

# **PERANCANGAN IDE BISNIS *LEAN CANVAS* PADA BISNIS PORSEE**

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Owen Lemuel Halim**

**NPM : 6131801097**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2023**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Owen Lemuel Halim  
NPM : 6131801097  
Program Studi : Sarjana Teknik Industri  
Judul Skripsi : PERANCANGAN MODEL BISNIS *LEAN CANVAS*  
PADA BISNIS PORSEE

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2023  
**Ketua Program Studi Sarjana  
Teknik Industri**

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

**Pembimbing Pertama**

(Ir. Catharina Badra Nawangpalupi, Ph.D.)



## **PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Owen Lemuel Halim

NPM : 6131801097

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**PERANCANGAN MODEL BISNIS *LEAN CANVAS* PADA BISNIS PORSEE**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 28 Juli 2023

Owen Lemuel Halim

NPM : 6131801097

## ABSTRAK

Porsee merupakan sebuah *start-up business* berupa portal untuk *responsible food* yang dapat mengedukasikan mengenai *food loss* dan *food waste* dan juga meningkatkan interaksi positif dalam keluarga. Porsee ini sendiri dibentuk oleh Mahasiswa jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan, tetapi perancangan model bisnis ini hanya sebatas ide dan belum tervalidasi sama sekali untuk idenya. Salah satu penyebab kegagalan *start-up* sebesar 35% dikarenakan tidak ada kebutuhan pasar atau pasar yang tidak cocok dan penyebab nomor satu bisnis *start-up* bangkrut adalah tidak diterima oleh pasar dalam hal ini adanya ketidakcocokan kebutuhan pasar dan produk *start-up*. Berdasarkan kedua informasi yang diperoleh dari Databoks dan Populix dapat ditarik garis besarnya bahwa perlu ada sebuah rencana bisnis yang benar-benar tervalidasi dan pasar yang cocok dan butuh dengan model bisnis Porsee, maka dari itu diperlukan sebuah kecocokan antara produk dengan pasar Porsee. Untuk melihat kecocokan produk dan pasar akan dilakukan perancangan *Lean Canvas* dengan pendekatan *problem solution fit* dan *product market fit*. Pada pendekatan *problem solution fit* akan diukur kecocokan antara permasalahan yang diangkat dengan solusi yang ditawarkan, pendekatan ini cocok untuk pembentukan *lean canvas* dikarenakan komponen terpenting dari *lean canvas* sendiri adalah *problem* dan *solution*. Untuk validasi pendekatan ini juga akan digunakan *test card* dan *learning card* sebagai tolak ukur validasi *problem solution fit* ini. Untuk *product market fit* setelah melakukan penjualan produk untuk memvalidasi kebutuhan konsumen dengan produk yang ditawarkan akan diukur menggunakan survei *net promoter score*. Setelah dilakukan perancangan *problem solution fit* dan *product market fit* akan divalidasi menggunakan *test card* dan *learning card* dan diperoleh ketidakcocokan antara *problem* dengan *solution* yang dirancang Porsee dengan keinginan pasar. Setelah dilakukan perbaikan beberapa segmen pada *Lean Canvas* maka didapatkan kecocokan antara produk dengan pasar Porsee. Hal ini dapat menjadi fondasi dalam perancangan usulan perbaikan *Lean Canvas* Porsee.

## **ABSTRACT**

*Porsee is a start-up business aiming for responsible food. It has purpose to educate the customer about food loss food loss and food waste and also increase positive interaction within the family. Porsee itself was formed by students majoring in Industrial Engineering at Parahyangan Catholic University, but the design of the business model is only an idea and has not been validated at all for the idea. One of the causes of start-up failure of 35% is because there are no market need or markets that are not suitable and the number one cause of start-up businesses going bankrupt is not being accepted by the market, in this case there is a mismatch between market needs and start-up products. Based on the two-information obtained from Databoks and Populix, it can be outlined that there needs to be a business plan that truly validated and the market is compatible and needed with Porsee's business model, therefore a match between Porsee's product and market is needed. To see product and market suitability, a Lean Canvas design will be carried out with the problem solution fit and product market fit approaches. In the problem solution fit approach, compatibility will be measured between the problems raised and the solutions offered. This approach is suitable for the formation of a lean canvas because the most important components of the Lean Canvas itself are the problem and solution. To validate this approach, test cards and learning cards will also be used as benchmarks for validating this problem solution fit. For product market fit after selling products to validate consumer needs with the products offered, it will be measured using a net promoter score survey. After designing the problem solution fit and product market fit, it will be validated using a test card and learning cards and there is a mismatch between the problem and solution designed by Porsee and market demand is obtained. After fixing several segments on Lean Canvas, a match was obtained between the product and the Porsee market. This can be the foundation in designing the proposed improvements to the Lean Canvas Porsee.*

## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa, atas berkat dan Rahmat yang diberikan-Nya kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan Skripsi ini. Penulisan Skripsi yang berjudul “**PERANCANGAN MODEL BISNIS LEAN CANVAS PADA BISNIS PORSEE**” diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan dari Universitas Katolik Parahyangan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan mohon maaf apabila masih terdapat kesalahan pada penulisan skripsi ini.

