

## **PERENCANAAN ULANG BISNIS TEPUNG CRISPY: STUDI KASUS PADA UD. RIZKY CITRA RASA DI GUMENO MANYAR GRESIK**

Tresno Antoko<sup>1</sup>, Hadi Ismanto<sup>2</sup>

Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Gresik, Gresik

### **Abstrak**

*Penelitian ini membahas perencanaan ulang bisnis tepung crispy dengan menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus, dengan fokus pada UD. Rizky Citra Rasa di Gumeno Manyar Gresik. Tujuan penelitian adalah untuk mendalami pemahaman tentang situasi bisnis dan merancang kembali model bisnis yang responsif terhadap dinamika pasar menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Hasil Penelitian dapat memberikan konteks latar belakang penelitian yang mencerminkan perlunya peningkatan strategi bisnis di tengah persaingan industri tepung crispy yang semakin ketat, mengeksplorasi teori-teori terkait pendekatan kualitatif, studi kasus, dan Business Model Canvas sebagai alat perencanaan ulang bisnis. Tinjauan literatur juga menyoroti relevansi pendekatan kualitatif dalam konteks penelitian ini, mempertimbangkan kebutuhan untuk mendapatkan wawasan mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi perencanaan ulang bisnis, merinci rancangan penelitian dengan menggunakan studi kasus pada UD. Rizky Citra Rasa. Metode pengumpulan data melibatkan wawancara mendalam dengan pemilik bisnis, observasi langsung terhadap proses operasional, dan analisis dokumen terkait. Analisis data menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengidentifikasi temuan-temuan yang mendalam dan memberikan wawasan kontekstual tentang perencanaan ulang bisnis tepung crispy. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi berharga untuk pemahaman praktis dan teoritis tentang bagaimana metode BMC dapat diimplementasikan dalam perencanaan ulang bisnis, khususnya pada sektor industry tepung crispy di Indonesia.*

**Kata Kunci:** Inovasi, Manajemen, Business Model Canvas (BMC).

**Abstract**

*This research discusses the re-planning of the crispy flour business using a qualitative case study approach, with a focus on UD. Rizky Citra Rasa in Gumen Manyar Gresik. The aim of the research is to deepen understanding of business situations and redesign business models that are responsive to market dynamics using the Business Model Canvas (BMC) method. The research results can provide a background context for research that reflects the need to improve business strategies amidst increasingly fierce competition in the crispy flour industry, exploring theories related to qualitative approaches, case studies, and the Business Model Canvas as a business re-planning tool. The literature review also highlights the relevance of a qualitative approach in the context of this research, considering the need to gain in-depth insight into the factors influencing business re-planning, detailing the research design using a case study on UD. Rizky Citra Rasa. Data collection methods involve in-depth interviews with business owners, direct observation of operational processes, and analysis of related documents. Data analysis uses a qualitative approach to identify in-depth findings and provide contextual insight into re-planning the crispy flour business. It is hoped that this research can provide a valuable contribution to practical and theoretical understanding of how the BMC method can be implemented in business re-planning, especially in the crispy flour industry sector in Indonesia.*

**Keywords:** *Innovation, Management, Business Model Canvas (BMC).*

## **Pendahuluan**

Dalam ilmu ekonomi, bisnis merupakan suatu entitas organisasi yang melakukan penjualan produk atau layanan kepada konsumen atau perusahaan lainnya dengan tujuan memperoleh keuntungan (Afni & Jalil, 2020). Secara historis, istilah 'bisnis' diambil dari bahasa Inggris, yakni bisnis, yang berasal dari kata dasar busy yang artinya 'sibuk' dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat. Bisnis dapat didefinisikan sebagai aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan dengan tujuan memberikan keuntungan pada pelakunya, melibatkan berbagai kegiatan seperti pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa (Ikhwan Syarif et al., 2023).

Hughes dan Kapoor mendefinisikan bisnis sebagai kegiatan individu yang terstruktur, memproduksi, dan menjual barang serta jasa dengan tujuan mencapai keuntungan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat. Definisi serupa diberikan oleh Brown dan Pretello, yang menyatakan bahwa bisnis mencakup lembaga-lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, serta segala kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta, baik itu untuk keuntungan maupun tidak.

Tepung crispy adalah salah satu bisnis yang tengah berkembang pesat dalam industri makanan. Bisnis ini menawarkan inovasi dalam menciptakan tepung khusus yang digunakan untuk memberikan tekstur renyah pada berbagai jenis makanan. Keunggulan tepung crispy terletak pada kemampuannya untuk memberikan hasil yang konsisten dalam setiap penggunaannya, membuatnya diminati oleh para produsen makanan yang ingin memberikan sentuhan khusus pada produk mereka.

Bisnis tepung crispy juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan dengan membuka peluang pekerjaan bagi banyak orang dan menginspirasi para pengusaha muda untuk mengeksplorasi ide-ide baru dalam industri makanan. Namun, bisnis ini juga harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan kesehatan, seperti penggunaan bahan-bahan berkualitas dan aman, serta proses produksi yang ramah lingkungan.

