

Analisis Penerapan *Business Model Canvas* pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Sumber Jernih di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi

Yovita Melania Nuwa Wea

Universitas Nusa Putra

Yovita.melania_ak23@nusaputra.ac.id

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Sumber Jernih yang bergerak di bidang usaha air minum isi ulang di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penerapan sembilan elemen Business Model Canvas serta mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan model bisnis yang dijalankan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan menggunakan pendekatan Business Model Canvas yang terdiri dari sembilan elemen utama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa UMKM Sumber Jernih telah menerapkan sembilan elemen Business Model Canvas dalam menjalankan usahanya. Kekuatan utama usaha terletak pada kualitas air, pelayanan yang ramah, serta hubungan yang baik dengan pelanggan. Namun, usaha ini masih menghadapi kendala berupa meningkatnya persaingan usaha dan tingginya biaya operasional. Oleh karena itu, diperlukan strategi pengembangan usaha melalui peningkatan promosi dan inovasi layanan agar usaha dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Kata kunci: *Business Model Canvas, UMKM, Air Minum Isi Ulang, Strategi Bisnis, Model Bisnis.*

Abstract: This study aims to analyze the implementation of the Business Model Canvas (BMC) at Sumber Jernih MSME, a refill drinking water business located in Sukamulya Village, Cikembar District, Sukabumi Regency. The study was conducted to identify the implementation of the nine elements of the Business Model Canvas and to determine the strengths and weaknesses of the business model. The research method used was a descriptive method with a qualitative approach. Data were collected through observation, interviews, and documentation. Data analysis was conducted using the Business Model Canvas approach consisting of nine main elements. The results showed that Sumber Jernih MSME has implemented the nine elements of the Business Model Canvas in running its business. The main strengths of the business are water quality, friendly service, and good relationships with customers. However, the business still faces challenges such as increasing competition and high operational costs. Therefore, business development strategies through promotional improvements and service innovation are needed to increase competitiveness and business sustainability.

Keyword: *Business Model Canvas, MSMEs, Refill Drinking Water, Business Strategy, Business Model.*

PENDAHULUAN

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan kerja serta peningkatan pendapatan. Selain itu, keberadaan UMKM juga memberikan kontribusi yang signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menjadi salah satu penopang utama dalam pembangunan ekonomi nasional (Putra et al., 2024; Putra & Suprapti, 2024). Seiring dengan perkembangannya, UMKM masih dihadapkan pada berbagai tantangan yang cukup kompleks. Beberapa permasalahan yang sering dihadapi antara lain keterbatasan dalam memperluas jangkauan pemasaran, pengelolaan usaha yang belum optimal, rendahnya kemampuan manajerial, serta meningkatnya tingkat persaingan di dunia usaha. Di samping itu, pelaku UMKM juga dituntut untuk mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan digitalisasi, serta menyesuaikan diri dengan berbagai kebijakan yang berlaku, sehingga diperlukan kesiapan strategi yang matang guna meningkatkan daya saing usaha (Sepriyadi et al., 2023; Daud et al., 2025; Putra & Suprapti, 2024).

Dalam konteks persaingan bisnis yang semakin dinamis, pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya mengandalkan cara-cara konvensional, tetapi juga mampu mengelola usahanya secara sistematis dan terencana. Namun demikian, masih banyak UMKM yang menjalankan usahanya tanpa perencanaan bisnis yang jelas, sehingga berpotensi mengalami kesulitan dalam

mengembangkan usaha dan memperluas pasar (Sepriyadi et al., 2023; Wahyuni, 2021). Salah satu aspek penting dalam pengembangan usaha adalah pemahaman terhadap model bisnis. Model bisnis merupakan suatu konsep yang menggambarkan bagaimana suatu usaha menciptakan nilai bagi pelanggan serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dijalankan. Dengan adanya model bisnis yang terstruktur, pelaku usaha dapat lebih mudah dalam merancang strategi yang tepat untuk meningkatkan kinerja dan keberlanjutan usaha (Arum et al., 2024). Salah satu pendekatan yang dapat digunakan dalam menganalisis model bisnis adalah Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010) sebagai alat untuk menggambarkan model bisnis secara komprehensif dan sistematis melalui sembilan elemen utama, yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure (Mandamdari & Widjojoko, 2022; Arum et al., 2024; Handayani et al., 2023).

