

**BUSINESS MODEL CANVAS PRODUK SIMPANAN KENCLENG
KOPERASI SYARIAH MANFAAT SURABAYA**

Deasy Tantriana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel Surabaya

Deasy@uinsby.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis dan merumuskan pengembangan model bisnis yang dikembangkan produk Simpanan Kecleng KOPSYAH Manfaat Surabaya, menggunakan business model canvas sebagai alat untuk mengidentifikasinya bisnis model yang ada. Metode penelitian adalah penelitian kualitatif deskriptif untuk mengetahui business model dari produk tabungan kecleng KOPSYAH Manfaat yang ditawarkan pada koperasi syariah tersebut. Hasil yang didapat berupa gambaran Sembilan elemen pada business model yang terdiri atas customer segment, value proposition, Customer relationship, customer segment, channels, revenue stream, cost structure, key activities, key resource, key partners. Model bisnis ini akan mengetahui kelemahan dan kelebihan dari sebuah bisnis yang dijalankan serta untuk mengetahui strategi apa yang bisa dijalankan kedepannya.

Kata Kunci: Business Model Canvas, Simpanan Kecleng, Koperasi Syariah

PENDAHULUAN

Salah satu tantangan yang harus dihadapi oleh badan usaha koperasi adalah, bagaimana cara untuk dapat menarik minat masyarakat agar mau bergabung menjadi anggota koperasi. Hal inilah yang mendorong KOPSYAH Manfaat membuat produk baru yaitu simpanan KENCLENG. Tujuan awal produk ini adalah untuk membantu anggota atau anggota luar biasa agar bisa merencanakan keuangan akhir tahun mereka. Manajer koperasi melihat adanya peluang untuk mengajak ibu-ibu atau para anggota dan anggota luar biasa untuk menabung dan beramal. Di sisi lain ada tabungan untuk biaya modal usaha yaitu melewati tabungan mereka

Salah satu cara mengembangkan bisnis adalah dengan menggunakan model bisnis. Model bisnis memiliki posisi di antara strategi bisnis dan proses bisnis (Bask, Tinnila, dan Rajahonka, 2010). Sehingga dapat diartikan bahwa model bisnis adalah suatu ekspresi dari strategi perusahaan dalam bentuk yang

konkret. Salah satu bisnis model adalah Business Model Canvas. Dalam penelitian terdahulu disebutkan pentingnya menggunakan Business Model Canvas kepada para pengusaha dan para akademisi (Hong dan Fauvel, 2013). Business Model Canvas sudah digunakan secara luas dalam berbagai pemetaan bisnis, sebagai suatu kerangka kerja (framework), untuk memetakan bisnis agar menghasilkan kinerja yang lebih optimal (Royan, 2014).

Penelitian terdahulu yang dijadikan rujukan dalam penelitian ini terkait model bisnis dan strategi pengembangan bisnis. (Ismal et al. 2013) dalam *Review of Islamic Economics Finance and Banking* melakukan kajian model bisnis perbankan syariah dengan menganalisis operasional bank syariah saat itu, termasuk tantangan pengembangan industri perbankan syariah di masa depan. Metode yang digunakan adalah model bisnis kanvas dengan sembilan blok bangunan. Hasil kajian membagi model bisnis baru perbankan syariah menjadi lima segmen pelanggan, yaitu pemerintah, korporasi, retail produktif (usaha kecil menengah/UKM), retail konsumtif dan mikro. Khusus pada segmen pemerintah adanya potensi dana haji sekitar 60 triliun dan baru 30% dikelola bank syariah.

Maka dalam penelitian ini ingin menganalisis bagaimana business model canvas pada simpanan kencleng Kopsyah Manfaat Surabaya, guna mengetahui kelemahan dan kelebihan model simpanan kencleng tersebut.

