

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 4.1 Sejarah Burstaco.id

#### 4.1.1 Profil Burstaco.id

Burstaco adalah brand yang menjual produk berupa makanan yaitu Taco yang berasal dari Mexico. Taco sendiri biasanya berisi daging (ayam, sapi, ikan) dan ada beberapa sayuran lalu digulung atau dilipat dengan kulit tortilla tepung maupun tortilla jagung lalu di atasnya di beri saus yang terbuat dari *Sourcream* dan campuran bumbu lainnya. Usaha ini berdiri sejak tanggal 15 November 2020 dan dikelola oleh saya sendiri sebagai *owner* dan produk taco ini dijual dengan system *pre-order* dimana pesanan akan direkap h-1 sebelum produk taco ini jadi.

Lokasi usaha ini berada di rumah *owner* sendiri yang berada di Jl. Diponegoro gang mawar 4b no 7b, Genuk, Ungaran Barat. Usaha saya belum memiliki *offline store* namun biasanya jika ada pembeli yang ingin mengambil pesanan Taco tersebut dapat ke rumah *owner* atau pesanan bisa di antar dengan jasa kurir yang kami pakai biasanya untuk ongkos ke wilayah Semarang digunakan tarif *flat* sebesar Rp.15.000,00. Berikut adalah *Instagram* dari Burstaco.id :



Gambar 4. 1 Instagram Burstaco.id

Sumber : Profil Burstaco.id, 2023

#### 4.1.2 Logo Usaha dan Maknanya



**Gambar 4. 2 Logo Burstaco.id**

Logo ini memuat nama dari usaha kami, slogan, serta gambar Taco. Pemilihan logo tersebut dengan menggunakan gambar Taco diharapkan dapat membuat konsumen mengerti bahwa produk yang kami jual adalah produk Taco serta agar konsumen mengetahui bentuk Taco melalui logo tersebut. Nama bisnis yaitu Burstaco. Burstaco memiliki makna “Burst” yang berasal dari Bahasa Inggris yang artinya meledak dan “Taco” diambil dari jenis makanan yang kami tawarkan. Meledak disini dalam artian enak.

Slogan dari bisnis ini yaitu “*best Taco in town*” yang artinya “Taco terbaik di kota”.

#### 4.1.3 Visi & Misi

Visi : Menjadi perusahaan makanan yang mengkolaborasi makanan Mexico dan Indonesia dengan memperhatikan kualitas, manfaat, serta tanpa bahan pengawet.

Misi :

- a. Menjadi perusahaan yang menjual makanan Taco tanpa pengawet yang aman untuk segala usia
- b. Dengan menggunakan bahan yang berkualitas yang baik maka dapat memberikan manfaat untuk tubuh karena makanan ini mengandung sayur
- c. Memasarkan makanan mexico dengan cita rasa khas Indonesia

#### 4.1.4 Produk dan Keunggulannya

Adapun produk dan keunggulan varian produk Burstaco.id adalah sebagai berikut :

**Tabel 4. 1 Produk dan Keunggulan Produk Burstaco.id**

Variant Produk	Keterangan
Taco Beef	Taco ini berisi daging cincang pilihan dengan menggunakan <i>seasoning</i> khas burstaco lalu padukan dengan beberapa sayuran seperti <i>lettuce</i> , bawang bombay ungu dan tomat. Lalu di atasnya kami beri keju <i>cheddar orange</i> dan keju <i>mozzarella</i> . Taco ini menggunakan tortilla jagung yang di goreng <i>crispy</i> .
Taco Chicken	Taco ini berisi daging ayam yang <i>grill</i> dengan bumbu khas burstaco lalu kami padukan dengan sayuran seperti tomat, bombay ungu dan daun ketumbar. Lalu untuk <i>dressing</i> di atasnya kami gunakan dengan <b>guacamole</b> (saus alpukat khas Mexico yang sudah kami sesuaikan dengan lidah masyarakat Indonesia). Taco ini menggunakan tortilla jagung yang di goreng <i>crispy</i> .
Taco Dori	Taco ini berisi ikan dori yang kami goreng <i>crispy</i> dan di balur menggunakan tepung bumbu khas burstaco. Untuk di dalamnya kami menggunakan sayuran seperti kol ungu, daun ketumbar, bawang bombay ungu, dan tomat. Lalu untuk <i>dressingnya</i> atau <i>sauce</i> di atasnya kami gunakan saus yang mengandung mayonnaise dan <i>yoghurt</i> lalu kami padukan dengan saus <i>sriracha</i> . Rasa dari <i>dressing</i> ini sedikit pedas, asam dan gurih. Taco ini menggunakan tortilla yang berbahan dasar tepung dan memiliki tekstur yang lembut.

#### 4.1.5 Kemasan Produk

Pemilihan kemasan dengan bahan *ecofriendly* memiliki harapan untuk mengurangi jumlah plastik yang sulit terurai maka untuk mengemasnya kami tidak menyediakan plastik dan menggantinya dengan *ecobag* berbahan kertas. Selain itu packaging ini kami design secara unik yakni bentuknya seperti Taco.



**Gambar 4. 3 Kemasan Produk**

Keunggulan Produk :

1. Mengutamakan kualitas dalam bahan yang digunakan
2. Bahan yang kami gunakan *Homemade* yang sehat dan tidak mengandung pengawet
3. Dapat dikonsumsi untuk orang yang sedang *diet*
4. Produk inovatif
5. Kami selalu melakukan evaluasi produk dengan mendengarkan kritik dan saran dari konsumen
6. Kemasan unik

#### **4.1.6 Foto Produk**



*Taco Beef*

*Taco Chicken*



Taco Dori

Gambar 4. 4 Foto-Foto produk **BURSTACO.ID**

## 4.2 Analisis Data

### 4.2.1 Data Wawancara mengenai Bisnis Model Canvas (BMC)

Wawancara pengambilan data dilakukan kepada pendiri sekaligus pemilik Burstaco.id sebagai narasumber. Berikut ini data diri dari narasumber:

1. Krisanti Septian Sabatini (Pemilik)

Jenis kelamin : Perempuan

Umur : 23 tahun

2. Niken (Karyawan)

Jenis kelamin : Perempuan

Umur : 21 tahun

Narasumber tersebut digunakan untuk menentukan atau menganalisis dari elemen-elemen dasar atau aspek Bisnis Model Canvas (BMC) lama di Burstaco.id Semarang. Adapun Dari hasil wawancara yang telah dilakukan, didapat hasil pemetaan setiap elemen-elemen dasar atau aspek bisnis dari Bisnis Model Canvas (BMC) pada Burstaco.id. Hasil wawancara setiap 9 elemen Dasar dapat dilihat di bawah ini:

1. *Customer Segmen*

*Customer segmen* atau segmentasi pelanggan yaitu pada dasarnya menu yang disajikan Burstaco.id diperuntukkan untuk segala umur. Burstaco.id berfokus pada orang yang memiliki keseharian sibuk sehingga membutuhkan makanan

siap saji. Selain itu Burstaco.id menjangkau para remaja generasi Z yaitu remaja yang berumur 9 – 24 tahun.