Tidak lupa juga saya menyadari bahwa penulisan dan penyusunan skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu saya ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah membimbing, membantu, serta memberi arahan untuk keseluruhan proses pelaksanaan kegiatan skripsi ini. Saya juga ucapkan terima kasih kepada orang-orang terkasih di sekeliling saya yang sudah mendukung dan membantu, Terutama kepada :

1. **Keluarga saya** yang selalu mendukung, mendorong, mengingatkan, dan memberi perhatian kepada saya.
2. **Ir. Catharina Badra Nawangpalupi, PhD** selaku dosen pembimbing di MBKM dan Skripsi, yang sudah memberikan bimbingan, masukan, nasihat, serta saran yang diberikan untuk saya dan kelompok Porsee sehingga ide bisnis yang dirancang dapat direalisasikan dan berjalan dengan baik.
3. **Pak Romy Loice, S.T., M.T.** selaku pembimbing MBKM yang sudah membimbing, memberi masukan, dan saran kepada saya dan Kelompok Porsee sehingga dapat membantu ide bisnis Porsee terealisasikan dan berjalan dengan baik.
4. **Parahyangan Incubator** yang telah memberikan kesempatan kepada saya dan kelompok Porsee untuk ikut dalam program MBKM dan belajar banyak hal mengenai bisnis dari awal hingga dapat merealisasikan ide awal menjadi suatu bisnis yang berjalan.

5. **Para dosen pengajar** yang sudah memberikan seluruh materi selama perkuliahan berlangsung. Dan memberikan ilmu yang dapat digunakan untuk penyusunan skripsi ini.
6. **Bu Monika Tamara dan Kelompok Porsee** yang telah berjuang bersama dan membimbing, memberikan arahan dan saran untuk Porsee hingga Porsee dapat terealisasi dan berjalan dengan lancar sampai saat ini.
7. **Teman-teman** yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Terima Kasih atas dukungan, dorongan, dan doanya.

Bandung 28 Juli 2023

Owen Lemuel

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
BAB I PENDAHULUAN .....	I-1
I.1 Latar Belakang .....	I-1
I.1 Identifikasi Masalah .....	I-6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	I-9
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-10
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-10
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	II-1
II.1 <i>Lean Canvas</i> .....	II-1
II.2 <i>Value Proposition Canvas</i> .....	II-4
II.4 <i>Business Model Canvas</i> .....	II-6
II.4 <i>Problem Solution Fit</i> .....	II-9
II.5 <i>Product Market Fit</i> .....	II-9
II.6 <i>Business Model Fit</i> .....	II-10
II.7 <i>Net Promoter Score</i> .....	II-10
II.8 Teknik Pengambilan Data .....	II-12
II.9 <i>Test Card</i> .....	II-13
II.10 <i>Learning Card</i> .....	II-14
II.11 <i>Crosstabulation</i> .....	II-16
BAB III PENELITIAN ANDA .....	III-1
III.1 Operasional Porsee .....	II-1
III.2 <i>Problem Solution Fit</i> pada <i>Lean Canvas</i> Awal .....	III-7
III.2.1 Metode <i>Problem Solution Fit</i> untuk Penentuan Asumsi .....	III-10

III.2.2	Perancangan <i>Test Card</i> Berdasarkan Asumsi .....	III-15
III.2.3	Pengambilan Data Survey .....	III-17
III.2.4	Perancangan <i>Test Card</i> Asumsi Pertama .....	III-17
III.2.4.1	Data Survey Asumsi Pertama .....	III-18
III.2.4.2	Perancangan <i>Lean Canvas</i> Berdasarkan Asumsi ..	III-20
III.2.4.3	<i>Learning Card</i> Asumsi Pertama .....	III-21
III.2.5	Perancangan <i>Test Card</i> Asumsi Kedua .....	III-22
III.2.5.1	Data Survey Asumsi Kedua .....	III-24
III.2.5.2	<i>Learning Card</i> Asumsi Kedua .....	III-25
III.2.6	Perancangan <i>Test Card</i> Asumsi Ketiga .....	III-27
III.2.6.1	Data Survey Asumsi Ketiga .....	III-28
III.2.6.2	<i>Learning Card</i> Asumsi Ketiga .....	III-31
III.2.7	Perancangan <i>Test Card</i> Asumsi Keempat .....	III-32
III.2.7.1	Data Survey Asumsi Keempat .....	III-34
III.2.7.2	<i>Learning Card</i> Asumsi Keempat .....	III-37
III.2.8	Perancangan <i>Test Card</i> Asumsi Kelima .....	III-39
III.2.8.1	Data Survey Asumsi Kelima.....	III-40
III.2.8.2	Validasi <i>Lean Canvas</i> Usulan Menggunakan <i>Net Promoter Score</i> .....	III-43
III.2.8.3	Perhitungan <i>Net Promoter Score</i> .....	III-44
III.2.8.4	<i>Learning Card</i> Asumsi Kelima.....	III-50
III.3	Penyusunan <i>Lean Canvas</i> Baru Porsee.....	III-51
BAB IV ANALISIS .....		IV-1
IV.1	Analisis Penentuan Perancangan <i>Lean Canvas</i> .....	IV-1
IV.2	Analisis Metode <i>Product Market Fit</i> dan <i>Net Promoter Score</i> .....	IV-4
IV.3	Analisis Validasi <i>Product Market Fit</i> .....	IV-4
IV.4	Analisis Metode <i>Crosstabulation</i> .....	IV-7
IV.5	Strategi Pengembangan dan Perbaikan Porsee.....	IV-8
BAB V KESIMPULAN SARAN .....		V-1
V.1	Kesimpulan .....	V-1
V.2	Saran .....	V-2
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Perhitungan Memasak Nasi Goreng .....	I-11
Tabel III.1	Hasil Wawancara Para Ahli Chef .....	III-11
Tabel III.2	Asumsi yang Telah Diidentifikasi .....	III-15
Tabel III.3	Hipotesis yang Terbentuk .....	III-15
Tabel III.4	Distribusi Frekuensi Data Umur dan Pekerjaan .....	III-27
Tabel III.5	Distribusi Frekuensi yang Diharapkan .....	III-27
Tabel III.6	Perhitungan Nilai <i>Chi-Square</i> .....	III-28
Tabel III.7	Rekapitulasi Data <i>Net Promoter Score</i> .....	III-50
Tabel III.8	Hasil Perhitungan <i>Net Promoter Score</i> .....	III-51
Tabel III.9	Tabel Perbaikan <i>Net Promoter Score</i> .....	III-52
Tabel III.10	Perbaikan Nilai <i>Net Promoter Score</i> .....	III-52
Tabel III.11	Rekapitulasi Asumsi <i>Test Card</i> .....	III-55
Tabel III.12	Rekapitulasi Asumsi <i>Learning Card</i> .....	III-57
Tabel IV.1	Perbaikan Nilai <i>Net Promoter Score</i> .....	IV-5