KAJIAN PUSTAKA

Business Model Canvas

Business Model Canvas pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation*. Dan dalam buku *Business Model Generation* ini, Alexander Osterwalder menjelaskan sebuah framework sederhana dalam mempresentasikan elemen-elemen penting yang terdapat dalam sebuah model bisnis secara sederhana dan mudah dimengerti. Intinya bahwa model bisnis itu terdiri dari 9 elemen yang disebut sebagai *9 building blocks*. *Business Model Canvas* adalah model gambaran logis bagaimana organisasi menciptakan menghantarkan dan menangkap sebuah nilai (Osterwalder & Pigneur, 2010) pada model Canvas membagi Business Model menjadi 9 komponen

1. Value Proposition

Mengambarkan gabungan antara produk dan layanan yang menciptakan nilai tambah pada produk yang diberikan (Barlie, Polesi, 2010)

2. Customer Segmentation

Segment mendefinisikan kelompok orang atau organisasi suatu perusahaan yang memiliki keinginan sama (Kotler, 2005). Model bisnis harus didesain untuk memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan mengelompokkan beberapa segmen berdasar kebutuhan.

3. Channel

Chanel menggambarkan hubungan perusahaan dapat menjalankan komunikasi dengan pelanggannya (Osterwalder & Pigneur, 2010). Menemukan chanel yang tepat merupakan hal yang utama dalam sebuah hubungan.

4. Customer Relationship

Hubungan dengan pelanggan diatur sesuai dengan segment customer, karena setiap segmen memiliki perbedaan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Sehingga perusahaan seharusnya memiliki hubungan yang berbeda dengan setiap segment.

5. Revenue Stream

Pendapatan perusahaan yang diterima dari masing-masing segment. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

6. Key Resources

Aset yang paling penting yang membuat bisnis itu berjalan, setiap model bisnis membutuhkan sumber daya. Sumber daya dikategorikan empat

- a. Fisik
- b. Intelektual
- c. Human
- d. Financial

(Osterwalder & Pigneur, 2010).

7. Key Activities

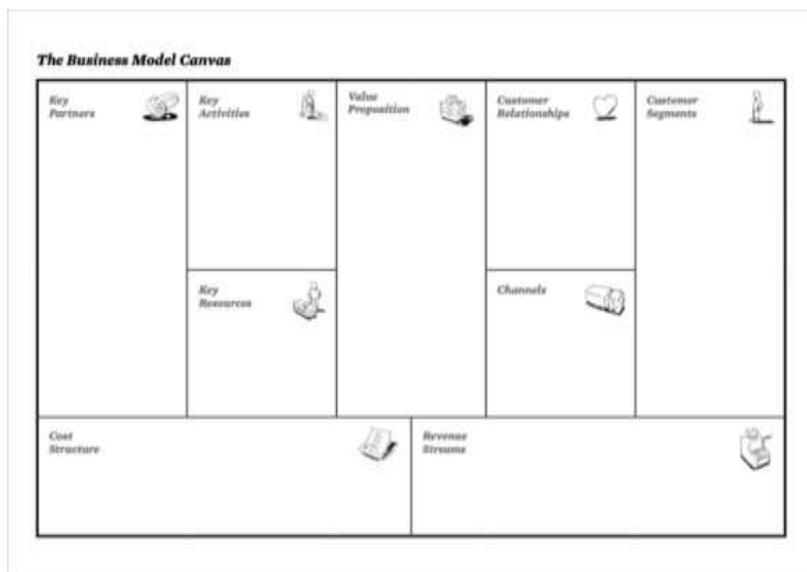
Aktivitas yang paling penting yang membuat bisnis itu berjalan, setiap model bisnis membutuhkan aktivitas utama. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