## 2. *Value Proposition*

Burstaco.id memiliki nilai proporsi atau *value proposition* yang dapat diberikan kepada pelanggan diantaranya kemasan yang unik, dengan memiliki kemasan yang unik maka Burstaco.id mampu menarik pelanggan sehingga akan melakukan pembelian, nilai proporsi yang lain adalah makanan yang dijual Burstaco.id adalah makanan yang banyak disukai oleh banyak orang karena makanan tersebut adalah makanan kekinian. Burstaco.id juga memiliki ancaman bahwa toko pesaing terkadang menyediakan ragam menu yang lebih murah dibandingkan dengan menu yang ditawarkan oleh Burstaco.id, walaupun memiliki kemasan yang unik ternyata Burstaco.id juga memiliki kelemahan diantaranya di Burstaco.id tidak dapat memesan makanan secara langsung dan harus melalui *preorder*.

## 3. Channel

*Channel* atau saluran Burstaco.id dalam memasarkan produknya melalui media sosial instagram serta menjualnya sendiri melalui story *Whatsapp* yang nantinya pemilik Burstaco.id mengantar makanan tersebut kerumah sesuai dengan pesanan, sementara untuk saat ini Burstaco.id belum merambah ke dunia market place seperti Shopee dan Tokopedia.

## 4. *Customer Relationship*

*Customer relationship* adalah tipe hubungan yang ingin dibangun oleh perusahaan kepada pelanggan, Burstaco.id memiliki hubungan yang baik dengan pelanggan misalnya melalui pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap. Kelemahan Burstaco.id dalam pembayaran yang dilakukan pelanggan adalah Burstaco.id belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara *debit card* dan *credit card*. Ragam menu yang disediakan oleh Burstaco.id banyak dicari konsumen karena menu di dominasi oleh sayuran dan ada proteinnya sehingga dapat digunakan sebagai menu diet.

## 5. *Revenue Stream*

*Revenue stream* atau arus pendapatan dari Burstaco.id berasal dari penjualan ragam menu yang dijual Burstaco.id

## 6. *Key Activities*

Aktifitas kunci adalah aktifitas penting yang harus dilakukan agar usaha dapat berjalan dengan baik. Burstaco.id memiliki beberapa aktifitas penting dalam pembuatan Taco diantaranya memcuci bersih sayuran, memotong sayuran, Setelah sayuran sudah dipotong lalu siapkan baskom besar dan masukkan sayuran tersebut ke baskom itu lalu di campur menggunakan sendok dan masukkan perasan jeruk lemon ke sayuran tersebut, setelah itu bumbu dengan sedikit gula dan garam untuk menyeimbangkan rasa. Siapkan tortilla jagung dan tortilla tepung. Untuk tortilla jagung goreng dan di bentuk seperti tempat Taco, pastikan di goreng di api yang panas agar hasilnya garing dan renyah. Untuk *dressing* pada Taco dori : masukkan *mayonnaise* dan *yoghurt* ke dalam mangkok lalu tambahkan saus *sriracha*, perasan lemon, gula, dan garam. Setelah jadi *dressing* untuk Taco dori, masukkan ke kulkas agar bahan tetap terjaga kualitasnya. Untuk *dressing* pada Taco chicken : kupas alpukat dan hanya ambil dagingnya saja, lalu masukkan alpukat, yoghurt dan daun ketumbar kedalam *chopper* lalu beri perasan jeruk lemon, gula, garam dan sedikit merica lalu di *chopper* hingga halus. Setelah jadi *dressing* untuk Taco dori, masukkan ke kulkas agar bahan tetap terjaga kualitasnya. Untuk *topping beef* parut keju *mozzarella* dan keju *cheddar*. Untuk isian protein pada Taco *beef* siapkan daging sapi giling. Lalu potong cincang bawang bombay dan bawang putih. Setelah itu siapkan wajan dengan sedikit minyak lalu masukkan bawang putih dan bawang bombay tersebut setelah layu dan harum masukkan daging kedalam wajan tersebut. Lalu beri bumbu daging itu dengan *palm sugar*, bubuk cabai, bubuk paprika, bubuk bawang bombay, bubuk jintan, garam dan kaldu bubuk. Setelah itu beri sedikit air dan tunggu hingga airnya menyusut. Dan isian untuk Taco *beef* telah jadi. Untuk isian protein pada Taco dori : siapkan ikan dori lalu potong-potong dengan ukuran memanjang, setelah itu siapkan tepung terigu pada baskom lalu di beri bubuk paprika, garam, kaldu bubuk, bubuk bawang

putih, bubuk bawang bombay lalu beri air soda dingin hingga kekentalan yang pas. Adonan tepung sudah jadi lalu di siapkan wajan dengan minyak yang cukup banyak dan dengan menggunakan api sedang, tunggu hingga minyak agak panas. Setelah itu masukkan dori kedalam adonan tepung yang sudah buat lalu masukkan ke minyak yang sudah panas tersebut dan goreng hingga matang. Untuk isian protein pada Taco ayam : siapkan dada ayam yang sudah dipotong dadu, Setelah itu siapkan wajan dengan sedikit minyak lalu masukkan bawang putih dan bawang bombay tersebut setelah layu dan harum masukkan daging ayam kedalam wajan tersebut. Lalu beri bumbu ayam itu dengan *palm sugar*, bubuk cabai, bubuk paprika, bubuk bawang bombay, garam dan kaldu bubuk. Setelah itu beri sedikit air dan tunggu hingga airnya menyusut. Dan isian Taco ayam telah jadi. Setelah semua jadi pada tahap ini tinggal penyusunan sebagai berikut : Untuk Taco *beef* : siapkan tortilla jagung lalu masukkan daging isian kedalam tortilla tersebut sesuai takaran yang sudah di tentukan, lalu beri sayuran salad, lalu masukkan keju *cheddar orange* dan *keju mozzarella*. Setelah itu *torch* keju itu agar meleleh. Dan Taco sudah siap di masukkan ke dalam kemasan. Untuk taco ayam : Siapkan tortilla jagung lalu masukkan daging ayam isian kedalam tortilla tersebut sesuai takaran yang sudah di tentukan, lalu beri sayuran salad, dan beri *sauce dressing* alpukat yang sudah buat. Dan Taco sudah siap di masukkan ke dalam kemasan. Untuk Taco dori : Siapkan tortilla tepung lalu masukkan sayuran salad dan susun dori crispy yang sudah buat lalu masukkan *dressing sauce* untuk dori sesuai takaran. Dan Taco sudah siap di masukkan ke dalam kemasan.

#### 7. *Key Partners*

*Key partners* atau kemitraan utama merupakan pihak yang menjalin hubungan kerjasama dengan Burstaco.id diantaranya adalah Burstaco menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Burstaco.id juga menjalin hubungan dengan *supplier* yang memberikan kualitas standar bahan baku yang baik diantaranya adalah Penjual Pasar Ungaran, *Onlineshop supplier* eyang Djono Semarang, Hazfruit Puri Anjasmoro.



### 8. Key Resources

Sumber daya yang dimiliki oleh Burstaco.id untuk memenuhi aktifitas kunci yaitu bahan yang digunakan *homemade* dan tidak mengandung pengawet dan belum memiliki admin khusus untuk penjualan online dan banyak konsumen yang sudah mulai bosan.