Melalui penerapan Business Model Canvas, pelaku UMKM dapat memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai struktur bisnis yang dijalankan. Selain itu, pendekatan ini juga memungkinkan pelaku usaha untuk mengidentifikasi keunggulan dan kelemahan usaha, meningkatkan efisiensi operasional, serta merumuskan strategi pengembangan yang lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan bisnis. Pemanfaatan BMC juga dinilai mampu mendukung perluasan pasar melalui pemanfaatan teknologi digital serta meningkatkan daya

saing usaha (Daud et al., 2025; Wahyuni, 2021; Handayani et al., 2023). Berbagai penelitian terdahulu menunjukkan bahwa penerapan Business Model Canvas memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan UMKM. Pendekatan ini dinilai efektif dalam membantu pelaku usaha mengidentifikasi peluang bisnis, meningkatkan kinerja usaha, serta mendukung keberlanjutan usaha dalam jangka panjang (Putra et al., 2024; Arum et al., 2024). Fenomena tersebut juga relevan dengan UMKM Sumber Jernih yang bergerak di bidang air minum isi ulang di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi. Usaha ini memiliki prospek yang cukup baik karena berkaitan langsung dengan kebutuhan dasar masyarakat. Namun demikian, usaha ini juga menghadapi berbagai tantangan, seperti persaingan yang cukup ketat, keterbatasan dalam pemasaran, serta belum optimalnya pengelolaan model bisnis yang diterapkan.

Berdasarkan uraian tersebut, diperlukan suatu kajian yang mendalam mengenai penerapan Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Sumber Jernih. Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis model bisnis yang dijalankan serta merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Sumber

Jernih di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi?

2. Apa saja kelebihan dan kelemahan model bisnis yang diterapkan berdasarkan pendekatan Business Model Canvas (BMC)?
3. Bagaimana strategi pengembangan usaha yang dapat dirumuskan berdasarkan hasil analisis Business Model Canvas (BMC)?

KAJIAN PUSTAKA

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor yang memiliki peranan penting dalam perekonomian, khususnya dalam menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat. Keberadaan UMKM juga berkontribusi dalam mendorong pertumbuhan ekonomi serta pemerataan kesejahteraan masyarakat. Dalam perkembangannya, UMKM masih menghadapi berbagai kendala, seperti keterbatasan modal, rendahnya kemampuan manajerial, serta keterbatasan dalam pemasaran. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha perlu memiliki strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan usaha yang semakin ketat (Daud et al., 2025).

Salah satu aspek penting dalam pengelolaan usaha adalah model bisnis. Model bisnis merupakan suatu konsep yang menggambarkan bagaimana suatu usaha menciptakan nilai bagi pelanggan serta memperoleh keuntungan dari aktivitas yang dijalankan. Dengan model bisnis yang jelas, pelaku usaha dapat lebih mudah dalam merancang strategi yang efektif dan efisien untuk meningkatkan kinerja usaha (Arum et

al., 2024). Dengan demikian, pemahaman terhadap UMKM dan model bisnis menjadi dasar penting dalam menganalisis serta mengembangkan suatu usaha, termasuk pada UMKM Sumber Jernih di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi.

Business Model Canvas (BMC)

Business Model Canvas (BMC) pertama kali diperkenalkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (2010) sebagai alat untuk menggambarkan model bisnis secara visual dan terstruktur. BMC terdiri dari sembilan elemen utama yang saling berkaitan, yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure.