8. Key Partnership

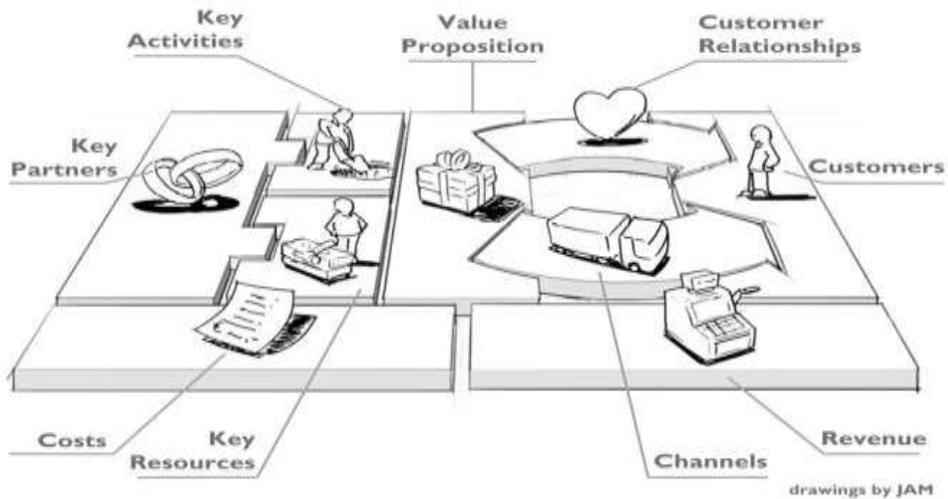
Mitra usaha dalam bisnis seperti supplier yang menjadikan bisnis dapat berjalan dengan baik. (Osterwalder & Pigneur, 2010).

9. Cost Structure

Menjelaskan komponen biaya sehingga bisnis dapat berjalan. (Osterwalder & Pigneur, 2010).



Gambar 1.1. Sembilan Elemen Model Bisnis



Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Menurut Sugiyono “metode penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan untuk meneliti objek yang alamiah dengan data hasil penelitian yang interpretasi terhadap data yang ditemukan di lapangan”. Hal ini berarti penelitian kualitatif memandang realitas atau gejala fenomena itu dapat diklasifikasikan dan di gambarkan secara konkret dan terukur sesuai dengan data lapangan yang didapatkan (Sugiono, 2009).

a. Subyek Penelitian

Penelitian dilakukan di 2 tempat, yang pertama penelitian dilakukan di KOPSYAH Manfaat Jalan Gayung Kebonsari Nomor 46 Surabaya

b. Teknik Pengumpulan Data

Observasi

Penelitian ini dilakukan melalui dua observasi yaitu pertama, observasi partisipatif, dimana penulis terlibat dengan kegiatan sehari hari orang yang diobservasi (penulis berperan menjadi objek yang diamati).

Kedua, observasi secara terang-terangan, yaitu peneliti secara terbuka menyatakan kepada sumber data untuk melakukan penelitian.

Wawancara

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan data yang tidak terdokumentasikan, maupun untuk menyelaraskan hasil pengamatan yang dilakukan dengan maksud keadaan yang sesungguhnya.

Dokumentasi

metode dokumentasi data melalui buku, majalah, catatan, prasasti, notulen rapat, agenda, dan lain-lain. Dokumen yang digunakan dalam penelitian ini bisa berupa tulisan dan gambar, misalnya dokumen tertulis dari KOPSYAH Manfaat