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	<i>Lean Canvas</i> Porsee .....	I-3
Gambar I.2	<i>Value Proposition Canvas (VPC)</i> Porsee .....	I-5
Gambar I.3	<i>Business Model Canvas (BMC)</i> Porsee .....	I-8
Gambar I.4	Metodologi Penelitian .....	I-14
Gambar II.1	<i>Lean Canvas</i> .....	II-1
Gambar II.2	<i>Value Proposition Canvas</i> .....	II-4
Gambar II.3	Sektor BMC .....	II-6
Gambar II.4	<i>Business Model Canvas</i> .....	II-7
Gambar II.5	Cara Menghitung NPS .....	II-11
Gambar II.6	Kriteria NPS .....	II-12
Gambar II.7	<i>Template Test Card</i> .....	II-14
Gambar II.8	<i>Template Learning Card</i> .....	II-16
Gambar II.9	Distribusi Frekuensi <i>Crosstabulation</i> .....	II-17
Gambar II.10	Kombinasi Frekuensi <i>Crosstabulation</i> .....	II-17
Gambar III.1	Menu Ayam Cabe Garam .....	III-2
Gambar III.2	Menu Ayam Cah Jamur .....	III-3
Gambar III.3	Menu Steak Ayam.....	III-4
Gambar III.4	Menu Ayam General Tso .....	III-5
Gambar III.5	Menu Ayam Bawang Putih.....	III-6
Gambar III.6	<i>Lean Canvas</i> Awal Porsee.....	III-10
Gambar III.7	Asumsi Awal <i>Lean Canvas</i> Porsee .....	III-14
Gambar III.8	Contoh <i>Test Card</i> .....	III-16
Gambar III.9	<i>Test Card</i> Asumsi Pertama .....	III-17
Gambar III.10	Data Keterbatasan Waktu Memasak.....	III-18
Gambar III.11	Data Produk Bahan Makanan Siap Masak Membantu Keterbatasan Memasak .....	III-19
Gambar III.12	Contoh <i>Learning Card</i> .....	III-20
Gambar III.13	<i>Learning Card</i> Asumsi Pertama .....	III-21
Gambar III.14	<i>Test Card</i> Asumsi Kedua .....	III-23
Gambar III.15	Data Umur Responden Survey.....	III-24