Adapun penjelasan dari kesembilan elemen tersebut adalah sebagai berikut:

1. Customer Segments (Segmen Pelanggan)
Customer segments merupakan kelompok pelanggan yang menjadi target utama dari suatu usaha. Penentuan segmen pelanggan sangat penting karena akan menentukan arah strategi bisnis, mulai dari produk yang ditawarkan hingga metode pemasaran yang digunakan.
2. Value Proposition (Proposisi Nilai)
Value proposition adalah nilai atau keunggulan yang ditawarkan kepada pelanggan, yang dapat berupa kualitas produk, harga yang kompetitif, kemudahan akses, maupun pelayanan yang lebih baik dibandingkan pesaing.
3. Channels (Saluran)
Channels merupakan sarana atau media yang digunakan untuk menyampaikan produk atau jasa kepada pelanggan, baik

melalui penjualan langsung maupun media digital.

4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)
Customer relationships menjelaskan bagaimana pelaku usaha menjalin dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.
5. Revenue Streams (Arus Pendapatan)
Revenue streams merupakan sumber pendapatan yang diperoleh dari pelanggan, yang umumnya berasal dari penjualan produk atau jasa.
6. Key Resources (Sumber Daya Utama)
Key resources adalah sumber daya utama yang dibutuhkan dalam menjalankan usaha, seperti sumber daya fisik, manusia, finansial, dan teknologi.
7. Key Activities (Aktivitas Utama)
Key activities merupakan aktivitas penting dalam operasional usaha, seperti produksi, distribusi, pemasaran, dan pelayanan kepada pelanggan.
8. Key Partnerships (Kemitraan Utama)
Key partnerships adalah kerja sama dengan pihak lain yang bertujuan untuk mendukung kelancaran usaha serta meningkatkan efisiensi.
9. Cost Structure (Struktur Biaya)
Cost structure merupakan seluruh biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan usaha, baik biaya tetap maupun variabel.

Penerapan BMC membantu pelaku UMKM dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan usaha, meningkatkan efisiensi operasional, serta merumuskan strategi

pengembangan usaha yang lebih tepat (Mandamdari & Widjojoko, 2022).

METODOLOGI

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai kondisi model bisnis yang diterapkan pada UMKM Sumber Jernih berdasarkan fakta yang terjadi di lapangan. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang diteliti, khususnya terkait penerapan Business Model Canvas (BMC) pada UMKM. Pendekatan ini dipilih karena mampu mengungkap kondisi nyata serta memberikan gambaran yang komprehensif mengenai model bisnis yang dijalankan.

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada UMKM Sumber Jernih yang bergerak di bidang usaha air minum isi ulang, yang berlokasi di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi.

Adapun waktu pelaksanaan penelitian dilakukan pada periode April sampai Mei 2026

Jenis dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif, yaitu data yang berupa informasi deskriptif yang

menggambarkan kondisi usaha secara menyeluruh.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumber utama, yaitu melalui wawancara dengan pemilik usaha serta observasi terhadap kegiatan operasional UMKM Sumber Jernih.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari berbagai sumber pendukung, seperti buku, jurnal ilmiah, serta penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Observasi

Observasi dilakukan dengan cara mengamati secara langsung aktivitas usaha untuk memperoleh gambaran nyata mengenai proses operasional yang dijalankan.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara semi terstruktur dengan pemilik usaha guna memperoleh informasi yang mendalam terkait model bisnis yang diterapkan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan data berupa catatan, foto, maupun dokumen yang

berkaitan dengan kegiatan usaha sebagai pendukung data penelitian.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) dengan metode deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan dengan mengkaji sembilan elemen utama BMC, yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure.

Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi setiap elemen Business Model Canvas pada UMKM Sumber Jernih
2. Menganalisis kondisi masing-masing elemen berdasarkan data yang diperoleh
3. Mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan model bisnis yang dijalankan
4. Merumuskan strategi pengembangan usaha berdasarkan hasil analisis

Teknik Keabsahan Data

Untuk menjamin keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data yang diperoleh dari berbagai sumber dan metode, seperti hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, sehingga data yang diperoleh lebih valid dan dapat dipercaya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Usaha dan Narasumber

Bab ini menyajikan hasil penelitian mengenai penerapan Business Model

Canvas (BMC) pada UMKM Sumber Jernih. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis berdasarkan sembilan elemen dalam Business Model Canvas. Berdasarkan hasil wawancara, narasumber dalam penelitian ini adalah Bapak Asep Budin, seorang pelaku usaha air minum isi ulang yang berusia 56 tahun. Usaha ini berlokasi di Kampung Cimenteng RT 02/RW 05, Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi, dan telah berjalan selama kurang lebih 11 tahun. UMKM Sumber Jernih merupakan usaha yang dikelola secara mandiri bersama keluarga. Dalam kegiatan operasional sehari-hari, narasumber dibantu oleh anggota keluarga seperti istri dan anak. Hal ini menunjukkan bahwa usaha masih bersifat sederhana dan berbasis keluarga. Secara umum, usaha ini tergolong stabil karena mampu bertahan dalam jangka waktu yang cukup lama. Namun demikian, faktor usia pemilik serta meningkatnya persaingan usaha menjadi tantangan dalam pengembangan usaha ke depan.

Business Model Canvas UMKM Sumber Jernih

Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang telah dilakukan, diperoleh gambaran model bisnis pada UMKM Sumber Jernih yang dianalisis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC). Pendekatan Business Model Canvas digunakan untuk mengidentifikasi dan menggambarkan model bisnis usaha secara sistematis melalui sembilan elemen utama, yaitu customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Melalui pendekatan

tersebut, peneliti dapat mengetahui bagaimana UMKM Sumber Jernih menjalankan aktivitas usaha, menciptakan nilai bagi pelanggan, serta mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan usaha yang semakin meningkat. Selain itu, analisis ini juga membantu dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, dan peluang pengembangan usaha yang dapat dilakukan di masa mendatang.

Adapun hasil Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Sumber Jernih disajikan pada gambar berikut.

Gambar 1 Business Model Canvas UMKM



Sumber Jernih

1. Customer Segments (Segmen Pelanggan)

Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan UMKM Sumber Jernih sebagian besar berasal dari masyarakat sekitar Desa Sukamulya dan wilayah Kecamatan Cikembar.

Selain pelanggan rumah tangga, terdapat pula pelanggan dari luar wilayah yang melakukan pemesanan melalui layanan pengantaran. Keberadaan pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara rutin menunjukkan bahwa UMKM Sumber Jernih telah memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang cukup baik. Sebagian besar pelanggan mengetahui usaha ini melalui rekomendasi dari mulut ke mulut karena usaha telah lama berdiri dan dikenal oleh masyarakat sekitar

2. Value Proposition (Proposisi Nilai)

Keunggulan utama UMKM Sumber Jernih terletak pada kualitas air yang berasal dari PDAM sehingga dinilai lebih bersih dan aman untuk dikonsumsi. Selain itu, harga yang terjangkau, pelayanan yang ramah, serta lokasi usaha yang strategis menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Untuk menjaga kualitas produk, pemilik usaha juga melakukan pengecekan dan perawatan mesin secara rutin setiap minggu agar kualitas air tetap terjaga dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

3. Channels (Saluran)

Dalam menjalankan usahanya, UMKM Sumber Jernih menggunakan dua saluran penjualan, yaitu pelanggan datang langsung ke lokasi usaha dan pemesanan melalui WhatsApp yang dilengkapi dengan layanan pengantaran. Sebagian besar pelanggan memilih layanan pengantaran karena dianggap lebih praktis dan memudahkan dalam memenuhi kebutuhan air minum sehari-hari.

Selain itu, promosi usaha masih dilakukan secara sederhana melalui komunikasi dari mulut ke mulut yang dinilai cukup efektif dalam menarik pelanggan baru.