Tepung crispy merek Rizky Citra Rasa telah menghadapi persaingan sengit di pasar. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah strategi pemasaran yang kurang efektif dan konsistensi ketersediaan bahan baku yang menghambat produksi dalam jumlah memadai. Kurangnya tenaga

kerja juga menjadi tantangan, membatasi produksi dan mengurangi efisiensi operasional. Oleh karena itu, perencanaan ulang yang komprehensif sangat penting bagi bisnis ini.

Evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran perlu dilakukan untuk mencari cara agar merek ini dapat bersaing dengan pesaing di pasar yang sudah ada. Manajemen yang lebih efisien terkait stok bahan baku dan keuangan harus menjadi prioritas utama. Rekrutmen pegawai yang tepat dan pembentukan struktur organisasi bisnis yang jelas juga menjadi langkah penting untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis. Dalam perencanaan ulang bisnis tepung crispy Rizky Citra Rasa, pembuatan business plan menjadi langkah kunci. Business Model Canvas membantu merumuskan rencana tindakan terperinci untuk mengatasi masalah internal dan memastikan setiap langkah sesuai dengan tujuan jangka panjang bisnis. Manajemen yang baik, inovasi, dan penggunaan business model canvas juga menjadi faktor krusial dalam menjalankan rencana bisnis ulang ini, membantu bisnis ini mengatasi tantangan internal dan eksternal serta memperkuat posisinya di pasar.

## **Metode**

Penelitian ini mengadopsi metode kualitatif yang bersifat fenomenologi. Pendekatan kualitatif Fenomenologi melibatkan pengumpulan dan analisis data secara teliti untuk kemudian menarik kesimpulan berdasarkan kasus yang diamati. Metode penelitian kualitatif bertujuan untuk menemukan pemahaman yang mendalam terhadap fenomena dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang menggabungkan berbagai sumber, analisis data, dan interpretasi hasil secara berdasarkan kualitas atau sifat deskriptif (Eko Haryono n.d.).

Data bisa diperoleh melalui interaksi wawancara dengan responden dan penggunaan dokumen. Peneliti mencari tujuh responden untuk melakukan wawancara secara tatap muka. Penelitian dilakukan di UD Rizky Citra Rasa yang terletak di Desa Gumeno Kecamatan Manyar. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui metode observasi dan wawancara, kemudian hasilnya dianalisis dengan pendekatan analisis kualitatif dan Perencanaan Ulang.

## **Hasil dan Pembahasan**

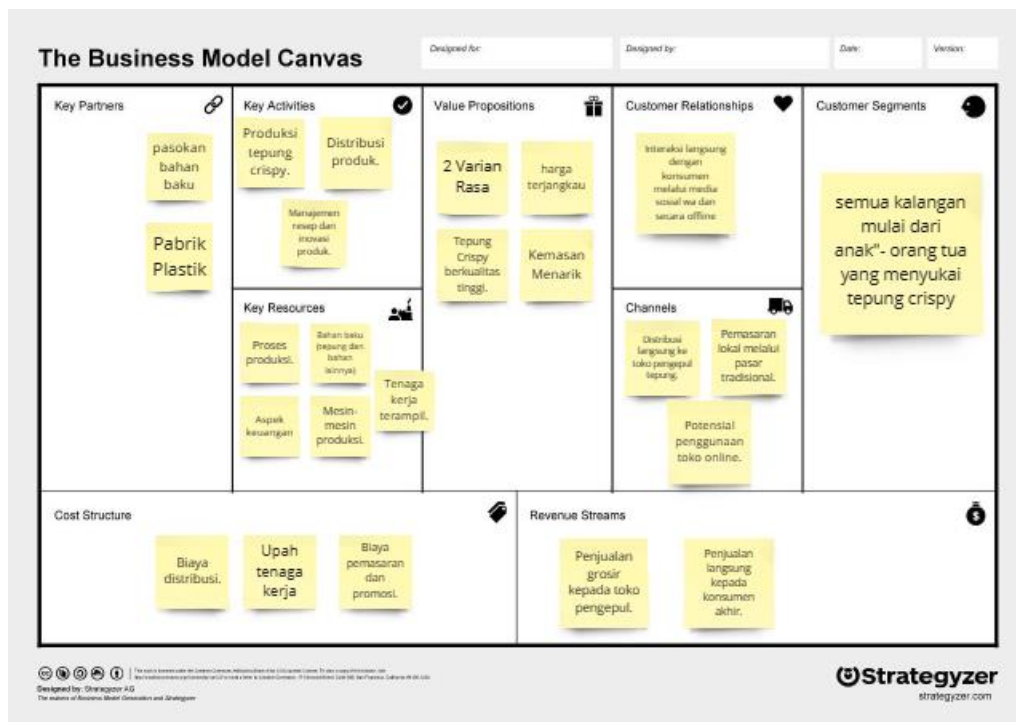
UD. Rizky Citra Rasa, yang berlokasi di Desa Gumeno, Kecamatan Manyar, Kabupaten Gresik, menjadi subjek penelitian menarik karena fokusnya pada bisnis tepung crispy di wilayah tersebut. Perusahaan ini awalnya memiliki rencana ambisius untuk menjadi pemain utama dalam industri tepung crispy, namun menghadapi berbagai kendala yang memengaruhi bisnisnya. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kendala-kendala yang dihadapi UD. Rizky Citra Rasa dalam menjalankan usaha tepung crispy di kawasan tersebut.