Gambar III.16 Data Pekerjaan Responden Survey .....	III-25
Gambar III.17 <i>Learning Card</i> Asumsi Kedua .....	III-29
Gambar III.18 <i>Test Card</i> Asumsi Ketiga.....	III-31
Gambar III.19 Niat Beli Produk dengan Pengemasan Plastik .....	III-32
Gambar III.20 Data Mengenai Pendapat Penggunaan Plastik sebagai Kemasan Makanan Siap Masak.....	III-33
Gambar III.21 Data Ketertarikan Responden terhadap Produk Bahan Makanan Siap Masak dengan Pengurangan Plastik .....	III-34
Gambar III.22 <i>Learning Card</i> Asumsi Ketiga.....	III-35
Gambar III.23 <i>Test Card</i> Asumsi Keempat .....	III-36
Gambar III.24 Data Pengetahuan Responden Mengenai Produk Bahan Makanan Siap Masak.....	III-37
Gambar III.25 Data Pembelian Produk Bahan Makanan Siap Masak .....	III-38
Gambar III.26 Data Keinginan Respoden terhadap Produk Bahan Makanan Siap Masak.....	III-39
Gambar III.27 Data Keyakinan Responden terhadap Produk Bahan Makanan Siap Masak.....	III-40
Gambar III.28 <i>Learning Card</i> Asumsi Keempat.....	III-41
Gambar III.29 <i>Test Card</i> Asumsi Kelima.....	III-42
Gambar III.30 Data Kesulitan Memasak Responden .....	III-43
Gambar III.31 <i>Concierge System</i> Porsee.....	III-44
Gambar III.32 Tahapan Uji <i>Product Market Fit</i> .....	III-45
Gambar III.33 Data Penjualan Porsee .....	III-46
Gambar III.34 Data Usia Konsumen Porsee .....	III-48
Gambar III.35 Data Pekerjaan Konsumen Porsee .....	III-48
Gambar III.36 Data Frekuensi Pembelian Produk Porsee.....	III-49
Gambar III.37 <i>Lean Canvas</i> Asumsi Kelima .....	III-53
Gambar III.38 Perbaikan Segmen <i>Problem Lean Canvas</i> Porsee.....	III-59
Gambar III.39 Perbaikan Segmen <i>Customer Segments</i> .....	III-60
Gambar III.40 Perbaikan Segmen <i>Unique Value Proposition</i> .....	III-61
Gambar III.41 Perbaikan Segmen <i>Solution</i> .....	III-63
Gambar III.42 Perbaikan Segmen <i>Unfair Advantage</i> .....	III-64
Gambar III.43 Penyusunan Akhir <i>Lean Canvas</i> Porsee .....	III-65
Gambar IV.1 Perancangan <i>Lean Canvas</i> Usulan.....	IV-4

Gambar IV.2	Box Awal Produk Porsee .....	IV-7
Gambar IV.3	Box Terbaru Produk Porsee.....	IV-8

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Wawancara Para Ahli Chef.....	A-1
LAMPIRAN B Survey Calon Konsumen .....	B-1
LAMPIRAN C Survey Masyarakat Umum .....	C-1
LAMPIRAN D Survey <i>Net Promoter Score</i> .....	D-1

# BAB I

## PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai pendahuluan dari penelitian. Mulai dari Latar Belakang masalah yang dihadapi oleh penulis, identifikasi masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi yang terbentuk, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Berikut akan dijelaskan lebih lanjut pembahasan-pembahasan dari sub bab tersebut.

### IV.4 Latar Belakang Masalah

Porsee merupakan sebuah *start-up business* berupa portal untuk *responsible food* yang dapat mengedukasikan mengenai *food loss* dan *food waste* dan juga meningkatkan interaksi positif dalam keluarga. Menurut Dorf & Blank (2012) startup adalah sebuah bisnis awal yang bersifat sementara yang dibangun untuk menemukan jati diri dalam bentuk model bisnis pada situasi yang kurang meyakinkan. Sedangkan menurut Ries (2011) startup adalah sekelompok orang yang membentuk produk atau layanan dan menjualnya pada lingkungan yang tidak menentu guna untuk mencari bisnis model yang sesuai. Porsee sendiri ingin meningkatkan *awareness* dari masyarakat mengenai pentingnya mengetahui *food loss* dan *food waste*. Menurut FAO (2015) *food waste* adalah makanan bersisa yang akhirnya terbuang akibat tidak habis dikonsumsi atau terbuang akibat kesalahan pada bagian produksi, maupun ketika diolah, dan disebarkan oleh distributor. Bisnis Porsee sendiri memiliki cara kerja yang praktis dimana pelanggan atau konsumen dapat memesan bahan makanan sesuai menu yang diinginkan melalui aplikasi, setelah memesan konsumen tinggal menunggu produk Porsee yang akan diantarkan 2 hari setelah pemesanan dilakukan. *Unique Selling Point (USP)* dari Porsee sendiri sejauh ini adalah produk yang dijual berisi bahan makanan yang sudah sesuai dengan takaran 2 sampai 4 porsi keluarga jadi meminimasi bahan makanan berlebih yang terbuang ketika proses memasak. Dari kacamata konsumen, *unique selling point* ini akan di duga sebagai permasalahan utama dari target pasar Porsee mengenai waktu memasak yang tidak cukup. Fitur

ini akan terus dikembangkan seiring bisnis Porsee berkembang sehingga bersifat jangka panjang dalam pengembangannya.