4. Customer Relationships (Hubungan Pelanggan)

Hubungan dengan pelanggan pada UMKM Sumber Jernih dibangun melalui komunikasi langsung dan pelayanan yang baik. Pemilik usaha berusaha menjaga kedekatan dengan pelanggan melalui interaksi sederhana seperti berbincang secara langsung ketika pelanggan datang melakukan pembelian. Selain itu, usaha ini juga menyediakan layanan tambahan berupa pengantaran galon ke rumah pelanggan guna meningkatkan kenyamanan dan kepuasan pelanggan. Hubungan yang baik dengan pelanggan membantu usaha dalam mempertahankan loyalitas pelanggan.

5. Revenue Streams (Arus Pendapatan)

Sumber pendapatan utama UMKM Sumber Jernih berasal dari penjualan air minum isi ulang galon. Selain itu, usaha juga memperoleh pendapatan tambahan dari penjualan galon dan perlengkapan pendukung lainnya. Rata-rata penjualan berkisar antara 40–50 galon per hari. Namun demikian, dalam beberapa tahun terakhir terjadi penurunan jumlah pelanggan akibat meningkatnya persaingan usaha sejenis di sekitar lokasi usaha.

6. Key Resources (Sumber Daya Utama)

Sumber daya utama yang digunakan dalam menjalankan UMKM Sumber

Jernih meliputi mesin penyaringan air, sumber air dari PDAM, tempat usaha, serta tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga. Mesin penyaringan air menjadi komponen utama dalam menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Keterlibatan anggota keluarga dalam operasional usaha membantu mengurangi biaya tenaga kerja sehingga usaha dapat berjalan lebih efisien.

7. Key Activities (Aktivitas Utama)

Aktivitas utama pada UMKM Sumber Jernih meliputi proses penyaringan air, pengisian ulang galon, pelayanan kepada pelanggan, serta pengantaran galon. Selain itu, dilakukan pula pengecekan kualitas air dan kebersihan galon secara rutin guna memastikan air yang dihasilkan tetap layak konsumsi. Kegiatan perawatan mesin juga dilakukan secara berkala agar proses operasional usaha dapat berjalan dengan baik dan kualitas produk tetap terjaga.

8. Key Partnerships (Kemitraan Utama)

Dalam menjalankan usahanya, UMKM Sumber Jernih bekerja sama dengan PDAM sebagai penyedia sumber air utama. Selain itu, kerja sama juga dilakukan dengan teknisi mesin yang membantu dalam proses perawatan dan perbaikan mesin apabila terjadi kerusakan. Kerja sama tersebut memiliki peranan penting dalam mendukung kelancaran operasional usaha dan menjaga kualitas produk yang dihasilkan.

9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Biaya operasional utama dalam UMKM Sumber Jernih meliputi

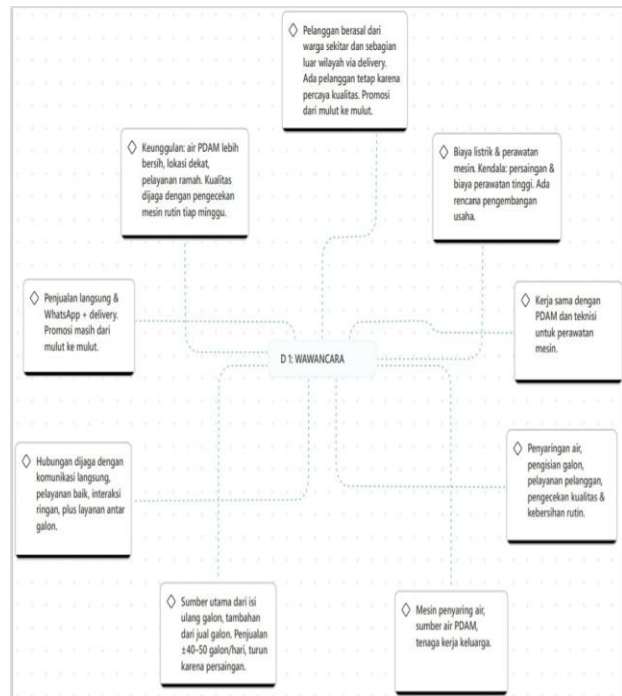
biaya listrik, biaya air PDAM, serta biaya perawatan mesin penyaringan air. Perawatan mesin dilakukan secara rutin setiap minggu agar kualitas air tetap terjaga dan mesin dapat berfungsi dengan baik. Selain itu, terdapat pula biaya operasional lain seperti biaya pengantaran dan kebutuhan perlengkapan usaha. Tingginya biaya perawatan mesin menjadi salah satu tantangan dalam menjalankan usaha, namun tetap diperlukan untuk menjaga kualitas produk dan kepercayaan pelanggan.