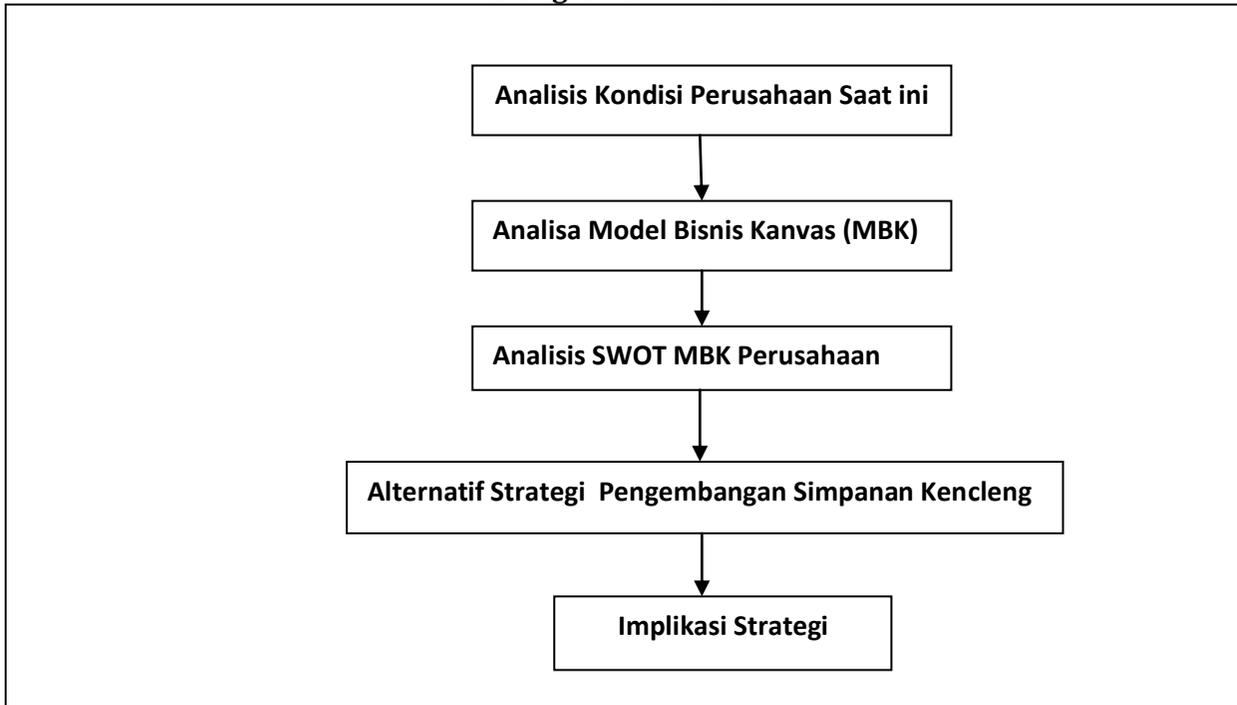
c. Sumber Data

Sumber data primer pada penelitian ini diperoleh dari manajer dan bagian marketing koperasi simpan pinjam dan pembiayaan KOPSYAH manfaat Surabaya. Data sekunder dari majalah, artikel, data nasabah dan lain sebagainya.

d. Teknik Analisis Data

Dalam hal ini, penelitian yang dilakukan peneliti adalah memecahkan masalah penelitian serta memberikan deskripsi yang berkaitan dengan objek penelitian

Table 1.1
Kerangka Pemikiran



PEMBAHASAN

KOPSYAH Manfaat Surabaya

KOPSYAH Manfaat mulai beroperasi pada tanggal 11 April 2007. Kantor pusat KOPSYAH Manfaat Surabaya awalnya bertempat di Jl. Perumdos ITS blok W no. 10 Surabaya – Jawa Timur. Selain itu, KOPSYAH Manfaat juga membuka kantor operasional di Jl. Gayung Kebonsari no.46, ruko Graha Indah, kav. A-7 Surabaya dengan nomor telepon: (031) 72468620. Email KOPSYAH Manfaat Surabaya: kjksmanfaat@mail.com , dan WebBlog KOPSYAH Manfaat Surabaya: <http://www.kjks-manfaat.blogspot.com>

KOPSYAH Manfaat merupakan lembaga keuangan berbentuk koperasi dengan berlandaskan pada prinsip syariah dengan tujuan dapat bermanfaat bagi semua. Motto KOPSYAH manfaat sendiri adalah “Bermanfaat untuk Semua”. Modal awal yang digunakan KOPSYAH Manfaat dalam beroperasi sebagai lembaga keuangan berbentuk koperasi pada tahun 2006 adalah sebesar 15

juta. Dan kekayaan yang dimiliki KOPSYAH Manfaat telah berkembang. Hingga tahun 2017 semua dana meningkat 100 kali lipat dari modal awal, yaitu kurang lebih sebesar 1,5 Milyar. Meskipun jumlah anggota yang meningkat selama 3 – 6 bulan terakhir baik simpanan maupun pembiayaan hanya meningkat sebanyak 5 persen (%) dan total keseluruhan jumlah hanya sebanyak 510 anggota

Visi

Memberikan manfaat dan kesejahteraan kepada anggota, usaha, mikro, usaha kecil, dan stake holder.