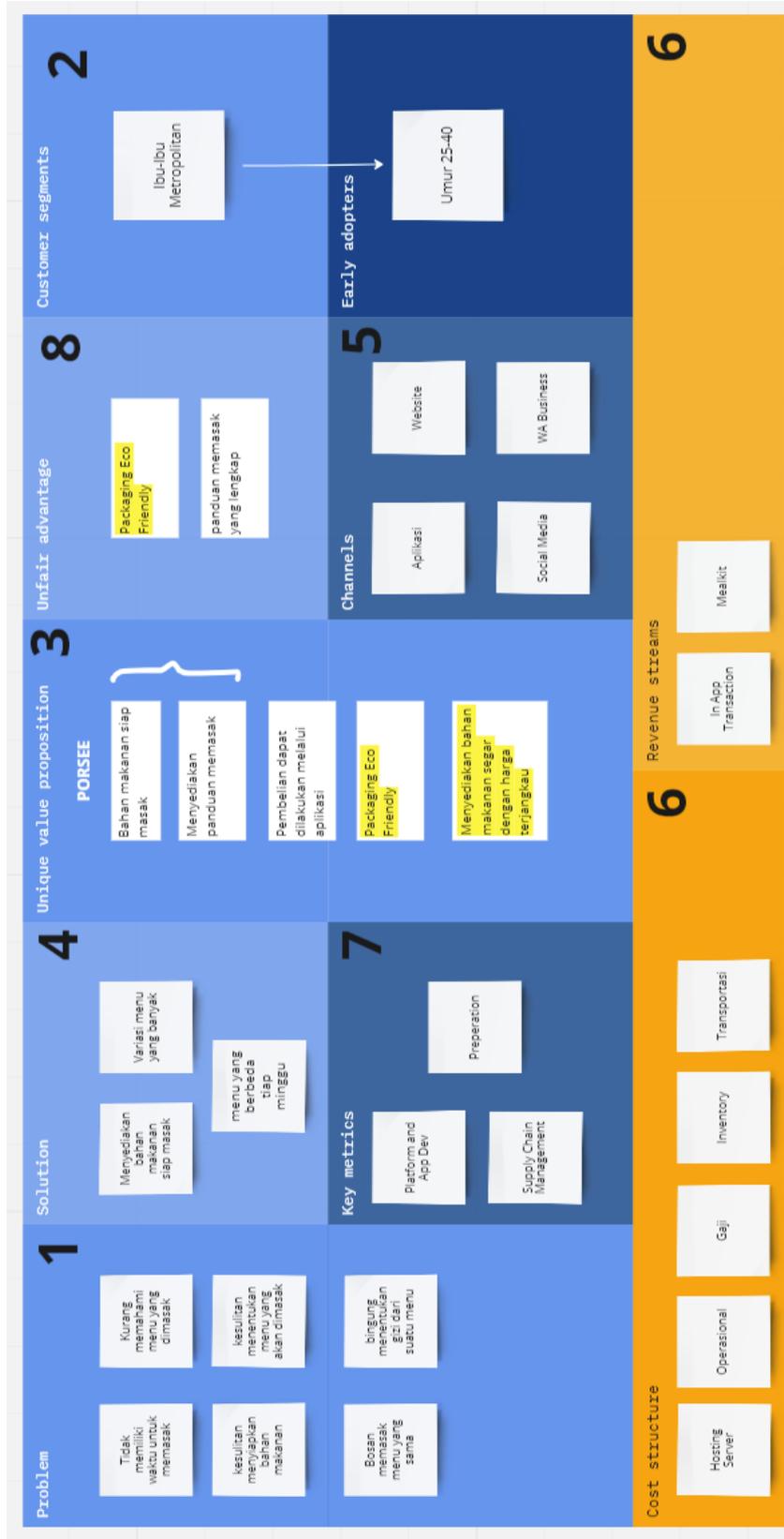
Menurut Stanton (1993) pasar adalah tempat untuk sekumpulan masyarakat yang memiliki kemauan untuk menggunakan dan membelanjakan uang untuk kepuasannya. Terdapat pertukaran nilai ketika proses jual beli terjadi maka dari itu perlu ada kecocokan antar produk yang dijual dengan segmen pasar yang ditargetkan. Maka dari itu penting untuk Porsee untuk mencocokkan antara masalah yang dialami oleh segmen pasar dengan produk atau jasa yang akan diberikan.

Dalam memperoleh kecocokan antara masalah yang dialami oleh segmen pasar dengan produk atau jasa yang akan diberikan dapat digunakan *Lean Canvas* untuk mencocokkan keduanya. Menurut LinovHR (2021) fungsi dari *Lean Canvas* adalah kanvas untuk melihat dan mengidentifikasi masalah dasar untuk dapat menghasilkan solusi yang efektif. Sedangkan menurut Maurya (2012) *Lean Canvas* dibagi menjadi 9 sub blok yang akan diisi menurut resiko tertinggi hingga terendah. Maka dari itu dilakukan perancangan *Lean Canvas* untuk mencocokkan antara *problem* yang diperoleh dengan *solution* yang akan diberikan apakah sudah cocok dan saling memenuhi. Berikut *Lean Canvas* Porsee dapat dilihat pada Gambar I.1.

