shops, grocery stores and food vloggers. Tacoheroick.id business has a Cost Structure consisting of raw material costs, production support costs, packaging costs, labor costs and transportation costs. The proposed changes are expected to develop on Tacoheroick.id business.

## 1. PENDAHULUAN

Pemberdayaan masyarakat dapat didefinisikan sebagai proses yang membangun orang atau masyarakat melalui peningkatan kemampuan masyarakat, perubahan perilaku masyarakat, dan pengorganisasian masyarakat (Hendrarso, 2020). Kemampuan di masyarakat yang dapat dikembangkan meliputi berbagai macam keterampilan seperti kemampuan berbisnis, kemampuan dalam mencari informasi, kemampuan mengelola kegiatan, kemampuan bertani, dan lain-lain, tergantung kebutuhan dan masalah yang dihadapi masyarakat (Hutamy *et al.*, 2021). Keterampilan masyarakat mencakup kemampuan seperti bertani, beternak, dan berwirausaha. Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah membawa paradigma baru dalam segala aspek kehidupan, dan membawa perubahan gaya hidup masyarakat khususnya teknologi informasi. Banyak perusahaan berinvestasi dalam teknologi informasi, khususnya internet, dengan harapan dapat

memaksimalkan kinerja bisnis. Perusahaan yang sedang berkembang dapat dikenali dari kemampuannya dalam merumuskan strategi. Strategi menuntut perusahaan tersebut untuk merumuskan keputusan di masa depan (Pratami and Wijaya, 2016).

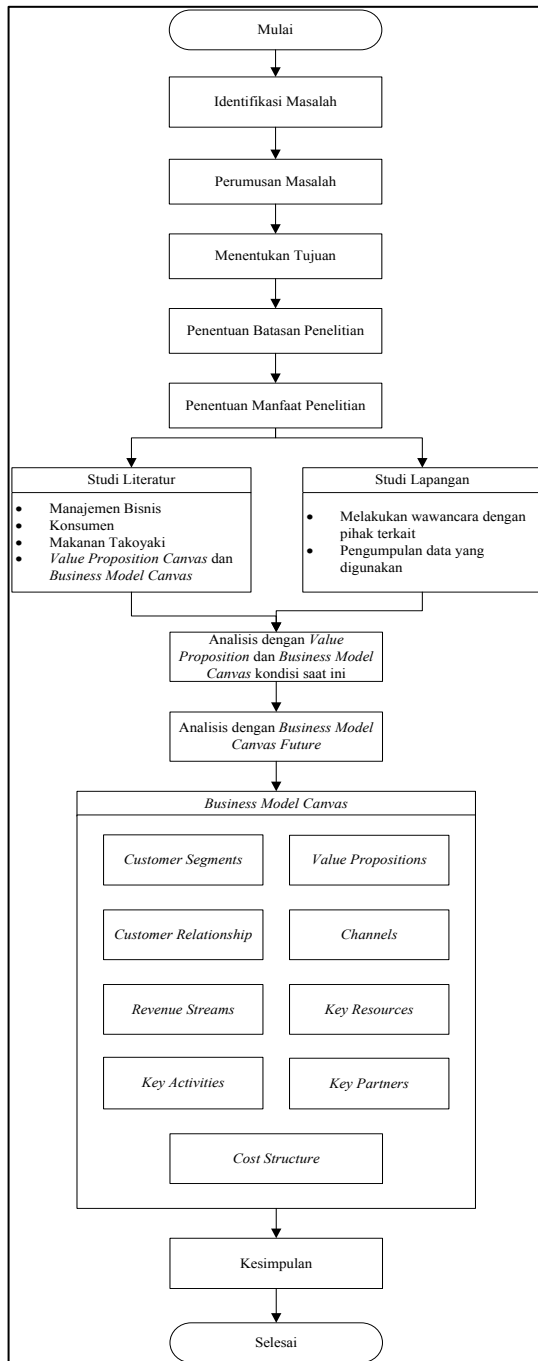
Bisnis Tacoheroick.id merupakan sebuah bisnis makanan takoyaki yang berada di daerah Pamulang Indonesia. Bisnis ini merupakan industri rumah tangga (*home industry*) dari seorang mahasiswa dan temannya. Bisnis ini memerlukan analisis untuk mengembangkan bisnisnya. Tujuan analisis ini untuk melebarkan sayap bisnisnya agar dapat meraih *customer* atau target pasar yang lebih luas lagi dan menembus seluruh golongan masyarakat di Indonesia. Pengembangan bisnis Tacoheroick.id ini akan dikonsepsikan dengan menggunakan metode *Value Proposition Canvas* dan *Business Model Canvas*. *Value Proposition Canvas* dan *Business Model Canvas* merupakan metode atau *template* rencana bisnis yang dapat

\*Corresponding author. Daffa Dhiya Ulhaq  
Email address: daffau12@gmail.com

membantu memecahkan ide dan membuat asumsi dasarnya dapat lebih mudah dibaca dan diedit.