### 9. Cost Structure

*Cost structure* atau struktur biaya yang dikeluarkan Burstaco.id dalam menjalankan bisnisnya adalah biaya produksi dan biaya promosi, Burstaco.id menggunakan sarana promosi *online* seperti *Instagram Ads*. Untuk biaya *instagram ads* Burstaco.id yaitu dari Rp.30.000,- hingga Rp.50.000,- untuk perharinya, biaya penyusutan alat

**Tabel 4. 2 Bussiness Model Canvas**

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<p>1. Menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen. Penjual Pasar Ungaran, Onlineshop suplier eyang Djono Semarang Hazfruit Puri Ajarmoro.</p>	<p>1. Mencuci bahan 2. Proses <i>dressing</i> 3. Proses <i>topping</i> 4. Proses <i>packing</i></p>	<p>1. Kemasan unik. 1. 2. Makanan yang dijual disukai banyak orang. 3. Ragam menu pesaing lebih murah. 4. Tidak dapat memesan secara langsung dan harus preorder.</p>	<p>1. Pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap. 2. Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara <i>debit card</i> dan <i>credit card</i>. 3. Menu di dominasi oleh sayuran dan ada proteinnya sehingga dapat digunakan sebagai</p>	<p>1. <i>Customer segmen</i> atau segmentasi pelanggan yaitu pada dasarnya menu yang disajikan 2. Burstaco.id diperuntukkan untuk segala umur. Burstaco.id berfokus pada orang yang memiliki keseharian sibuk sehingga membutuhkan makanan</p>

			menu diet.	siap saji. Selain itu Burstaco.id menjangkau para remaja generasi Z yaitu remaja yang berumur 9 – 24 tahun.
Key Resources	Channels	Cost Structure	Revenue Stream	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan yang digunakan <i>homemade</i> dan tidak mengandung pengawet</li> <li>2. Belum memiliki admin khusus untuk penjualan online</li> <li>3. Banyak konsumen yang sudah mulai bosan.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi lewat sosial media</li> <li>2. Menjamin kerjasama dengan mitra.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Biaya produksi dan biaya promosi, Burstaco.id menggunakan sarana promosi <i>online</i> seperti <i>Instagram Ads</i>. Untuk biaya <i>instagram ads</i> Burstaco.id yaitu dari Rp.30.000,- hingga Rp.50.000,- untuk perharinya, biaya penyusutan alat</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revenue stream atau arus pendapatan dari Burstaco.id berasal dari penjualan ragam menu yang dijual Burstaco.id</li> </ol>	

Dari hasil analisis Bisnis Model Canvas (BMC) seperti pada gambar di atas, dapat dilihat bahwa elemen dasar atau aspek bisnis pada Burstaco.id telah menggambarkan model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana Burstaco.id menciptakan dan memberikan nilai dalam bisnisnya.

## 4.2.2 Penyajian Data SWOT

### 4.2.2.1 Faktor faktor SWOT

Dalam pengumpulan data pengolahan metode SWOT menggunakan kuesioner Stakeholders yaitu kepada beberapa pemilik Burstaco.id, Faktor-Faktor SWOT yang diperoleh dari hasil kuesioner akan diidentifikasi berdasar Faktor internal dan eksternal, adapun faktor internal yaitu kekuatan dan kelemahan (*Strenght and Weakness*) dan faktor Eksternal yaitu Peluang dan ancaman (*Opportunity and Threat*) selanjutnya akan diberi nilai pembobotan berdasar hasil dari Stakeholder yang telah memberikan penilaian, berikut dibawah ini adalah penjelasannya:

**Tabel 4. 3 Faktor-Faktor SWOT**

<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>		<b>Kode</b>
1	Bahan yang digunakan berkualitas tinggi	S1
2	Memiliki rasa yang enak	S2
3	Burstaco.id sudah memiliki target pasar yang jelas	S3
4.	Pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap	S4
5.	Bahan yang digunakan <i>homemade</i> dan tidak mengandung pengawet	S5
6.	Kemasan yang unik	S6
7.	Menyediakan produk baru yang tepat sesuai keinginan konsumen	S7
<b>Kelemahan (WEAKNESS)</b>		
1	Penjualan produk masih harus melalui <i>preorder</i>	W1
2	Produk tidak <i>ready</i> tiap saat	W2
3.	Belum memiliki admin khusus untuk penjualan online	W3
4.	Sering mengalami keterlambatan dalam hal penerimaan pesanan karena lamanya respon admin	W4
5.	Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara <i>debit card</i> dan <i>credit card</i>	W5

<b>Ancaman (THREATS)</b>		
1	Aktivitas produksi dan kualitas produksi yang terhambat akibat hal – hal yang tidak terduga misalnya musim hujan ataupun perkiraan kebutuhan bahan baku yang meleset	T1
2	Meningkatnya harga bahan baku	T2
3.	Tersedianya produk inovatif yang lebih murah yang ditawarkan oleh pesaing.	T3
4.	Bertambahnya pesaing dengan merk yang lebih terkenal	T4
5.	Banyak konsumen yang sudah mulai bosan	T5
<b>Peluang (OPPORTUNITIES)</b>		
1.	Mitra yang selalu menyediakan bahan baku untuk kelancaran proses produksi dan melengkapi proporsi nilai perusahaan.	O1
2.	Kesempatan menggunakan teknologi informasi untuk promosi melalui sosial media sebagai upaya mendukung peningkatan penjualan produk	O2
3.	Banyak dicari oleh konsumen yang sedang melakukan <i>diet</i> karena produk ini di dominasi oleh sayuran dan ada proteinnya	O3
4.	Banyaknya anak muda yang menyukai makanan kekinian maupun <i>western</i>	O4
5.	Makanan kekinian yang di sukai	O5

Sumber : Data Primer yang diolah, 2022

Setelah dilakukan kuesioner seperti gambar di atas maka akan dilakukan perhitungan bobot atau pembobotan pada setiap faktornya dalam bentuk matrix, dalam hal ini dipecah menjadi 2 faktor yaitu faktor Internal atau IFAS (Internal Factor Analysis Strategy) dan faktor Eksternal atau EFAS (External Factor Analysis Strategy). Setelah pembobotan maka akan dilakukan pemberian rating pada

setiap faktor. Setiap faktor yang ada menjadi pertimbangan dalam penentuan strategi kedepannya.

#### 4.2.2.2 Perhitungan Skor IFAS (Internal Factor Analysis Strategy)

Setelah dilakukan pembobotan, selanjutnya dengan FGD (Forum Group Discussion) dari pemilik akan memberikan rating untuk setiap variabel dengan skala pada Strength nilai 1 (sangat lemah) sampai 4 (sangat kuat) sedangkan pada Weakness nilai 1 (sangat kuat) nilai 4 (sangat lemah) berdasar subjektivitas pemilik Bustaco.id.

**Tabel 4. 4 Nilai Perhitungan Skor IFAS**

	<b>Kekuatan (<i>Strenght</i>)</b>	<b>Bobot</b>	<b>Peringkat</b>	<b>Bobot * peringkat</b>
1	Bahan yang digunakan berkualitas tinggi	0,09	4	0,36
2	Memiliki rasa yang enak	0,10	4	0,40
3	Burstaco.id sudah memiliki target pasar yang jelas	0,09	4	0,36
4	Pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap	0,08	3	0,23
5	Bahan yang digunakan <i>homemade</i> dan tidak mengandung pengawet	0,09	4	0,36
6	Kemasan yang unik	0,09	3	0,27

7	Menyediakan produk baru yang tepat sesuai keinginan konsumen	0,10	4	0,40
<b>Total</b>				
<b>Kelemahan (WEAKNESS)</b>				
1	Penjualan produk masih harus melalui <i>preorder</i>	0,03	3	0,10
2	Produk tidak <i>ready</i> tiap saat	0,07	2	0,13
3	Belum memiliki admin khusus untuk penjualan online	0,10	3	0,30
4	Sering mengalami keterlambatan dalam hal penerimaan pesanan karena lamanya respon admin	0,10	4	0,40
5	Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara <i>debit card</i> dan <i>credit card</i>	0,07	2	0,13
Total IFE		1		3,43