Hasil Analisis Menggunakan ATLAS.ti

Untuk mendukung proses analisis data, peneliti menggunakan bantuan perangkat lunak ATLAS.ti dalam melakukan proses coding dan pengelompokan data hasil wawancara. Penggunaan software ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam mengidentifikasi tema-tema utama yang berkaitan dengan penerapan Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Sumber Jernih. beberapa kategori utama yang sesuai dengan sembilan elemen Business Model Canvas, yaitu Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure. Hasil analisis tersebut kemudian divisualisasikan dalam bentuk network view untuk menunjukkan

hubungan antara data wawancara dengan tema-tema yang telah ditentukan.

Gambar 4 Hasil Analisis Data Menggunakan ATLAS.ti



Pembahasan Hasil Penelitian Berdasarkan Business Model Canvas

1. Customer Segments (Pelanggan)
Berdasarkan hasil wawancara, pelanggan usaha ini sebagian besar berasal dari lingkungan perumahan sekitar. Selain itu, terdapat pula pelanggan dari luar wilayah yang melakukan pemesanan, terutama melalui layanan pengantaran. Narasumber juga menyampaikan bahwa terdapat banyak pelanggan tetap yang melakukan pembelian secara rutin, bahkan hingga beberapa kali dalam satu minggu. Hal ini menunjukkan bahwa usaha ini memiliki tingkat loyalitas pelanggan yang cukup baik. Sebagian besar

- pelanggan mengetahui usaha ini karena sudah lama berdiri dan dikenal oleh masyarakat sekitar. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pelanggan menjadi faktor penting dalam keberlangsungan usaha.
2. Value Proposition (Keunggulan Usaha)
Keunggulan utama usaha ini terletak pada kualitas air yang digunakan, yang berasal dari PDAM (Perumda). Pemilihan sumber air tersebut dilakukan untuk menjaga kualitas air agar tetap baik dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Selain itu, pelayanan yang ramah serta lokasi usaha yang dekat dengan perumahan menjadi nilai tambah bagi pelanggan. Hal ini memudahkan pelanggan dalam melakukan pembelian. Untuk menjaga kualitas air, narasumber melakukan pengecekan dan perawatan mesin secara rutin setiap minggu. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi prioritas utama dalam usaha ini.
 3. Channels (Saluran Penjualan)
Dalam proses penjualan, usaha ini menggunakan dua cara, yaitu pelanggan datang langsung ke lokasi dan pemesanan melalui WhatsApp yang dilengkapi dengan layanan pengantaran. Sebagian besar pelanggan menggunakan layanan pengantaran karena dinilai lebih praktis. Hal ini menunjukkan bahwa kemudahan layanan menjadi faktor penting bagi pelanggan dalam melakukan pembelian. Selain itu, usaha ini juga mengandalkan promosi dari mulut ke mulut, yang masih efektif dalam menarik pelanggan di lingkungan sekitar.
 4. Customer Relationships (Hubungan dengan Pelanggan)
Dalam menjaga hubungan dengan pelanggan, narasumber mengutamakan komunikasi langsung dan pelayanan yang baik. Interaksi seperti berbincang dengan pelanggan menjadi salah satu cara untuk membangun kedekatan. Selain itu, usaha ini menyediakan layanan tambahan berupa pengantaran galon ke rumah pelanggan. Hal ini memberikan kemudahan bagi pelanggan dan meningkatkan kenyamanan dalam menggunakan jasa usaha ini. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang baik dengan pelanggan dapat membantu mempertahankan loyalitas pelanggan.
 5. Revenue Streams (Sumber Pendapatan)
Sumber pendapatan utama usaha ini berasal dari penjualan isi ulang air galon. Selain itu, terdapat pula pendapatan tambahan dari penjualan galon. Rata-rata penjualan harian berkisar antara 40–50 galon. Namun, narasumber menyampaikan bahwa terjadi penurunan jumlah pelanggan dalam beberapa tahun terakhir akibat meningkatnya persaingan usaha sejenis. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat pendapatan usaha dipengaruhi oleh kondisi persaingan di lingkungan sekitar.
 6. Key Resources (Sumber Daya Utama)
Sumber daya utama dalam usaha ini meliputi mesin penyaringan air, sumber air berkualitas dari PDAM, serta tenaga kerja dari keluarga. Keterlibatan keluarga dalam operasional usaha membantu dalam