## 2. METODOLOGI PENELITIAN

Suatu bagan yang berisikan tahapan-tahapan dalam penelitian atau biasa disebut sebagai *flowchart* penelitian digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian dari awal hingga akhir penelitian.



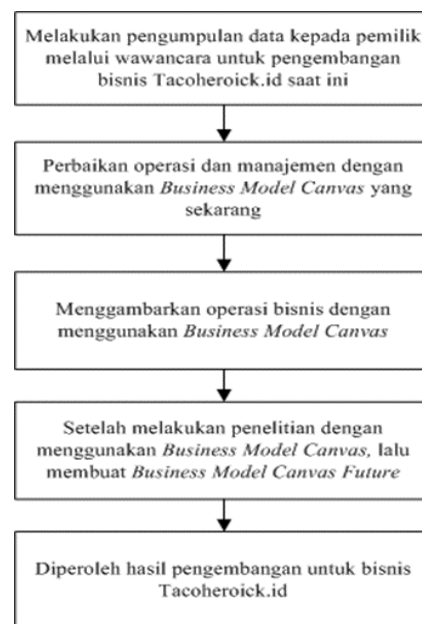
**Gambar 1.**  
*Flowchart* Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bisnis Tacoheroick.id yang merupakan sebuah bisnis makanan yang menjual makanan takoyaki.

Penelitian ini dimulai dengan melakukan proses studi literatur yaitu mengumpulkan studi literatur dari berbagai sumber baik dari jurnal-jurnal terkait ataupun sumber lainnya yang dapat dipertanggungjawabkan.

Dalam studi literatur penelitian ini mengumpulkan informasi beserta analisis khususnya mengenai metode *Business Model Canvas*, *Value Proposition Canvas* serta variabel pendukung lain seperti produk makanan takoyaki tersebut guna mendukung penelitian. Langkah yang diambil dalam penelitian antara lain, melakukan identifikasi masalah, perumusan masalah dan penentuan tujuan penelitian, penentuan batasan masalah, penentuan manfaat penelitian, dan juga melakukan proses studi lapangan yaitu melakukan wawancara dengan pihak terkait, serta pengumpulan data dan informasi yang dibutuhkan. Untuk wawancara dibutuhkan responden sebanyak tiga *customer* atau pelanggan. Pengumpulan data membutuhkan pengamatan selama 3 bulan.

Langkah selanjutnya yaitu menganalisis awal menggunakan metode *Value Proposition Canvas* yang datanya berasal dari wawancara yang bersangkutan pada bisnis Tacoheroick.id. Selanjutnya melakukan pengolahan data menggunakan metode *Business Model Canvas* yang memiliki sembilan langkah penyelesaian yaitu *Customer Segment*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partners*, dan *Cost Structure*. Kemudian melakukan analisis dan interpretasi data, dan menarik kesimpulan.



**Gambar 2.**  
*Flowchart* Kerangka Berpikir

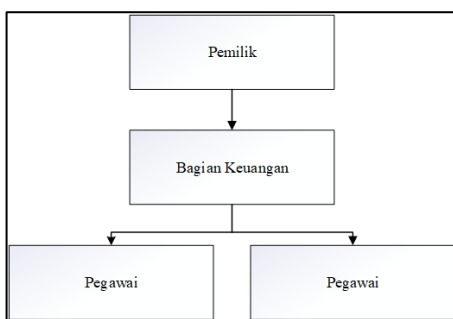
Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada *customer* atau pelanggan dari

Tacoheroick.id dan data dokumentasi kepuasan pelanggan. Setelah dilakukan pengumpulan data melalui wawancara, lalu perbaikan operasi dan manajemen dengan menggunakan *Business Model Canvas* yang sekarang. Metode *Business Model Canvas* adalah metode yang dipilih untuk menggambarkan operasi bisnis. Penulis melakukan penelitian dengan bantuan metode *Business Model Canvas* guna menemukan solusi atau penyelesaian yang tepat untuk pengembangan bisnis Tacoheroick.id. Setelah dilakukan penelitian menggunakan metode *Model Business Canvas*, penulis diharapkan menemukan solusi untuk pengembangan bisnis Tacoheroick.id dalam memperluas pasar agar dapat dikenal banyak orang.