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Nilai Score didapat dari perkalian Bobot dengan rating, setiap variabel dijumlah lalu mendapat Total Score setiap faktor *Strenght* dan *Weakness*. Untuk menentukan nilai IFAS maka nilai Total Score *Streanght* dikurang dengan Total Score *Weakness*. Hasil perhitungan IFAS menjadi titik dalam menentukan gradien pada kuadran SWOT

#### 4.2.2.3 Perhitungan Skor EFAS

Setelah dilakukan pembobotan, selanjutnya dengan FGD (*Forum Group Discussion*) dari pemilik akan memberikan rating untuk setiap variabel dengan skala pada *Opportunity* nilai 1 (sangat lemah) sampai 4 (sangat kuat) sedangkan pada *Threat* nilai 1 (sangat kuat) nilai 4 (sangat lemah) berdasar subjektivitas pemilik Burstaco.id

Tabel 4. 5 Nilai Perhitungan Skor EFAS

Peluang (OPPORTUNITIES)		Bobot	Peringkat	Bobot *Peringkat
1	mitra yang selalu menyediakan bahan baku untuk kelancaran proses produksi dan melengkapi proporsi nilai perusahaan.	0,1	4,00	0,40
2	Kesempatan menggunakan teknologi informasi untuk promosi melalui sosial media sebagai upaya mendukung peningkatan penjualan produk	0,0875	4,00	0,35
3	Banyak dicari oleh konsumen yang sedang melakukan <i>diet</i> karena produk ini di dominasi oleh sayuran dan ada proteinnya	0,0875	3,00	0,26
4	Banyaknya anak muda yang menyukai makanan kekinian maupun <i>western</i>	0,0875	3,00	0,26
5	Makanan kekinian yang disukai	0,1	3,00	0,30
Total EFE				
Ancaman (THREATS)				
1	Aktivitas produksi dan kualitas produksi yang terhambat akibat hal – hal yang tidak terduga misalnya musim hujan ataupun perkiraan kebutuhan bahan baku yang meleset	0,1	4,00	0,40
2	Meningkatnya harga bahan baku	0,1125	4,00	0,45

3	Tersedianya produk inovatif yang lebih murah yang ditawarkan oleh pesaing.	0,1125	4,00	0,45
4	Bertambahnya pesaing dengan merk yang lebih terkenal	0,1	3,00	0,30
5	Banyak konsumen yang sudah mulai bosan	0,1125	2,00	0,23
		1,00		3,40

Sumber : Data Primer yang diolah, 2023

Nilai Score didapat dari perkalian Bobot dengan rating, setiap variabel dijumlah lalu mendapat Total Score setiap faktor *Opportunity* dan *Threats*. Untuk menentukan nilai EFAS maka nilai Total Score *Opportunity* dikurang dengan Total Score *Threats*. Hasil perhitungan EFAS menjadi titik dalam menentukan gradien pada kuadran SWOT

Dari hasil susunan rangkaian skor pada faktor – faktor internal dan eksternal di atas sebagai berikut :

- a. Matriks IFE (*Internal Factor Evaluation*) = 3.43
- b. Matriks EFE (*External Factor Evaluation*) = 3.40

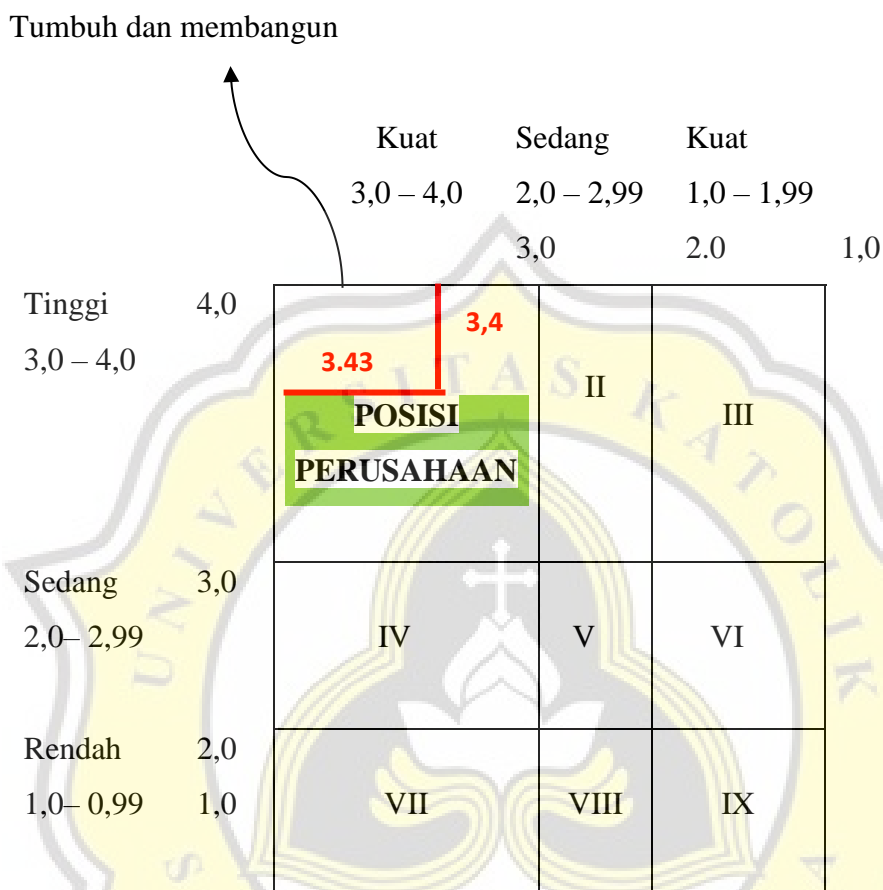
### 4.2.3 Penentuan Kuadran SWOT

#### 4.2.3.1 Matrik IE ( Internal – Eksternal )

Matrik IE ( Internal – Eksternal ) merupakan gambaran yang menunjukkan hasil perhitungan dari skor matrik IFE dan EFE. Pada perhitungan tersebut di dapat skor matrik IFE yaitu 3.43 dan skor matrik EFE yaitu 3.40. Penilaian terhadap faktor eksternal dan internal yang dimiliki Burstaco.id dapat diperoleh total skor yang merupakan jumlah hasil perkalian bobot dengan rating. Tahap selanjutnya berdasarkan total skor yang diperoleh perusahaan dalam tabel faktor strategis internal dan eksternal tersebut dapat dilihat posisi perusahaan untuk menerapkan strategi yang sesuai kondisi perusahaan saat ini dengan memasukkan total skor ke dalam matrik internal eksternal sebagai berikut:



Gambar 4. 5 Total Skor Faktor Strategi Internal-Eksternal



Sumber: Data Primer di olah (2023)

Dari hasil nilai IFAS dan EFAS didapat posisi Burstaco.id terletak pada Kuadran I yang menandakan bahwa Burstaco.id sedang mengalami situasi bisnis progresif yang artinya situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth Oriented Strategy*). Kuadran ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Matrik internal-eksternal (IE) menunjukkan bahwa kondisi perusahaan berada pada sel 1. Pada posisi tersebut perusahaan dapat menerapkan strategi

pertumbuhan melalui integrasi vertikal. Pertumbuhan melalui vertikal dengan cara *backward integration* (mengambil alih fungsi *supplier*) atau dengan cara *forward integration* (mengambil alih fungsi distributor). Strategi pertumbuhan melalui integrasi vertikal merupakan strategi utama perusahaan dengan posisi pasar kompetitif yang kuat dalam industri yang berdaya tarik tinggi. Agar meningkatkan kekuatan bisnisnya atau posisi kompetitifnya, perusahaan harus melaksanakan upaya meminimalkan biaya operasional yang tidak efisien untuk mengontrol kualitas serta distribusi produk.