Misi

- a. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah bagi anggota dan masyarakat.
- b. Meningkatkan nilai layanan dan menjadikan pilihan utama anggota dalam transaksi keuangan syariah.
- c. Menciptakan kondisi terbaik sebagai tempat kebanggaan untuk berkarya dan berprestasi.
- d. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial sesuai syari'at islam
- e. Menjadi acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola lembaga keuangan yang baik.

Simpanan Kencleng KOPSYAH Manfaat Surabaya

Tabungan Kencleng merupakan salah satu program pemberdayaan, dimana pada setiap kencleng ada perkumpulan ibu-ibu atau bisa disebut dengan kegiatan sekolah ibu-ibu. Setiap kelompok akan ada pelatihan, pengajian yang biasa disebut *3 in one yang* terdiri dari nabung, wakaf, infaq. Dengan sistemnya berkelompok dan 1 kelompok terdiri dari 15 sampai 20 orang diberi kaleng untuk digunakan nabun

Produk KENCLENG merupakan perkembangan produk simpanan pendidikan dan produk simpanan idul fitri. Dari data yang peroleh tercatat sudah ada 80 anggota dari 6 kelompok yang sudah bergabung dan mengikuti program ini.

Mayoritas peserta yang mengikuti program ini dari kalangan ibu-ibu rumah tangga yang telah terdaftar ke dalam keanggotaan KOPSYAH Manfaat yang telah menjadi anggota tetap.

Table 1.2
Business Model Canvas Tabungan Kencleng

NO	Elemen Bisnis Model Canvas	Analisis
1	<i>Customer Segment</i>	<p>Pada simpanan kencleng ini segment pasar yang ini di ambil adalah ibu-ibu anggota KOPSYAH. Dimana dengan target ibu yang akan diberi pelatihan akan banyak ibu-ibu yang akan tertarik untuk bergabung pada simpanan kencleng ini karena ada nilai lebihnya.</p>
2	<i>Value Proposition</i>	<p>Merubah Kebiasaan Konsumen</p> <p>Awalnya konsumen yang ingin menabung harus datang ke tempat menabung, tetapi dengan simpanan ini nasabah tidka perlu datang ke tempat karena didatangi oleh pegawai koperasi. Tidak hanya sekedar menabung tetapi mendapat pelatihan yang dibuat kelompok dengan fasilitas kencleng 1 tiap kelompok</p> <p>Inovasi produk</p> <p>Inovasi produk dengan membuat produk kencleng yang bentuknya menyerupai celengan selain menabung ada pelatihan ibu-ibu yang bergabung</p>
3	<i>Chanel</i>	<p>Social Media</p> <p>Simpanan Kencleng memanfaatkan beberapa social media yang sedang trend di masyarakat, seperti facebook (yang menjadi media beriklan</p>

		<p>toast story dengan tools facebook ads), twitter, blog, instagram.</p> <p>Promotion Progam</p> <p>Terdapat berbagai macam promosi yang dilakukan oleh siaran diradio</p> <p>Kunjungan</p> <p>Mendatangi ke rumah-rumah anggota menjelaskan produk simpanan kencleng kepada anggota KOPSYAH</p>
4	<i>Customer Relationship.</i>	Customer relationship yang dilakukan secara langsung dengan memberikan pelatihan, pemberdayaan bagi ibu-ibu yang bergabung dengan produk ini sehingga terjalin hubungan yang baik dengan customer
5	<i>Revenue Streams</i>	Nisbah bagi hasil dari tabungan yang ada pada kencleng
6	<i>Key Resource</i>	<p>Fisik aset fisik berupa gedung, alat perkantoran,</p> <p>Intellectual. Aset intelektual yang dimiliki perusahaan adalah brand atau nama perusahaan yang sudah lama berdiri</p> <p>Human. Aset sumber daya manusia yang dimiliki perusahaan adalah karyawan yang bekerja dan mempunyai keuletan dan kerja keras yang tinggi</p>
7	<i>key activities</i>	<p>Pemasaran aktivitas utama yaitu promosi baik secara online atau pun offline</p> <p>Pemberdayaan sisi lain aktivitas utama dari program simpanan kencleng ini adalah pemberdayaan ibu-ibu anggota KOPSYAH</p>
8	<i>Key Pathners</i>	Kemitraan dengan lembaga keuangan syariah

		seperti bank muamalat, BNI Syariah, BTN Syariah dengan akad mudharabah dalam pemenuhan modal untuk pembiayaan
9	<i>Cost Structure</i>	Biaya administrasi, Pajak, BBM yang dipakai dalam mengambil uang kepada nasabah