**3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

**3.1 Bisnis Tacoheroick.id**

Bisnis ini didirikan pada tahun 2019 bersamaan dengan awal pandemi. Pemilik menciptakan bisnis ini karena menyukai makanan Jepang, salah satu makanannya itu adalah takoyaki. Pemilik menamakan bisnis ini juga dengan bahasa Jepang yaitu Tacoheroick.id agar selaras dengan produk yang dijualnya. Pada bisnis ini takoyaki yang dijual awalnya hanya memiliki 1 *topping* yaitu sosis, dan dengan berjalannya waktu pemilik mengembangkan usaha ini dengan menambahkan beberapa varian *topping*, yaitu sosis, keju dan gurita. Paket yang tersedia pada bisnis ini ada 2 yaitu paket 1 yang berisi 5 buah takoyaki dan 9 buah takoyaki pada 1 box nya. Untuk bisnis ini terdapat 2 pegawai yang menjalankannya dan harga takoyaki pada Tacoheroick.id yaitu sebesar Rp 15.000. Bisnis ini melakukan *pre-order* dengan jangka waktu 3 hari sebelum pembuatan.



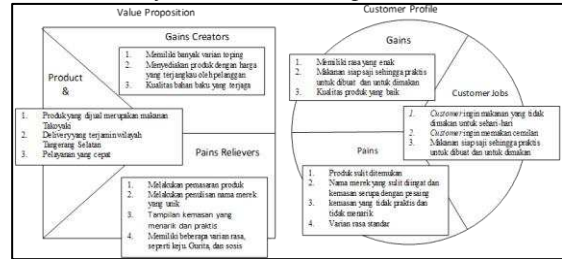
**Gambar 3.**  
Struktur Organisasi

Pada Gambar 3 merupakan struktur organisasi dari UMKM Tacoheroick.id. Struktur organisasi terdiri dari 4 struktur, yaitu pemilik, bagian keuangan, dan memiliki dua pegawai.

**3.2 Value Proposition Canvas**

Pada tahapan ini dilakukan proses analisis awal pada *value proposition canvas* untuk mempermudah saat merancang analisis pada

*template business model canvas*. Pada *value proposition canvas* terdapat dua bagian yaitu *Customer Profile* dan *Value Proposition*.



**Gambar 4.**  
*Value Proposition Canvas*

Pada Gambar 4 merupakan *value proposition canvas* dari UMKM Tacoheroick.id di Pamulang. Dari *value proposition canvas* memiliki beberapa elemen yaitu, *Customer jobs*, *Gains*, *Pains*, *Product & Services*, *Gains Creators*, dan *Pains Relievers*.

*Customers Profile:*

1. *Customers Jobs*

*Customer jobs* yang terdapat pada bisnis Tacoheroick.id menginginkan makanan yang tidak dimakan untuk sehari-hari, makanan yang berbentuk seperti cemilan, dan makanan yang siap saji sehingga mudah untuk dimakan dan untuk dibuat.

2. *Gains*

*Gains* yang sudah dimiliki saat ini adalah memiliki rasa yang enak dengan kualitas produk yang baik dan itu menjadi kekuatan produk takoyaki saat ini.

3. *Pains*

Untuk *Pains* atau pengalaman negatif yang dialami oleh *customer* adalah sulitnya untuk menemukan produk takoyaki karena produk ini belum dikenal secara luas di wilayah Jabodetabek, sulitnya nama merek untuk diingat oleh *customer*, kemasan yang tidak menarik dan varian rasa yang standar.

*Value Proposition:*

1. *Product and Services*

Product berada di Tacoheroick.id adalah makanan takoyaki. *Services* yang berada di Tacoheroick.id adalah melakukan *delivery* yang terjamin di wilayah Tangerang Selatan dan pelayanan yang cepat.