Dari dari pengisian bobot rating diperoleh berada pada kuadran I, dimana perusahaan memiliki cukup kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang tersedia. Dengan memperhatikan kedekatan titik x terhadap kuadran IV, dimana ancaman cukup menekan perusahaan dalam persaingan. Hasil perhitungan dengan luasan tiap kuadran. Luasan pada kuadran I : Mempunyai rangking pertama dalam perhitungan luasan, kuadran ini adalah kuadran kuadran I sehingga perusahaan sebenarnya dalam posisi yang sangat menguntungkan karena perusahaan memiliki kekuatan yang cukup untuk memanfaatkan peluang yang tersedia.

Langkah-langkah yang harus dijalankan perusahaan dengan menggunakan Matrik SWOT Dari hasil perhitungan luasan Matrik SWOT rangking pertama pada kuadran I, maka strategi yang sesuai untuk diterapkan adalah SO yaitu perusahaan mengoptimalkan kekuatan untuk memanfaatkan peluang yang ada dengan memperhatikan segenap ancaman yang dimungkinkan oleh kompetitor di pasaran. Langkah-langkah Strategi SO yaitu :

- a. Meningkatkan keramahan pelayanan di bagian pemasaran untuk menjalin hubungan baik dengan pelanggan
- c. Mempertahankan produk yang sudah memenuhi Standar Nasional Indonesia sehingga dapat menerima permintaan
- d. Meningkatkan produk yang beragam sehingga dapat memperluas saluran distribusinya

#### 4.2.3.2 Matrik SWOT

Setelah didapat posisi kuadran SWOT Burstaco.id, maka selanjutnya dapat dibuat alternatif strategi bagi Burstaco.id untuk menggunakan kekuatan dan memperbaiki kelemahan, memanfaatkan peluang serta mengatasi ancaman seperti dibawah ini:

**Tabel 4. 6 Matrik SWOT**

<p style="text-align: center;">ANALISIS SWOT</p>	<p><u>STRENGTH</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bahan yang digunakan berkualitas tinggi</li> <li>2. Memiliki rasa yang enak</li> <li>3. Burstaco.id sudah memiliki target pasar yang jelas</li> <li>4. Pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap</li> <li>5. Bahan yang digunakan <i>homemade</i> dan tidak mengandung pengawet</li> <li>6. Kemasan yang unik</li> <li>7. Menyediakan produk baru yang tepat sesuai keinginan konsumen</li> </ol>	<p><u>WEAKNESS</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penjualan produk masih harus melalui <i>preorder</i></li> <li>2. Produk tidak <i>ready</i> tiap saat</li> <li>3. Belum memiliki admin khusus untuk penjualan online</li> <li>4. Sering mengalami keterlambatan dalam hal penerimaan pesanan karena lamanya respon admin</li> <li>5. Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara <i>debit card</i> dan <i>credit card</i></li> </ol>
<p><u>OPPURTUNITY</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. mitra yang selalu menyediakan bahan baku untuk kelancaran proses produksi dan melengkapi proporsi nilai perusahaan</li> <li>2. Kesempatan menggunakan teknologi informasi untuk promosi melalui sosial media sebagai upaya mendukung peningkatan penjualan produk</li> </ol>	<p><u>STRATEGI SO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Terus meningkatkan branding dengan mengadakan promo produk atau diskon produk.</li> <li>2. Terus menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.</li> <li>3. Meningkatkan promosi pemasaran online dan offline.</li> </ol>	<p><u>STRATEGI WO</u></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat sistem manajemen yang terstruktur dan standar pekerja.</li> <li>2. Meningkatkan teknologi pengolahan produksi</li> <li>3. Meningkatkan daya distribusi produk.</li> <li>4. Meningkatkan kekompakan dan</li> </ol>

<p>3. Banyak dicari oleh konsumen yang sedang melakukan <i>diet</i> karena produk ini di dominasi oleh sayuran dan ada proteinnya</p> <p>4. Banyaknya anak muda yang menyukai makanan kekinian maupun <i>western</i></p> <p>5. Makanan kekinian yang di sukai</p>	<p>4. Mengembangkan usaha dengan mitra yang tepat</p>	<p>kerjasama dalam mengelola usaha.</p>
<p><u>TREATH</u></p> <p>1. Aktivitas produksi dan kualitas produksi yang terhambat akibat hal – hal yang tidak terduga misalnya musim hujan ataupun perkiraan kebutuhan bahan baku yang meleset</p> <p>2. Meningkatnya harga bahan baku</p> <p>3. Tersedianya produk inovatif yang lebih murah yang ditawarkan oleh pesaing.</p> <p>4. Bertambahnya pesaing dengan merk yang lebih terkenal</p> <p>5. Banyak konsumen yang sudah mulai bosan</p>	<p><u>STRATEGI ST</u></p> <p>1. Menjaga kualitas produk, bahan baku, pelayanan dan juga alat produksi agar selalu dalam kondisi baik</p> <p>2. Mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan.</p> <p>3. Meningkatkan penjualan dan menjaga kestrabilan harga.</p>	<p><u>STRATEGI WT</u></p> <p>1. Meningkatkan inovasi keragaman menu.</p> <p>2. Melakukan promosi dengan endorsment kepada influencer demi meningkatkan value dan branding.</p>

Sumber :Data Primer diolah (2023)

Setelah didapt hasil dari pengolahan analisis SWOT berupa rancangan strategi maka hasil tersebut dapat disampaikan kepada Burstaco.id untuk dipelajari dan selanjutnya dapat dipilih dan diterapkan ke Burstaco.id sebagai strategi Pengembangan Bisnis Burstaco.id yang akan datang. Semua akan kembali kepada Pemilik Burstaco.id untuk menentukan strategi mana yang akan di pilih dan langkah apa yang akan dilakukan terlebih dahulu.

#### 4.3 Analisis SWOT Setiap Unsur Business Model Canvas Pada Burstaco.id

Menurut David (2006), analisis SWOT digunakan untuk mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan. Semua

organisasi memiliki kekuatan dan kelemahan dalam area fungsional bisnis. Tidak ada perusahaan yang sama kuatnya atau lemahnya dalam semua area bisnis. Kekuatan dan kelemahan internal, digabungkan dengan peluang dan ancaman dari eksternal serta pernyataan misi yang jelas, menjadi dasar untuk penetapan tujuan dan strategi. Tujuan dan strategi ditetapkan dengan maksud memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan eksternal (David, 2006). Setelah melakukan identifikasi terhadap sembilan unsur BMC yang dijalankan oleh Burstaco.id saat ini, tahapan selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT terhadap sembilan unsur BMC tersebut.

Tabel 4. 7 analisis SWOT terhadap sembilan unsur BMC tersebut.

<b>Elemen</b>	<b>kekuatan</b>	<b>kelemahan</b>	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>
Customer Segment	Burstaco.id sudah memiliki target pasar yang jelas		Banyaknya anak muda yang menyukai makanan kekinian maupun <i>western</i> .	
Value Proportion			makanan kekinian yang disukai	tersedianya produk inovatif yang lebih murah yang ditawarkan oleh pesaing.
Channel				dapat meningkatkan promosi lewat sosial media dengan begitu perusahaan dapat merambah ke pasar online dan menjamin kerjasama dengan mitra.