Seperti pada Gambar I.1. Pembentukan *Lean Canvas* Porsee ini dimulai dari *problem* yang berisikan masalah yang dihadapi oleh *customer segment* pada VPC sebelumnya yaitu tidak memiliki waktu untuk memasak, kurang memahami menu yang dimasak, kesulitan menyiapkan bahan makanan. Berikutnya ditentukan *customer segments* yaitu yang sesuai pada VPC adalah ibu metropolitan yang merupakan Wanita bekerja dengan rentang umur 25-40 tahun yang memiliki keluarga kecil dan hobi memasak yang tidak memiliki waktu karena bekerja. Berikutnya terdapat *unique value proposition* yang berisikan proposisi nilai unik yang dimiliki Porsee yang berbeda dengan para pesaing. *unique value proposition* yang dimiliki Porsee adalah menyediakan bahan makanan siap masak, menyediakan panduan memasak, pembelian dapat melalui aplikasi, *eco-friendly packaging*, menyediakan bahan makanan segar dengan harga terjangkau. Tahap keempat yaitu menentukan *solution* yang akan diberikan kepada *customer segments*. *Solution* yang diberikan Porsee adalah menyediakan bahan makanan

siap masak, variasi menu yang banyak, dan menu yang berbeda setiap minggu. Selanjutnya *channels* yang akan digunakan untuk menjalankan bisnis Porsee ini adalah dengan menggunakan aplikasi untuk melakukan transaksi kedepannya, website yang akan berguna sebagai *landing page*, *social media* untuk melakukan promosi produk, dan WA *Business* untuk melakukan transaksi awal. Tahap berikutnya adalah *cost structure* dan *revenue stream*, untuk *cost structure* akan diisi oleh seluruh pengeluaran untuk menjalankan bisnis Porsee ini. Pengeluaran tersebut adalah untuk *hosting server*, operasional, gaji pegawai, *inventory*, transportasi atau pengiriman. Sedangkan untuk *revenue stream* merupakan seluruh sumber pemasukkan dari bisnis Porsee yaitu berasal dari pembelian dalam aplikasi dan *meal-kit*. Berikutnya untuk *key metrics* merupakan langkah yang ditempuh untuk menjalankan bisnis Porsee yaitu *platform and application development*, *meal preparation*, dan *supply chain management*. Tahap terakhir pada *Lean Canvas* ini adalah adanya *unfair advantage* atau suatu kelebihan yang tidak dimiliki oleh para pesaing. *Unfair advantage* yang dimiliki oleh Porsee adalah *eco-friendly packaging*, panduan memasak yang lengkap. Tetapi *Lean Canvas* ini juga belum teruji kebenarannya maka dari itu perlu dilakukan penelitian lebih lanjut.