2. *Gains Creators*

*Gains Creators* berfungsi untuk bagaimana usaha menciptakan keuntungan kepada pelanggan dari produk dan jasa yang ditawarkan. Keuntungan-keuntungan yang didapatkan oleh *customer* yaitu, memiliki banyak varian *topping*, menyediakan produk

dengan harga yang terjangkau oleh pelanggan dan memiliki kualitas bahan baku yang terjaga.

### 3. *Pain Relievers*

Untuk *pains Reliever* adanya sebuah keterkaitan dengan *pains* yang bertujuan untuk meringankan masalah yang terdapat di *pains*. Berdasarkan masalah yang dialami oleh *customer*, maka Tacoheroick.id melakukan perubahan dengan melakukan pemasaran produk tempat serta memberikan tampilan kemasan yang menarik dan praktis, lalu melakukan penulisan nama merek yang unik dan mempunyai beberapa varian rasa, seperti keju, gurita, dan sosis.

### 3.3 *Business Model Canvas Saat Ini*

Berdasarkan penelitian, hasil wawancara, dan observasi yang telah dilakukan dapat dilihat bahwa Tacoheroick.id telah menerapkan konsep model bisnis dalam usahanya dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Gambar di bawah ini menyajikan visualisasi *Business Model Canvas* sebelum dievaluasi.

<p><b>Key Partners</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Frozen food</i></li> <li>2. Toko plastik</li> <li>3. Toko sembako</li> </ol>	<p><b>Key Activities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Melakukan <i>Pre-Order</i></li> <li>2. Pencarian dan pembelian bahan baku yang baik</li> <li>3. Produksi</li> <li>4. Pengemasan</li> <li>5. Pengiriman</li> </ol>	<p><b>Value Proposition</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang cepat dan <i>packaging</i> menarik</li> <li>2. Kami menjual produk makanan yang bernama takoyaki.</li> <li>3. Kualitas bahan baku yang terbaik pada produk takoyaki</li> <li>4. Takoyaki dari Tacoheroick.id disajikan dengan berbagai pilihan rasa yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan pelanggan</li> <li>5. Harga yang terjangkau</li> </ol>	<p><b>Customer Relationship</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan <i>review</i> dari pelanggan yang sebelumnya</li> <li>2. Memberikan pelayanan yang ramah</li> <li>3. Membuat promosi dengan adanya diskon</li> </ol>	<p><b>Customer Segments</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anak-anak hingga orang dewasa (5-60 tahun)</li> <li>2. Pria dan Wanita yang berada di sosial media</li> <li>3. Wilayah Tangerang Selatan</li> </ol>
<p><b>Key Resource</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Sumber daya manusia:</b> Tenaga kerja</li> <li>2. <b>Intelektual:</b> Mereknya yaitu Takoheroick.id, resep dan bahan baku yang berkualitas</li> <li>3. <b>Keuangan:</b> modal sendiri</li> <li>4. <b>Fisik:</b> Jaringan distribusi antar teman, Kendaraan, Alat yang digunakan untuk memasak dan rumah</li> </ol>			<p><b>Channels</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Line</li> <li>2. WhastsApp</li> <li>3. Instagram</li> </ol>	
<p><b>Cost Structure</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya Bahan Baku</li> <li>2. Biaya Penunjang Produksi</li> <li>3. Biaya Kemasan</li> <li>4. Biaya Tenaga Kerja</li> <li>5. Biaya Transportasi</li> </ol>			<p><b>Revenue Streams</b></p> <p><b>Pendapatan:</b> Setiap Takoyaki yang terjual</p>	

**Gambar 5.**

*Business Model Canvas* Kondisi Saat Ini

Gambar 5 merupakan kondisi awal *Business Model Canvas* dari Tacoheroick.id sebelum dilakukannya evaluasi untuk kedepannya. *Business Model Canvas* memiliki beberapa elemen, yaitu *customer segment*, *value proposition*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partners*, dan *cost structure*.

#### 1. *Customer Segments*

*Customer segments* dari Tacoheroick.id adalah anak-anak hingga dewasa yang sekitaran umur 5-60 tahun, pria dan wanita, teman-teman yang berada di sosial media agar mudah dapat memancing pelanggan yang lain, dan pembeli yang di sekitaran wilayah Tangerang Selatan. Data ini diketahui dengan wawancara pada pemilik usaha. Pasar dari Tacoheroick.id

masih belum luas dikarenakan usaha baru. Fungsinya orang-orang terdekat untuk memancing konsumen dan secara tidak langsung dengan melalui orang terdekat akan menyebar dengan sendirinya.