Customer relationship	Pemilik Burstaco.id memiliki hubungan baik dengan pelanggan melalui pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap.	Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara <i>debit card</i> dan <i>credit card</i>	Banyak dicari oleh konsumen yang sedang melakukan <i>diet</i> karena produk ini didominasi oleh sayuran dan ada proteinnya.	Tersedianya produk inovatif yang lebih murah yang ditawarkan oleh pesaing.
Revenue stream				Meningkatnya harga bahan baku
Key activity	Memiliki rasa yang enak.	Penjualan produk tidak <i>ready</i> setiap hari.	Kesempatan menggunakan teknologi informasi untuk promosi melalui sosial media sebagai upaya mendukung peningkatan penjualan produk	Ancaman pada aktivitas produksi dan kualitas produksi yang terhambat akibat hal – hal yang tidak terduga misalnya musim hujan ataupun perkiraan kebutuhan bahan baku yang meleset.
Key Partnership	Menyediakan produk baru yang tepat sesuai keinginan konsumen.		Mendapatkan mitra yang selalu menyediakan bahan baku untuk kelancaran proses produksi dan melengkapi proporsi nilai perusahaan.	
Cost Struktural				Bertambahnya pesaing

				dengan merk yang lebih terkenal.
--	--	--	--	----------------------------------

Sumber : Data primer yang diolah. 2023

Berdasarkan hasil analisis SWOT pada Tabel 2, secara umum dikelompokkan menjadi dua lingkungan utama, yaitu (1) Analisis lingkungan internal berupa kekuatan dan kelemahan; (2) Analisis lingkungan eksternal berupa peluang dan ancaman. Selanjutnya tujuan perusahaan, model bisnis, dan strategi bisnis ditetapkan dengan memanfaatkan kekuatan internal dan mengatasi kelemahan eksternal (Handayani, 2009). Analisis lingkungan internal dan eksternal perusahaan, menjadi dasar untuk penetapan tujuan perusahaan, penyusunan model bisnis perbaikan, prototipe model bisnis baru, dan strategi untuk mendukung model bisnis (perbaikan dan prototipe) perusahaan dimasa mendatang.

#### 4.4 Perbaikan Model Bisnis Burstaco.id

Perbaikan Model Bisnis Burstaco.id Perbaikan model bisnis sangat penting bagi keberhasilan perusahaan yang memungkinkan perusahaan yang memungkinkan perusahaan untuk dapat beradaptasi dengan perubahan-perubahan di pasar maupun lingkungan usaha yang semakin kompetitif. Selain itu, perbaikan model bisnis juga dapat meningkatkan dan membangun organisasi internal perusahaan (Casadesus dan Ricart, 2010). Upaya pengembangan organisasi dapat dilakukan dengan melakukan perbaikan pada unsur-unsur yang menjadi kelemahan didalam organisasi atau perusahaan. Kondisi ini membuat perusahaan harus mengembangkan sumber daya, aset, SDM yang dimilikinya menjadi lebih baik, sehingga dapat bertahan dalam menghadapi perubahan dan persaingan. Perbaikan model bisnis kanvas yang dijalankan oleh perusahaan dilakukan dengan melakukan identifikasi pada sembilan unsur BMC menggunakan analisis SWOT yang dilakukan dengan cara FGD, sehingga diperoleh model bisnis yang baru. Hasil analisis SWOT terhadap sembilan unsur BMC Burstaco.id ditunjukkan pada Gambar 3.

Tabel 4. 8 Hasil analisis SWOT terhadap sembilan unsur BMC Burstaco.id

Key Partners	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyediakan produk yang sesuai dengan keinginan konsumen.</li> <li>2. Penjual Pasar Ungaran,</li> <li>3. Onlineshop supplier yang Djono Semarang</li> <li>4. Hazfruit Puri Ajarmoro.</li> <li>5. Memanfaatkan aplikasi penyedia platform mark</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencuci bahan</li> <li>2. Proses dressing</li> <li>3. Prosise toping</li> <li>4. Proses pengemasan</li> <li>5. <b>Membeli bahan yang premium</b></li> <li>6. <b>Memberikan pelayanan yang ramah, cepat dan memuaskan</b></li> <li>7. <b>Memertahakan rasa agar pelanggan bertahan dan bertambah serta dapat bersain</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemasan unik</li> <li>2. Makanan yang dijual disukai banyak orang</li> <li>3. Ragam menu pesaing lebih murah</li> <li>4. Tidak dapat meemsa langsung dan harus preorder</li> <li>5. <b>Menambahakan produk baru yang lebih tahan lama untuk dapat didistribusikan lebih jauh untuk menjangkau pelanggan yang</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pemberian bonus setiap setahun sekali bagi pelanggan tetap.</li> <li>2. Belum memiliki mesin EDC untuk pembayaran secara debit card dan credit card.</li> <li>3. Menu didominasi oleh sayuran dan ada proteinnya sehingga dapat digunakan sebagai menu diet.</li> <li>4. <b>strategi</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. <i>Customer segment</i> atau segmentasi pelanggan yaitu pada dasarnya menu yang disajikan Burstaco.id diperuntukkan untuk segala umur. Burstaco.id berfokus pada orang yang memiliki kesehatan sibuk sehingga membutuhkan</li> </ol>



<p>etplance seperti Tokopedia dan Shopee, dan juga yang dapat membantu proses distribusi seperti Gofood dari Gojek, Grabfood, dari Grab, Shopee Food dari Shopee, dan Paxel.</p> <p>6. menambahkan mitra lain seperti</p>	<p>g dengan kompetitor</p>	<p>lebih luas.</p> <p>6. Burstaco.id harus melakukan pembentukan usaha sebagai CV dan mendaftarkan legalitas usaha ke dinas terkait untuk mendapatkan perlindungan hukum dan manfaat lainnya.</p>	<p>pengembangan produk dengan menyediakan sistem membership dan promosi giveaway untuk meningkatkan hubungan pelanggan baru</p>	<p>makanan siap saji. Selain itu Burstaco.id menjangkau para remaja generasi Z yaitu remaja yang berumur 9 – 24 tahun.</p> <p>2. strategi penetrasi pasar dimana Burstaco.id dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas untuk memungkinkan didistribusi</p>
---	----------------------------	---	---	---

<p>DAN A untu k meny ediak an pemb ayara n digita l</p> <p>7. Berk olabo rasi deng an komu nitas sosial di Sema rang dan kolab orasi deng an anggota dari Bada n Kulin er Kota Smea rang untu k meni ngkat kan prose s</p>				<p>kan kepad a pelan ggan di luar wilay ah Sema rang.</p> <p>3. Pema nfaat an tekno logi teleko muni kasi dan infor masi sepert i Gojek , dan Grab dapat mend atang kan pelan ggan baru</p>
--	--	--	--	---

bisnis inti.				
Key Resource	Channels	Cost Structure	Revenue Str	
<p>1. bahan yang digunakan akan <i>home made</i> dan tidak mengandung pengawet</p> <p>2. belum memiliki administrasi untuk penjualan online</p> <p>3. banyak konsumen yang sudah mulai bosan</p> <p>4. Menambah sumber daya fisik yaitu smart phone dan comp</p>	<p>1. Promosi lewat sosial media</p> <p>2. Menjamin kerjasama dengan mitra.</p> <p>3. <b>Memanfaatkan layanan penyedia platform market place seperti merchant Gojek, Grab, Shopee, dan membuat lapak di Tokopedia dan Shopee.</b></p>	<p>1. biaya produksi dan biaya promosi, Burstaco.id menggunakan sarana promosi <i>online</i> seperti <i>Instagram Ads.</i> Untuk biaya <i>instagram ads</i> Burstaco.id yaitu dari Rp.30.000,- hingga Rp.50.000,- untuk perharinya, biaya penyusunan alat</p> <p>2. <b>penambahan biaya untuk menunjang strategi alternat</b></p>	<p>1. Revenue stream atau pendapatan dari Burstaco.id berasal dari penjualan ragam menu yang dijual Burstaco.id</p> <p>2. <b>meningkatkan pemasukan dari biaya komisi produk mitra untuk meminimalkan resiko produk tidak laku dan basi.</b></p> <p>3. <b>menyediakan media pembayaran tambahan dengan memanfaatkan</b></p>	