mengurangi biaya tenaga kerja. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan usaha masih bersifat sederhana dan berbasis keluarga.

7. Key Activities (Kegiatan Utama)

Kegiatan utama usaha ini meliputi proses penyaringan air, pengisian ulang galon, serta pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, dilakukan juga pengecekan kualitas air dan kebersihan galon secara rutin untuk memastikan air yang dihasilkan tetap layak konsumsi. Hal ini menunjukkan bahwa kegiatan operasional tidak hanya berfokus pada penjualan, tetapi juga pada menjaga kualitas produk.

8. Key Partnerships (Kerja Sama)

Dalam menjalankan usaha, narasumber bekerja sama dengan PDAM (Perumda) sebagai penyedia sumber air utama. Selain itu, kerja sama juga dilakukan dengan teknisi untuk perawatan dan perbaikan mesin apabila terjadi kerusakan. Hal ini menunjukkan bahwa keberadaan mitra usaha membantu dalam menjaga kelancaran operasional.

9. Cost Structure (Struktur Biaya)

Berdasarkan hasil wawancara, biaya operasional utama pada UMKM Sumber Jernih meliputi biaya listrik dan biaya perawatan mesin penyaringan air yang dilakukan secara rutin. Biaya listrik digunakan untuk mendukung proses operasional usaha, terutama dalam menjalankan mesin penyaringan dan pengisian air galon. Selain itu, biaya perawatan mesin menjadi salah satu pengeluaran penting karena mesin penyaringan air merupakan alat utama dalam kegiatan operasional usaha. Perawatan dilakukan secara berkala untuk

menjaga kualitas air agar tetap layak konsumsi dan menjaga kelancaran proses produksi. Narasumber juga menyampaikan bahwa meningkatnya persaingan usaha sejenis menyebabkan pelaku usaha perlu mempertahankan kualitas layanan dan produk, sehingga biaya operasional tetap harus diperhatikan secara optimal. Hal ini menunjukkan bahwa struktur biaya memiliki pengaruh penting terhadap keberlangsungan usaha UMKM Sumber Jernih.

Kendala Usaha dan Rencana Pengembangan

Dalam menjalankan usahanya, UMKM Sumber Jernih menghadapi beberapa kendala, salah satunya adalah meningkatnya persaingan dari usaha air minum isi ulang sejenis di wilayah sekitar. Persaingan tersebut menyebabkan jumlah pelanggan mengalami penurunan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Selain itu, biaya perawatan mesin yang cukup besar juga menjadi tantangan bagi pelaku usaha. Mesin penyaringan air memerlukan perawatan secara rutin agar kualitas air tetap terjaga dan proses operasional dapat berjalan dengan baik. Kondisi tersebut menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pengeluaran usaha. Meskipun menghadapi berbagai kendala, narasumber tetap memiliki keinginan untuk mengembangkan usaha di masa mendatang. Rencana pengembangan usaha dilakukan dengan mempertimbangkan kondisi keuangan dan kesiapan usaha agar usaha dapat terus bertahan serta meningkatkan