#### 2. *Value Proposition*

Terdapat beberapa penambahan nilai yang ditawarkan oleh Tacoheroick.id seperti pelayanan yang cepat dan *packaging* produk yang menarik, kualitas bahan baku yang baik, memiliki beberapa varian *topping* untuk menarik perhatian konsumen, dan harga yang terjangkau. Harga yang terjangkau dengan kualitas bahan yang baik sangat jarang ditemukan, dikarenakan banyak pesaing jika sudah memakai kualitas bahan bagus akan

memiliki harga yang menyesuaikan dengan kualitasnya.

### 3. Channels

*Channels* merupakan saluran atau media yang digunakan dalam berhubungan dengan konsumen dan juga untuk promosi. *Channels* yang dipakai pada usaha bisnis ini yaitu Line, Whatsapp, dan Instagram. Media sosial di zaman sekarang sangat berpengaruh karena masyarakat sangat dekat dengan *gadget*, karena itu Tacoheroick.id melakukan pemasaran dan juga berhubungan dengan konsumen melalui media sosial.

### 4. Customer Relationship

*Customer relationship* dari Tacoheroick.id menawarkan berbagai keuntungan untuk menjaga *customer*. Keuntungan tersebut meliputi memberikan pelayanan yang ramah agar *customer* tidak merasa takut ataupun kesal, membuat promosi dengan adanya diskon untuk menarik perhatian pembeli dan *customer*, dan memberikan *review* testimoni kepada pelanggan agar tidak memiliki persepsi negatif dengan Tacoheroick.id.

### 5. Revenue Streams

*Revenue streams* dari Tacoheroick.id hanya didapat dari penjualan setiap takoyaki, dikarenakan Tacoheroick.id merupakan usaha baru dengan itu mereka hanya memaksimalkan penjualan takoyaki.

### 6. Key Resource

*Key resource* dari Tacoheroick.id merupakan sumber daya yang diperlukan pada bisnis, sumber daya yang diperlukan oleh Tacoheroick.id antara lain adalah merek dagang yaitu "Tacoheroick.id", tenaga kerja yang hanya terdiri 2 pegawai, kendaraan untuk melakukan *delivery* atau pengiriman produk, bahan baku yang berkualitas dan rumah yang digunakan untuk tempat bisnisnya.

### 7. Key Activities

*Key activities* merupakan aktivitas yang berhubungan dengan produktivitas bisnis yang berkaitan dengan produk. *Key activities* pada Tacoheroick.id adalah diawali dengan *pre-order*, *pre-order* digunakan untuk mengetahui jumlah permintaan konsumen. Lalu jika sudah mendapatkan permintaan dari konsumen, maka perlu pembelian bahan baku dengan kualitas yang baik dan di produksi. Dalam 1 *pre-order* bisa mendapatkan pesanan 15 boks. Setelah itu dilakukannya pengemasan dan pengantaran.

### 8. Key Partners

*Key partners* merupakan pihak untuk kerja sama dengan bisnis untuk memenuhi sumber daya. *Key partners* pada Tacoheroick.id merupakan *frozen food* untuk bahan baku seperti gurita dan sosis, lalu toko plastik untuk memenuhi kebutuhan pengemasan dan produksi, dan terakhir toko sembako untuk memenuhi bahan baku dalam pembuatan takoyaki dari bisnis Tacoheroick.id.

### 9. Cost Structure

*Cost structure* merupakan biaya yang dikeluarkan oleh bisnis tersebut. Berikut merupakan *cost structure* dari bisnis Tacoheroick.id.

**Tabel 1.**  
Biaya Bahan Baku

Biaya Bahan Baku				
No.	Keperluan	Quantity	Harga Satuan	Harga Total
1	Paket Takoyaki			
	- 1 Bungkus Tepung 500gr			
	- 1 Botol saus takoyaki 200ml	1 pack	63.650	63.650
	- 1 Bungkus Katsuobushi 50gr			
	- 1 Bungkus aonori 10gr			
2	Gurita	250 gram	22.700	22.700
3	Sosis	375 gram	19.000	19.000
4	Keju	165 gram	15.000	15.000
5	Minyak	1 L	26.500	26.500
<b>Total</b>				<b>146.850</b>

Tabel 1 merupakan *cost structure* biaya bahan baku dari bisnis Tacoheroick.id. Biaya bahan baku bisnis Tacoheroick.id terdiri dari paket takoyaki (tepung dari merek TITIANDFOOD, saus takoyaki dari merek DNFOOD, katsuobushi, dan aonori). *Topping* untuk takoyaki bisnis Tacoheroick.id yaitu adanya gurita, sosis dan keju. Lalu bahan baku yang terakhir adalah minyak, yang digunakan untuk proses produksi dari takoyaki di bisnis Tacoheroick.id.