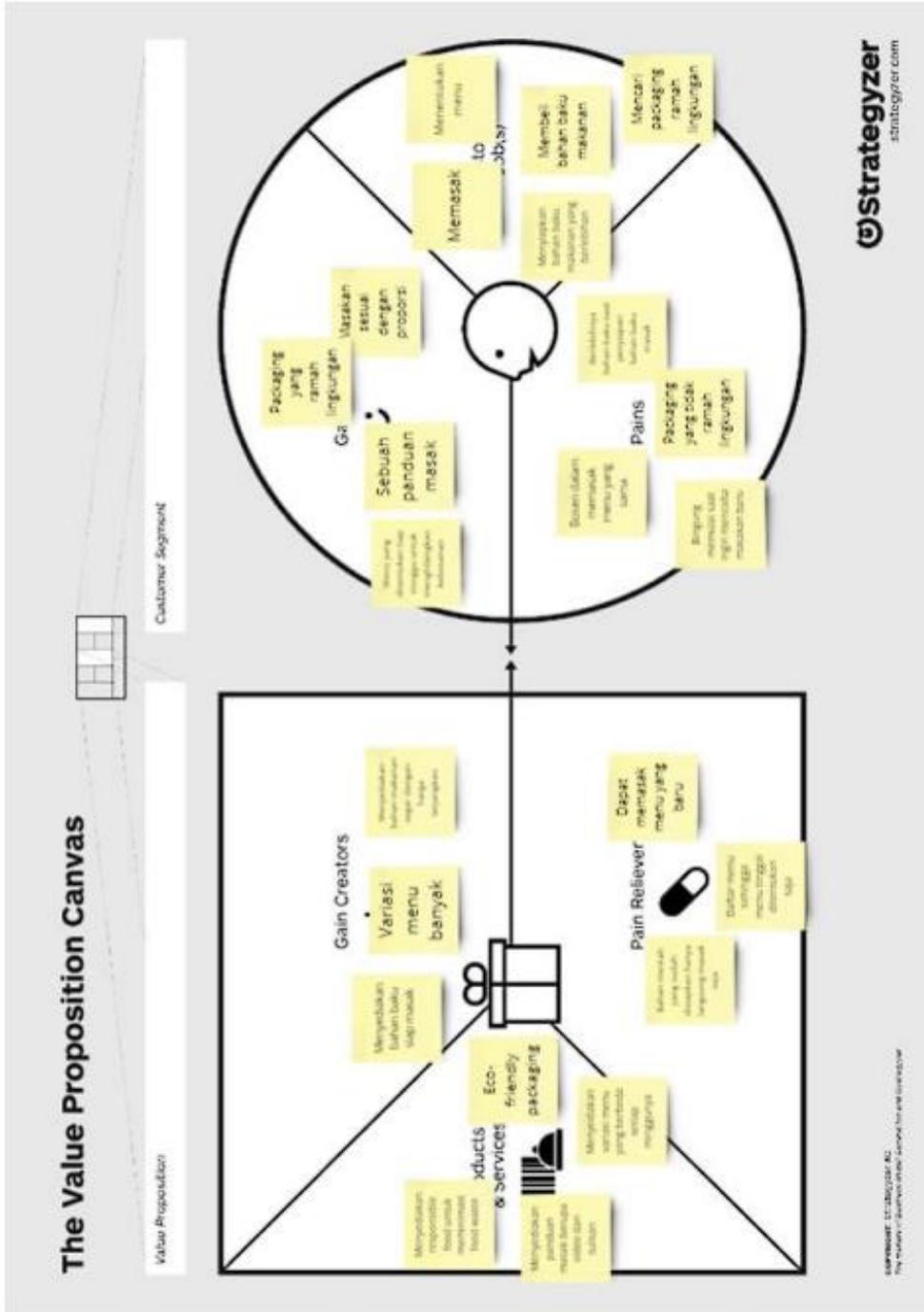
Gambar I.1 Lean Canvas Porsee



Setelah melakukan perancangan *Lean Canvas* untuk memvalidasi ide bisnis Porsee berikutnya juga akan dilakukan perancangan *Value Proposition Canvas* untuk Porsee. Segmen yang akan diisi dalam *Value Proposition Canvas* ini adalah *Customer Segment* dan *Value Proposition*. Menurut Osterwalder (2014) *Value Proposition Canvas (VPC)* merupakan sebuah alat yang bisa membantu sebuah perusahaan untuk mencari nilai sebenarnya dalam produk atau jasa yang akan diberikan dengan melihat kecocokan dengan nilai pasar. Dari pembuatan VPC ini maka pembuatan BMC Porsee akan lebih mudah karena segmen pasar dan proposisi nilai telah terisi. Berikut *Value Proposition Canvas (VPC)* Porsee dapat dilihat pada Gambar 1.2.

Pada Gambar 1.2. dapat dilihat dalam VPC Porsee terbagi kedalam dua segmen yaitu *Customer Segment* dan *Value Proposition*. *Customer Segment* sendiri berisi *customer jobs*, *pains*, dan *gains*. *Customer jobs* yang dibutuhkan oleh segmen pasar Porsee adalah memasak, menentukan menu, menyediakan bahan baku makanan, membeli bahan baku, pencari *packaging* yang ramah lingkungan. Sedangkan *pains* atau kesulitan yang dihadapi oleh segmen pasar Porsee untuk meraih *customer jobs* tersebut adalah keterbatasan waktu dalam memasak karena aktivitas sehari-hari dan kesulitan dalam menentukan menu. Untuk *gains* atau kelebihan yang akan diperoleh adalah kepraktisan dan efisiensi dalam memasak. Berikutnya untuk bagian *Value Proposition* dibagi juga menjadi tiga yaitu *products and services*, *pain reliever*, dan *gain creators*. Dimulai dari segmen *products and services* yang berisi produk yang akan ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen yang tertera pada *customer jobs* yaitu menyediakan *responsible food* untuk meminimasi *food waste*, menyediakan panduan memasak berupa video dan tulisan, menyediakan variasi menu yang berbeda setiap minggu, dan *eco-friendly packaging*. Berikutnya untuk *pain reliever* berisi kesulitan konsumen yang akan terselesaikan ketika menggunakan produk Porsee yaitu dapat memasak menu yang baru, dan jasa layanan pembelian bahan baku yang langsung diantarkan ke konsumen. Terakhir untuk segmen *gain creators* berisikan bagaimana produk yang diberikan dapat menguntungkan konsumen yaitu dengan variasi menu yang banyak, menyediakan bahan baku siap masak, dan menyediakan bahan makanan segar dengan harga yang terjangkau. VPC Porsee ini sendiri belum teruji kebenarannya maka itu diperlukan penelitian lebih lanjut.