daya saing di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai Analisis Penerapan Business Model Canvas pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Sumber Jernih di Desa Sukamulya, Kecamatan Cikembar, Kabupaten Sukabumi, dapat disimpulkan bahwa UMKM Sumber Jernih telah menerapkan sembilan elemen Business Model Canvas (BMC) dalam menjalankan usahanya. Penerapan Business Model Canvas menunjukkan bahwa usaha ini memiliki kekuatan pada kualitas air yang baik, pelayanan yang ramah, serta hubungan yang baik dengan pelanggan. Selain itu, usaha juga memanfaatkan layanan pemesanan melalui WhatsApp dan layanan pengantaran untuk mempermudah pelanggan dalam melakukan pembelian. Dalam menjalankan usahanya, UMKM Sumber Jernih didukung oleh sumber daya utama berupa mesin penyaringan air, sumber air dari PDAM, serta tenaga kerja keluarga. Kegiatan operasional utama meliputi proses penyaringan air, pengisian ulang galon, dan pelayanan kepada pelanggan. Selain itu, usaha ini juga menjalin kerja sama dengan PDAM sebagai penyedia sumber air dan teknisi mesin untuk mendukung kelancaran operasional usaha. Namun demikian, usaha ini masih menghadapi beberapa kendala, seperti meningkatnya persaingan usaha sejenis dan tingginya biaya operasional, khususnya biaya perawatan mesin. Meskipun demikian, pelaku usaha tetap memiliki

keinginan untuk mengembangkan usahanya agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan daya saing di masa mendatang.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. UMKM Sumber Jernih diharapkan dapat meningkatkan strategi promosi melalui media sosial agar usaha lebih dikenal oleh masyarakat luas dan mampu meningkatkan jumlah pelanggan.
2. Pelaku usaha diharapkan tetap menjaga kualitas air dan pelayanan kepada pelanggan agar kepercayaan serta loyalitas pelanggan tetap terpelihara.
3. UMKM Sumber Jernih diharapkan dapat mengembangkan layanan pengantaran dan meningkatkan inovasi usaha agar mampu bersaing dengan usaha sejenis.
4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan penelitian mengenai Business Model Canvas dengan objek penelitian yang berbeda atau menggunakan metode penelitian lain agar memperoleh hasil yang lebih luas dan mendalam.

REFERENCE

- Arum, D. S., Retnowati, E., Masnawati, E., Mardikaningsih, R., Zakki, M., Darmawan, D., Dirgantara, F., Wibowo, A. S., Terubus, & Saktiawan, P. (2024). Penerapan Business Model Canvas (BMC) dalam Meningkatkan UMKM Pengrajin Tas di Tanggulangin Sidoarjo.
- Daud, et al. (2025). Penelitian mengenai pengembangan UMKM dan strategi bisnis.
- Handayani, R., Marsudi, H., Triyanto, & Kartikasari, R. (2023). Eksisting Model The Business Model Canvas (BMC) UMKM Omah Cowboy.
- Mandamdari, A. N., & Widjojoko, T. (2022). Analisis Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Almeidah Desa Siwarak, Kecamatan Karangreja, Kabupaten Purbalingga.
- Moleong, L. J. (2021). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Putra, W. E., Fadilah, A. R., Panjaitan, D., & Nisa, K. (2024). Analisis Penggunaan Business Model Canvas pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM): A Systematic Literature Review.
- Sepriyadi, M. I., Wardani, A., Syahfitri, M., Alfayyadh, M. F., & Resmaliana, R. (2023). Analisis Business Model Canvas (BMC) pada UMKM Cimol Aa di Kota Tanjung Pinang.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Wahyuni. (2021). Penelitian mengenai penerapan Business Model Canvas pada UMKM.