**Tabel 2.**  
Biaya Penunjang Produksi

Biaya Penunjang Produksi				
No.	Keperluan	Quantity	Harga Satuan	Harga Total
1	Listrik	0.075 kwh	1.444,70	2.600,46
2	Gas Elpiji 3 kg	1 unit	20.000	20.000
<b>Total</b>				<b>22.600,46</b>

Pada Tabel 2 merupakan *cost structure* biaya penunjang produksi dari bisnis Tacoheroick.id. *Cost structure* biaya penunjang produksi bisnis Tacoheroick.id terdiri dari listrik, yang digunakan untuk menyimpan bahan baku di kulkas agar dapat bertahan lebih lama. Selanjutnya untuk *cost structure* biaya penunjang dari bisnis Tacoheroick.id yaitu gas elpiji 3 kg, yang berguna untuk proses produksi dari takoyaki tersebut.

**Tabel 3.**  
Biaya Kemasan

Biaya Kemasan				
No.	Keperluan	Quantity	Harga Satuan	Harga Total
1	Boks Takoyaki	1 pack	40.000	40.000
2	Tusuk Gigi	1 pack	3.000	3.000
3	Stiker Brand	2 lembar A3	15.000	30.000
4	Plastik Kresek	1 pack	7.700	7.700
5	Plastik	1 pack	5.700	5.700
<b>Total</b>				<b>86.400</b>

Tabel 3 merupakan *cost structure* biaya kemasan dari bisnis Tacoheroick.id. *Cost structure* biaya kemasan bisnis Tacoheroick.id terdiri dari boks takoyaki yang digunakan sebagai wadah untuk melindungi makanan dan menjaga kualitas makanan tersebut. Lalu tusuk gigi yang berguna untuk alat makan yang menggantikan garpu. Selanjutnya *stiker brand* yang digunakan sebagai menunjukkan nama *brand* dan membuat ciri khas tampilan kemasan produk tersebut. Sedangkan kantong plastik digunakan sebagai tas untuk membawa kemasan. Dan yang terakhir plastik itu sebagai wadah di dalam kemasan boks.

**Tabel 4.**  
Biaya Tenaga Kerja

Biaya Tenaga Kerja	
Tenaga Kerja	(2 x Rp. 25.000,-/hari x 8 hari kerja) = Rp. 400.000 ,-

Tabel 4 merupakan *cost structure* biaya tenaga kerja dari bisnis Tacoheroick.id. Biaya tenaga kerja pada bisnis Tacoheroick.id terdapat 2 tenaga kerja. Untuk biaya tenaga kerja sebesar Rp 25.000 untuk 1 hari kerja dan selama 1 bulan terdapat 8 hari kerja. Dan didapatkannya total biaya tenaga kerja sebesar Rp 400.000.

**Tabel 5.**  
Biaya Transportasi

Biaya Transportasi	
Transportasi	(Rp. 20.000 x 8 kali pengantaran) = Rp. 160.000 ,-

Tabel 5 merupakan *cost structure* biaya transportasi dari bisnis Tacoheroick.id. Biaya transportasi pada bisnis Tacoheroick.id terdiri dari biaya bensin dan jumlah pengantaran. Dan didapatkan total biaya transportasi sebesar Rp 160.000.

**3.4 Business Model Canvas Future**

Berdasarkan yang didapatkan dari *Business Model Canvas* sebelumnya, telah diperoleh wawancara dari pihak UMKM Tacoheroick.id. Setelah didapatkan, lalu dilanjutkan pengembangan dengan *Business Model Canvas future*. Berikut di bawah ini merupakan *Business Model Canvas future*.