Table 1.3
Data Anggota Simpanan Kencleng

Tahun	Jumlah Anggota
2016	35 Orang
2017	80 orang

Tabel 1.4
Model Bisnis Tabungan Kencleng

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Anggota Simpanan Kencleng 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran • Pemberdayaan 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Inovasi produk • Merubah kebiasaan 	Customer Relationships Pelatihan kewirausahaan Pengajian	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Orang Islam • Ibu rumah Tangga
	Key Resources Fisik, Intelektual, SDM		Channels Media social, radio Kunjungan langsung	

Cost Structure	Revenue Streams
<ul style="list-style-type: none"> • Biaya Administrasi • Pajak • BBM • Gaji karyawan 	Nisbah bagi hasil

Table1.5

Analisis SWOT Bussines Model Canvas Simpanan Kencleng

ASPEK	KEKUATAN	KELEMAHAN	PELUANG	ANCAMAN
Customer Segment	Ibu-ibu rumah tangga yang perlu kegiatan dan pendapatan	Produk baru banyak yang takut mencoba	Tidak hanya untuk segment perempuan saja	Masuknya pesaing baru
Channels	Saluran distribusi variatif	SDM belum handal	Bekerja sama dengan media massa	Mudah ditiru pesaing
Customer Relation ship	Hubungan emosional karena ada pengajian dan pelatihan	Jadwal pelatihan Masih belum teratur	Potensi berkembang usahanya	Gampang bubar
Revenue Stream	Mendapatkan tambahan pendapatan	Perlu edukasi yang lebih	Banyak yang tertarik bergabung	Produk lain lebih menarik
Key Resources	Citra KOPSYAH baik	SDM terbatas	Merekrut tenaga baru	Pindahnya SDM ke tempat kerja yang baru
Key Activities	Petatihan pemberdayaan yang diberikan instruktur, didatangi langsung	Belum maksimal dalam memberikan pelatihan pemberdayaan	Bekerja sama dengan insitusi pendidikan sebagai salah satu bagian pengabdian masyarakat	Jarak yang jauh
Key Partnership	Lembaga keuangan lain yang	Hanya terbatas nasabah perempuan dan muslim	Membuka kesempatan tidak hanya khusus untuk perempuan saja	Berpindah ke pesaing
Cost Structure	Biaya administrasi	Biaya akan meningkat per	Banyak yang tertarik utuk	Biaya SDM akan meningkat

	sedikit	tahunnya	bergabung tidak hanya dari kalangan perempuan	dimasa datang
Value Proposition	Inovasi produk pelayanan dan sosial (nabung, infaq, wakaf)	Belum menyentuh ke keseluruhan nasabah	Cross Selling	Pesaing meniru

Implikasi Manajerial

Hasil analisis Busines model bisnis canvas simpanan kencleng dapat digunakan sebagai masukan untuk penentuan strategi untuk perencanaan bisnis ke depan. Diantaranya masukan dan saran yang dapat diberikan kepada KOPSYAH dapat dilaksanakan secara bersama.

1. Implikasi manajerial strategi untuk peningkatan pendapatan

Beberapa saran untuk mendukung strategi ini adalah 1) Nasabah yang berhak bergabung dalam simpanan kencleng tidak hanya khusus pada nasabah perempuan saja, bisa dari nasabah laki-lai dan seharusnya bisa dari kalangan non muslim 2) menyusun Standar Operasional dan Prosedur (SOP) simpanan Kenceleng; dan 3) optimalisasi aktivitas marketing dan pelatihan pemberdayaan nasabah

2. Implikasi manajerial strategi pada elemen aktivitas utama

Aktivitas utama dalam simpanan Kencleng adalah pengajian peatihan dan kegiatan sosial dabung, infaq, wakaf yaitu Dengan: 1) mengoptimalkan aktivitas marketing dengan peningkatan pemahanan calon nasabah; 2) memanfaatkan teknologi informasi untuk komunikasi dan pemasaran; dan 3) membuat daftar kunjungan nasabah eksis dan prospek. Srategi menjadikan nasabah 4) SDM yang memberikan pelatihan seharusnya SDM yang sudah

mempunyai kemampuan, bisa dengan bekerja sama dengan institusi pendidikan sebagai salah satu wujud pengabdian.