Metode penelitian menggunakan Business Model Canvas (BMC) untuk merinci elemen-elemen kunci dalam perencanaan ulang bisnis UD. Rizky Citra Rasa. BMC diharapkan memberikan gambaran holistik tentang strategi bisnis perusahaan, termasuk segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, sumber pendapatan, dan elemen penting lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa UD. Rizky Citra Rasa menghadapi kendala signifikan terutama dalam aspek operasional, SDM, keuangan, dan pemasaran. Meskipun bisnis tepung crispy menawarkan inovasi dan memberikan dampak ekonomi yang signifikan, perusahaan ini harus mengatasi tantangan dalam strategi pemasaran yang kurang efektif dan persaingan sengit di pasar.

Perencanaan ulang bisnis dengan fokus pada strategi pemasaran yang lebih efektif dan manajemen keuangan yang lebih baik menjadi kunci untuk mengatasi masalah ini. Business plan menjadi alat kunci dalam merumuskan rencana tindakan terperinci, sementara BMC membantu menyajikan rencana jangka panjang kepada pihak eksternal.

Dalam BMC, beberapa key partners seperti pengepul tepung, pasokan bahan baku, dan pengecer tepung crispy menjadi mitra krusial untuk kelancaran operasional. Key activities yang ditekankan mencakup produksi tepung crispy, distribusi produk, dan manajemen inovasi produk. Value proposition perusahaan difokuskan pada varian rasa, harga terjangkau, dan kemasan menarik, sementara customer relationships diimplementasikan melalui interaksi langsung dengan konsumen. Channel distribusi yang dipilih mencakup distribusi langsung dan pemasaran online.



Gambar 1  
Business Model Canvas

Cost structure yang diterapkan mencakup biaya produksi, distribusi, upah tenaga kerja, dan pemasaran. Terakhir, revenue streams perusahaan terdiri dari penjualan grosir dan langsung kepada konsumen akhir. Dengan diversifikasi sumber pendapatan ini, UD. Rizky Citra Rasa berharap dapat mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik.

## Kesimpulan

Pertama, dalam tahap awal, perusahaan telah merencanakan usaha tepung krispi dengan memperhatikan aspek kunci seperti key partners, key activities, key resources, value proposition, dan customer relationships. Ini termasuk mengidentifikasi mitra penting dan menekankan produksi, distribusi, dan inovasi produk.

Kedua, perusahaan menghadapi sejumlah kendala, termasuk strategi pemasaran yang kurang efektif, masalah ketersediaan bahan baku, dan keterbatasan tenaga kerja. Kendala keuangan dan kurangnya struktur organisasi yang jelas juga menciptakan hambatan dalam operasional bisnis.

Ketiga, UD Rizky Citra Rasa melakukan perencanaan ulang usaha tepung krispi dengan menggunakan metode Business Model Canvas (BMC). Dalam BMC, mereka mengidentifikasi kembali elemen-elemen kunci dalam bisnis mereka dan menyesuaikan strategi mereka untuk mengatasi kendala awal. Ini mencakup penekanan pada key partners, key activities, key resources, value proposition, channel distribusi, cost structure, dan revenue streams.

Terakhir, melalui perencanaan ulang ini, UD Rizky Citra Rasa berharap dapat mengatasi kendala awal yang dihadapinya dan memperkuat posisinya di pasar tepung krispi. Dengan menyesuaikan strategi pemasaran, memperbaiki manajemen keuangan, dan memperluas saluran distribusi, perusahaan berharap dapat mencapai keberlanjutan bisnis yang lebih baik dan meningkatkan daya saing mereka di pasar.

## Daftar Referensi

- Eko Haryono, 2023. n.d.  
"METODOLOGIPENELITIANKUALITATIFDIPERGURUANTING GIKEAGAMAAN ISLAM."
- Syarif, M. I., Pohan, R. A. R., & Lestari, D. (2023). Pengaruh Game Online terhadap Perilaku Konsumtif: Studi Kasus Siswa MAN 1 dan MAN 2 Medan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 3(2), 3079-3095.
- Afni, N., & Jalil, A. (2020). Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Usaha Bisnis Busana Muslim. *Jurnal Ilmu Perbankan dan Keuangan Syariah*, 2(2), 142-156.