<p><b>Key Partners</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Frozen food</li> <li>2. Toko plastik</li> <li>3. Toko sembako</li> <li>4. Food Vlogger</li> </ol>	<p><b>Key Activities</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memperluas pasar sampai Jabodetabek dengan bisnis franchise</li> <li>2. Melakukan Pre-Order</li> <li>3. Pencarian dan pembelian bahan baku yang baik</li> <li>4. Produksi</li> <li>5. Pengemasan</li> <li>6. Pengiriman</li> </ol> <p><b>Key Resource</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sumber daya manusia: Tenaga kerja</li> <li>2. Intelektual: Mereknya yaitu Takoheroick.id, resep, dan bahan baku yang berkualitas</li> <li>3. Kenangan: modal sendiri</li> <li>4. Fisik: Jaringan distribusi antar teman, Kendaraan, Alat yang digunakan untuk memasak, dan Rumah</li> </ol>	<p><b>Value Proposition</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pelayanan yang cepat dan packaging menarik</li> <li>2. Kami menjual produk makanan yang bernama takoyaki.</li> <li>3. Kualitas bahan baku yang terbaik pada produk takoyaki</li> <li>4. Takoyaki dari Tacoheroick.id disajikan dengan berbagai pilihan rasa yang dapat dipilih sesuai dengan keinginan pelanggan</li> <li>5. Harga yang terjangkau</li> <li>6. Adanya pembayaran yang mudah seperti gopay, ovo, dana, dan shopeepay</li> </ol>	<p><b>Customer Relationship</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memberikan review dari pelanggan sebelumnya</li> <li>2. Memberikan pelayanan yang ramah dengan adanya diskon</li> <li>3. Membuat promosi dengan adanya diskon</li> <li>4. Meminta evaluasi dari pelanggan dari pelanggan di media sosial</li> </ol> <p><b>Channels</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Sosial Media : Line, WhastsApp, Instagram, Facebook, TikTok, Youtube</li> <li>2. Aplikasi Online : Gofood, dan Shopeefood</li> <li>3. Festival atau event kuliner</li> </ol>	<p><b>Customer Segments</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Anak-anak hingga orang dewasa (5-60 tahun)</li> <li>2. Pria dan Wanita</li> <li>3. Teman-teman yang berada di sosial media</li> <li>4. Pecinta makanan yang unik</li> <li>5. Wilayah jabodetabek</li> </ol>
<p><b>Cost Structure</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya bahan baku</li> <li>2. Biaya Penujang Produksi</li> <li>3. Biaya Kemasan</li> <li>4. Biaya Tenaga Kerja</li> <li>5. Biaya Transportasi</li> <li>6. Paid promote</li> </ol>		<p><b>Revenue Streams</b></p> <p>Pendapatan: Setiap Takoyaki yang terjual dan Hasil Franchise</p>		

**Gambar 6.**  
*Business Model Canvas Future*

Pada Gambar 6 merupakan *Business Model Canvas Future* yang telah dikembangkan dari *Business Model Canvas* sebelumnya. Ada beberapa tambahan untuk isi dari elemen-elemen yang didalam *Business Model Canvas Future*. Berikut merupakan elemen-elemen *Business Model Canvas Future*.

#### 1. Customer Segments

*Customer segments* ini merupakan *customer segments* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id, yaitu memperluas pasar sampai sekitaran wilayah Jabodetabek dan pecinta makanan.

#### 2. Value Proposition

*Value proposition* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id, terdapat beberapa penambahan nilai yaitu proses pembayaran yang mudah karena sudah adanya gopay, ovo, dana, dan shopeepay.

#### 3. Channels

*Channels* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id, terdapat beberapa penambahan nilai untuk berhubungan dengan konsumen dan untuk promosi, seperti sosial media yang terdiri dari Line, Whatsapp, Instagram, Facebook, Tiktok, dan Youtube. Lalu adanya aplikasi online terdiri dari Gofood dan Shopeefood. Untuk sosial media dan aplikasi online dipegang oleh admin agar bisa terlihat proses berjalannya bisnis. Dan yang terakhir mengikuti festival atau *event* kuliner. Karena setelah COVID-19, sekarang sedang maraknya banyak acara festival untuk memajukan UMKM yang sempat tutup karena dampak pandemi.

#### 4. Customer Relationship

*Customer relationship* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id, terdapat beberapa penambahan nilai untuk menjaga *customer*, yaitu meminta *customer* untuk memberikan evaluasi agar berkembangnya bisnis Tacoheroick.id. Evaluasi dari *customer* yang didapat dari media sosial.