Table 1.6

Bisnis Model Canvas Simpanan Kencleng

Key Partners <ul style="list-style-type: none"> • Anggota Simpanan Kencleng • Nasabah • Lembaga Keuangan Syariah 	Key Activities <ul style="list-style-type: none"> • Pemasaran • Pemberdayaan • Peningkatan kualitas Instruktur 	Value Propositions <ul style="list-style-type: none"> • Inovasi produk • Merubah kebiasaan 	Customer Relationships <p>Pelatihan kewirausahaan</p>	Customer Segments <ul style="list-style-type: none"> • Orang Islam • Ibu rumah Tangga anggota koperasi syariah • Semua Nasabah
	Key Resources <p>Fisik, Intelektual, SDM</p>		Channels <p>Media social, radio</p> <p>Kunjungan langsung</p>	
Cost Structure <ul style="list-style-type: none"> • Biaya Administrasi • Pajak • BBM • Gaji karyawan 			Revenue Streams <p>Nisbah bagi hasil</p>	

Kesimpulan

Berdasarkan analisa MBK diatas bahwa kedepannya simpanan kencleng perlu meningkatkan strategi untuk peningkatan pendapatan dengan tidak membatasi Nasabah yang berhak bergabung dalam simpanan kencleng tidak hanya khusus pada nasabah perempuan saja. Pad strategi kegiatan utama seharusnya KOPSYAH Manfaat untuk SDM yang memberikan pelatihan seharusnya SDM yang sudah mempunyai kemampuan, bisa dengan bekerja sama dengan institusi pendidikan sebagai salah satu wujud pengabdian

Daftar pustaka

- Anas Nasrudin, Syauqi Irfan Beik, Tanjung Hendri. 2015. Model Bisnis Kanvas Layanan Haji Pt Bank Syariah X Cabang Cibinong. Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen, Vol. 1 No. 2, Desember 2015. Pp 75-86
- Ali, hamdan, 2017. Wawancaramarketing KOPSYAH Manfaat,Surabaya, 3 November 2017
- Etta Mamang Sangadji, Et, Al, Metodologi Penelitian (Pendekatan Praktis Dalam Penelitian) , Yogyakarta: CV. Andi, 2010
- Mulya Henry Gondosaputro. 2017. Analisis Business Model Canvas Pada CV. Triputra PerkasaAGORA Vol. 5, No. 1.
- Moleong, L. J. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. 2010. Business Model Generation. New Jersey: John Wiley& Sons, Inc
- M., Wibawa Rainaldo BM., Rahmawati Y. 2017. Analisis Business Model Canvas Pada Operator Jasa Online Ride-Sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). Jurnal Sains Dan Seni ITS Vol. 6, No. 2. Pp 235-239
- Royan, F. M. 2014. Bisnis model kanvas distributor: Memetakan kinerja optimal distributor dan 30 kesalahan yang dilakukan. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Safidin Azwar. 1998. Metodologi Penelitian , Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Suharsismi Arikunto.2012. Prosedur Penelitian , Jakarta: Rineka Cipta.

Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi. Bandung: Alfabeta

Jessica Nita. Ratih indriyani. 2017. Analisis Business Model Canvas Pada Tirotti Bakery. AGORA Vol. 5, No. 3

Siahaan Trisno, Sisilia Kristina.

William Johan Gondo, Ratih Indriyani. 2016. Analisa Model Bisnis Pada Restoran Paparia Kitchen Menggunakan Business Model Canvas. Surabaya. AGORA Vol. 4, No. 1, pp 823-832