<p>uter untu k menu njang penge mban gan prose s bisnis dala m pema nfaat an tekno logi telek omun ikasi dan infor masi digita l, dan mem buat datab ase pelan ggan sebag ai penu njang sumb er daya intele ktual yang dapat dima nfaat kan</p>		<p>if yang direko mendas ikan. Penamb ahan biaya yang diperlu kan yaitu pada biaya tetap terdiri dari penamb ahan biaya untuk revitalis asi toko kios Burstac o.id, biaya pengad aan smartp hone, komput er, dan biaya berlang ganan bulanan pada aplikasi digital penunja ng adminis trasi dan keuang an, dan</p>	<p>e-wallet dan menyedi akan QRIS.</p>	
---	--	--	--	--

<p><b>Burstaco.id untuk meningkatkan proses bisnisnya</b></p>		<p><b>penambahan biaya variabel yaitu penambahan biaya promosi untuk meningkatkan awareness calon pelanggan baru yang dituju, seperti peningkatan promosi digital dan giveaway.</b></p>		
---	--	---	--	--

Gambar 4.8 Diagram BMC Burstaco.id

**Keterangan :**

**Bold** = BMC yang baru

**No Bold** = BMC saat ini

Dari analisa memerlukan perbaikan untuk mengembangkan usahanya dari sembilan blok yang ada, peneliti merekomendasikan adanya penambahan yang ditujukan pada 9 blok yaitu *Customer Segmen, Value Proposition, Channel Customer Relationship, Revenue Stream, Key Activities, Key Partners, Key Resources Dan cost Structure*. Berikut merupakan hasil rekomendasi peneliti:

1. *Customer Segmen*

Hasil analisis pada segmen pelanggan Burstaco.id menghasilkan strategi penetrasi pasar dimana Burstaco.id dapat menjangkau pelanggan yang lebih luas dengan

melakukan strategi penetrasi produk untuk memungkinkan didistribusikan kepada pelanggan di luar wilayah Semarang. Selain itu pemanfaatan teknologi telekomunikasi dan informasi seperti pemanfaatan e-commerce seperti Tokopedia dan Shopee, dan penyedia platform market place lainnya seperti Gojek, dan Grab dapat mendatangkan pelanggan baru yaitu para pengguna dari aplikasi digital tersebut.

## 2. *Value Proposition*

Hasil analisis proposisi nilai Burstaco.id menghasilkan strategi penetrasi produk atau pengembangan pada produknya dengan menambahkan produk baru yang lebih tahan lama untuk dapat didistribusikan lebih jauh untuk menjangkau pelanggan yang lebih luas. Selain itu Burstaco.id harus melakukan pembentukan usaha sebagai PT atau CV dan mendaftarkan legalitas usaha ke dinas terkait untuk mendapatkan perlindungan hukum dan manfaat lainnya. Value proposition merupakan salah satu komponen yang penting dalam berbisnis apabila suatu perusahaan memberikan nilai yang lebih terhadap pelanggan maka hal ini akan membuat pelanggan tidak gampang berpindah dari toko satu ke toko lainnya dan juga akan menciptakan loyalitas atau kepercayaan pelanggan terhadap suatu perusahaan.

## 3. *Channel*

Hasil analisis saluran Burstaco.id menghasilkan strategi penetrasi pasar, dimana Kue Burstaco.id dapat memanfaatkan layanan penyedia platform market place seperti merchant Gojek, Grab, Shopee, dan membuat lapak di Tokopedia dan Shopee. Hal ini untuk memaksimalkan saluran yang efektif dalam menjangkau pelanggan baru dan lebih luas. Komponen utama yang mendukung kelancaran proses operasional atau distribusi suatu perusahaan. Channel sangat penting sekali karena mencakup bagaimana informasi yang disampaikan oleh perusahaan agar dapat sampai kepada masyarakat luas.

## 4. *Customer Relationship*

Hasil analisis hubungan pelanggan Burstaco.id menghasilkan strategi pengembangan produk dengan menyediakan sistem membership dan promosi

give away untuk meningkatkan hubungan pelanggan baru dan meningkatkan integrasi komunikasi pemasaran dengan pelanggan. Hubungan yang dapat di jalin dengan konsumen, dengan melakukan hubungan yang baik dengan pelanggan maka perusahaan akan mengetahui permintaan pasar pada saat itu ataupun pada masa yang akan datang, dan juga perusahaan dapat mengetahui keluhan-keluhan apa saja yang dirasakan oleh pelanggan.

#### 5. *Revenue Stream*

Hasil analisis penelitian pada arus pendapatan Burstaco.id menghasilkan strategi penetrasi pasar yaitu meningkatkan pemasukan dari biaya komisi produk mitra untuk meminimalkan resiko produk tidak laku dan basi. Strategi lainnya adalah strategi penetrasi produk dimana produk yang dikembangkan adalah pelayanannya dengan menyediakan media pembayaran tambahan dengan memanfaatkan e-wallet dan menyediakan QRIS. Pada perusahaan yang bergerak dalam bidang kuliner ini, pendapatan yang dihasilkan adalah dari penjualan produk yaitu penjualan produk yang berupa makanan siap saji

#### 6. *Key Activities*

Hasil analisis aktivitas kunci Burstaco.id menghasilkan strategi dimana Burstaco.id dapat melakukan aktivitas tambahan riset dan pengembangan untuk merencanakan aktivitas yang lebih efisien, dan meningkatkan aktivitas lain secara modern dengan memanfaatkan teknologi seperti aplikasi digital. Salah satu key activities pada point adalah memberikan bahan yang premium artinya bukan dari kemasan yang mewah ataupun *endorse* produk makanan lewat orang terkenal. Definisi dari kualitas premium terletak pada hal yang jauh lebih mendasar, pembeli mengharapkan produk premium menggunakan bahan baku berkualitas tinggi. Makanan disebut premium karena harganya yang lebih mahal. Mengenai kemasan dan organik juga tertinggal jauh dari "bahan baku berkualitas tinggi" sebagai pengertian dari makanan premium. Hal utama dari produk premium adalah bahan-bahan yang berkualitas tinggi. Hal ini juga menyebabkan kenapa harga produk premium lebih mahal dibanding produk yang biasanya.

Segala sesuatu yang berkualitas tinggi akan membutuhkan usaha lebih. Baik dalam memproduksi bahan bakunya, ataupun dalam membeli dan menangani bahan yang berkualitas tinggi. Kemudian hal lain yang mendukung adalah rasa pada makanan. Setiap produk memiliki resep masing-masing yang menciptakan dan menentukan rasa dari produk. Resep adalah salah satu harta yang paling berharga dalam industri makanan. Karena jika berbicara tentang makanan maka yang paling penting dari sisi konsumen adalah tentang rasa.