#### 5. Revenue Streams

*Revenue streams* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id terdapat beberapa penambahan aliran pendapatan di Tacoheroick.id, yaitu hasil dari *Franchise*. *Franchise* berfungsi untuk memperluas pasar sehingga suatu bisnis bisa dapat dikenal oleh banyak orang.

#### 6. Key Resource

Elemen *key resource* dalam jangka waktu 1 atau 2 tahun mendatang masih menggunakan sumber daya yang sama.

#### 7. Key Activities

*Key Activities* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id didapatkan beberapa penambahan yaitu melakukan perluasan pasar sampai di sekitaran wilayah Jabodetabek dengan metode bisnis *franchise* agar secara perlahan Tacoheroick.id bisa terkenal dan bisa sampai seluruh Indonesia.

#### 8. Key Partners

*Key partners* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id didapatkan beberapa penambahan untuk kerjasama seperti *food vlogger* yang sedang ramai dengan bertujuan untuk memperluas pasar agar dikenal banyak orang.

#### 9. Cost Structure

*Cost structure* yang telah diperbaharui dari bisnis Tacoheroick.id, terdapat beberapa penambahan, seperti penambahan adanya *paid promote*. *Paid promote* merupakan penyedia layanan jasa dari akun-akun Instagram yang mempunyai pengikut yang banyak, seperti akun milik *publik figur*, selebgram ataupun masyarakat. Penggunaan jasa *paid promote* harus mempertimbangkan pemilihan akun, apakah memiliki pengikut asli atau pengikut palsu.

**Tabel 6.**

Biaya Paid Promote

Biaya Paid Promote	
Paid Promote	(Rp. 25.000/ minggu x 4 minggu/perbulan) = Rp. 100.000,-

Pada Tabel 6 merupakan perhitungan dari biaya paid promote. Biaya paid promote untuk 1 minggu sebesar Rp. 25.000 dan untuk pengembangan dibutuhkan 1 bulan. Maka, dibutuhkan biaya yang dikeluarkan dalam 1 bulan sebesar Rp. 100.000.

## 4. KESIMPULAN

Berdasarkan pengumpulan data dan hasil analisis dari pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan yang merujuk pada perumusan masalah yang telah diidentifikasi sebelumnya. Didapatkannya kesimpulan dalam menganalisis perkembangan bisnis Tacoheroick.id dalam target pasar pelajar SMA, mahasiswa dan pegawai kantor hingga sekitar JABODETABEK dalam metode bisnis *franchise*, Tacoheroick.id menawarkan harga yang terjangkau dan pembayaran yang mudah (seperti gopay, ovo, dana, dan shopeepay). Tacoheroick.id memasarkan produk dengan aplikasi online dan mengikuti festival. Agar aktivitas dan kebutuhan sumber daya Tacoheroick.id dapat berjalan untuk menghasilkan *value* yang diharapkan, bisnis Tacoheroick.id

memiliki kerja sama dengan *frozen food*, toko plastik, toko sembako dan *food vlogger*. Bisnis Tacoheroick.id memiliki *Cost Structure* terdiri dari biaya bahan baku, biaya penunjang produksi, biaya kemasan, biaya tenaga kerja dan biaya transportasi. Perubahan yang diusulkan diharapkan akan mengembangkan pada bisnis Tacoheroick.id.

## 5. REFERENCES

1. Hendrarso, P. 2020. "Meningkatkan Kualitas Sumber Daya Manusia Di Perguruan Tinggi Menuju Era VUCA : Studi Fenomenologi Pada Perguruan Tinggi Swasta." *Orphanet Journal of Rare Diseases* 21(1):1-9.
2. Hutamy, Ericha Tiara, Adelia Marham, Andi Naila Quin, Azisah Alisyahbana, Nur Arisah, Muhammad Hasan, Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Dan Bisnis, Universitas Negeri Makassar, and Riwayat Artikel. 2021. "Analisis Penerapan Bisnis Model Canvas Pada Usaha Mikro Wirausaha Generasi Z (Analysis of the Canvas Model's Application to Micro-Entrepreneurs of Generation Z)." *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran Digital (JBPD)* 1(1):1-11.
3. Pratami, Ni Wayan Cahya Ayu, and Puritan Wijaya. 2016. "Penerapan Bisnis Model Kanvas Dalam Penentuan Rencana Manajemen Usaha Jasa Pengiriman Dokumen Di Denpasar." *Sistem Dan Informatika* 11:77-85.