Kreasi resep juga sangat berharga sehingga termasuk untuk membuat citarasa yang sesuai dengan kualitas premium. Adalah sebuah anugerah bagi konsumen untuk bisa merasakan citarasa premium yang tidak dibuat dengan mudah. Masalah teknis dan pekerja dalam pabrik makanan juga menentukan kualitas dari produk. Peralatan canggih ditambah pula dengan pekerja yang memiliki kemampuan dan pengetahuan dalam memproduksi menambah nilai dari produk tersebut. Apalagi jika terdapat sertifikasi dari badan resmi yang menunjukkan kualitas daripada produksi pabrik makanan. Bukan masalah sertifikatnya, tetapi adalah kepercayaan yang bisa diberikan konsumen, karena sudah di evaluasi oleh lembaga-lembaga ahli yang pastinya terpercaya dan kompeten di bidangnya. Jangan heran lagi jika anda menemui produk berkualitas premium yang memiliki harga lebih tinggi dibanding produk yang sejenis. Ingatlah bahwa terdapat nilai-nilai lebih yang terkandung di dalamnya.

Sehingga sebenarnya tidak rugi untuk membeli produk dengan kualitas premium. Sehingga bisa disimpulkan bahwa produk kualitas premium bukan identik lagi dengan harga yang tinggi, melainkan dengan kualitasnya yang tinggi. Favorite merupakan produk berkualitas premium karena resep serta bahan-bahan alami yang berkualitas tinggi. Juga dengan komposisi daging minimum 75% sehingga konsumen akan benar-benar makan daging. Dengan berbagai varian jenis dan rasa produk yang bisa dipilih sesuai dengan kebutuhan konsumen. Ditambah lagi sertifikasi Halal



sehingga produk-produk bisa dikonsumsi oleh berbagai kalangan dan sudah dipastikan keamanannya.

#### 7. *Key Partners*

Hasil analisis kemitraan utama Burstaco.id menghasilkan strategi dimana Burstaco.id dapat meningkatkan mitranya dengan memanfaatkan aplikasi penyedia platform marketplace seperti Tokopedia dan Shopee, dan juga yang dapat membantu proses distribusi seperti Gofood dari Gojek, Grabfood, dari Grab, Shopee Food dari Shopee, dan Paxel. Selain itu Burstaco.id dapat menambahkan mitra lain seperti DANA untuk menyediakan pembayaran digital, dan berkolaborasi dengan komunitas sosial di Semarang dan kolaborasi dengan anggota dari Badan Kuliner Kota Semarang untuk meningkatkan proses bisnis inti. Mitra merupakan komponen utama dalam suatu perusahaan, tidak dapat berjalan dengan lancar proses operasional suatu perusahaan tanpa adanya sebagai penyedia bahan baku utama untuk perusahaan-persahaan, kedua belah pihak tersebut adalah saling membutuhkan tentunya juga pasti sangat menguntungkan bagi kedua belah pihak dengan adanya kerjasama satu sama lain tersebut.

#### 8. *Key Resources*

Hasil analisis penelitian pada sumber daya Burstaco.id menghasilkan strategi untuk menambah sumber daya fisik yaitu smartphone dan computer untuk menunjang pengembangan proses bisnis dalam pemanfaatan teknologi telekomunikasi dan informasi digital, dan membuat database pelanggan sebagai penunjang sumber daya intelektual yang dapat dimanfaatkan Burstaco.id untuk meningkatkan proses bisnisnya. Dalam hal ini menjelaskan tentang kebutuhan-kebutuhan utama yang diperlukan dalam menjalankan suatu model bisnis. Sumber daya utama sangat membantu Burstaco-id untuk memberikan proporsi nilai yang ditawarkan kepada pelanggan dalam memperoleh pendapatan.

#### 9. *Cost Structure*

Hasil analisis penelitian pada struktur biaya Burstaco.id menghasilkan penambahan biaya untuk menunjang strategi alternatif yang direkomendasikan. Penambahan biaya yang diperlukan yaitu pada biaya tetap terdiri dari penambahan biaya untuk revitalisasi toko kios Burstaco.id, biaya pengadaan smartphone, komputer, dan biaya berlangganan bulanan pada aplikasi digital penunjang administrasi dan keuangan, dan penambahan biaya variabel yaitu penambahan biaya promosi untuk meningkatkan awareness calon pelanggan baru yang dituju, seperti peningkatan promosi digital dan give away. komponen biaya yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan, seperti biaya beban tetap biaya tenaga kerja atau biaya operasional dalam hal ini adalah biaya penyimpanan bahan baku

Penyimpanan bahan makanan (*food storage*) merupakan salah satu cara untuk menjaga ketersediaan bahan makanan agar tidak kekurangan pada saat dibutuhkan hal ini juga memerlukan pengeluaran biaya yang tidak sedikit. Penyimpanan bahan makanan di burstaco-id harus sangat diperhatikan karena bahan makanan pada dasarnya memiliki sifat mudah rusak, apalagi jika disimpan di dalam gudang yang tidak bersih, tidak teratur, dan juga tidak dijaga dengan baik.

Beberapa burstaco-id yang kurang memperhatikan proses penyimpanan bahan makan pada akhirnya akan mengalami kerusakan bahan makanan, kerugian, dan bahkan berakibat pada kebangkrutan. Oleh karena itu, pihak burstaco-id harus banyak memberikan perhatian dalam proses penyimpanan dan pemakaian bahan makanan, salah satunya dengan menyediakan gudang penyimpanan bahan makanan (*food store*).

Dalam proses penyimpanan bahan makanan, ada beberapa faktor yang harus diperhatikan, di antaranya:

- Pengendalian suhu dan kelembaban
- Pengaturan dan penempatan bahan makanan
- Penanggalan bahan makanan (*labelling*)
- Letak gudang penyimpanan
- Pencatatan bahan makanan

- Keamanan.

Setiap bahan makanan harus mendapatkan perlakuan yang berbeda-beda, terutama saat di simpan di dalam gudang. Bahan makanan harus di simpan di gudang dengan suhu dan kelembaban yang berbeda, karena jika tidak, bahan makanan akan mengalami kerusakan dan hal ini dapat merugikan pihak burstaco-id. Suhu dan kelembaban gudang juga harus diperhatikan dengan baik.

*Controller* bahan makanan harus memeriksa alat pengukur suhu secara berkala untuk memastikan suhu dapat terpelihara dan terjaga dengan baik.

- *Dry storage* merupakan gudang untuk menyimpan bahan makanan dalam kemasan, makanan dalam kaleng, plastik, kardus, botol, atau bahan makanan kering lainnya. *Dry storage* biasanya dipertahankan pada suhu antara 18°C-38°C (50°F-70°F).
- *Cold storage* merupakan gudang penyimpanan yang tersedia untuk bahan makanan yang mudah rusak (*perishable*) dan *dairy products*, seperti telur, mentega, daging, dan susu. Bahan makanan akan terjaga jika disimpan pada suhu antara -1°C sampai -7°C (30°F-45°F). Selain itu, di dalam *cold storage*, bahan makanan juga harus diletakkan pada rak yang terpisah, karena jika disatukan, dapat menyebabkan terjadinya kontaminasi yang berakibat pada kerusakan bahan makanan.
- *Freezer storage* merupakan gudang penyimpanan dengan suhu -18°C (0°F) atau lebih rendah. *Freezer* digunakan untuk menyimpan berbagai jenis daging dan *frozenfood*, dan es krim yang dikonsumsi dalam jangka waktu yang cukup lama.