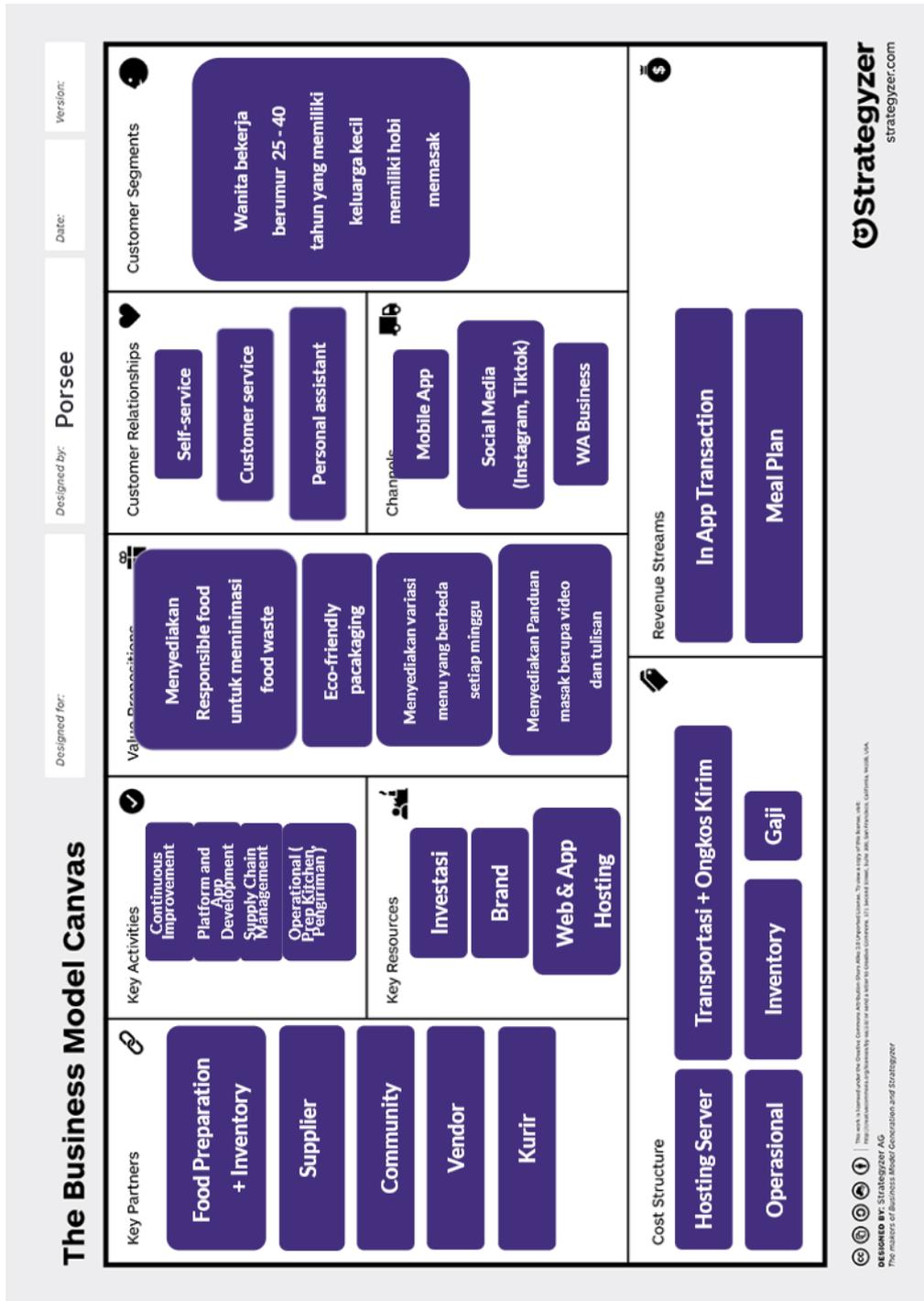
Gambar 1.2 Value Proposition Canvas (VPC) Porsee



Berikutnya setelah melakukan perancangan *Value Proposition Canvas* untuk Porsee informasi yang telah diperoleh berdasarkan opini anggota Porsee akan digunakan untuk merancangan *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) untuk membuat model bisnis salah satu cara yang efisien adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Berikut *Business Model Canvas* Porsee dapat dilihat pada Gambar I.3.

Dalam BMC Porsee seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.3. *Customer Segments* atau segmen pasar Porsee adalah Wanita bekerja dengan rentang umur 25-40 tahun yang memiliki keluarga kecil dan hobi memasak yang tidak memiliki waktu karena bekerja. Sedangkan *value proposition* yang diberikan oleh Porsee adalah menyediakan portal *responsible food, eco-friendly packaging*, menyediakan variasi menu yang berbeda tiap minggunya, dan menyediakan panduan memasak berupa video dan tulisan. Semua informasi mengenai *customer segments, value proposition, customer relationships, channels, key activities, key resources, key partners, cost structures, dan revenue stream* yang digunakan pada *Business Model Canvas* ini masih berdasarkan opini dari anggota kelompok Porsee dimana masing-masing anggota memberikan masukan yang menurut mereka sesuai dengan pasar yang dituju dan dibutuhkan dan apa saja solusi atau nilai proposisi yang cocok untuk target pasar yang ditentukan oleh anggota kelompok. Akan tetapi BMC Porsee ini masih dalam tahap asumsi dari anggota Porsee sendiri dan belum teruji kebenarannya maka dari itu diperlukan penelitian lebih lanjut dan validasi mengenai kecocokan segmen dengan opini anggota kelompok apakah telah sesuai atau belum, validasi juga dilakukan terhadap beberapa segmen yang akan digunakan pada *Lean Canvas* Porsee.

Gambar I.1 Business Model Canvas (BMC) Porsee



## I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Porsee adalah sebuah bisnis UMKM berupa portal untuk *responsible food* yang dapat mengedukasikan mengenai *food loss* dan *food waste* dan juga meningkatkan interaksi positif dalam keluarga. Cara kerja Porsee adalah dengan cara memesan menu yang diinginkan melalui WA *Business* Porsee. Menu yang dipilih berisikan bahan makanan mentah dari menu tersebut dan panduan memasak dari menu tersebut. Setelah memesan menu yang diinginkan konsumen dapat menunggu untuk produk dikirimkan kepada konsumen. *Selling Point (USP)* dari Porsee sendiri sejauh ini adalah produk yang dijual berisi bahan makanan yang sudah sesuai dengan takaran 2 sampai 4 porsi keluarga jadi meminimasi bahan makanan berlebih yang terbuang ketika proses memasak.

Menurut Stanton (1993) pasar adalah tempat untuk sekumpulan masyarakat yang memiliki kemauan untuk menggunakan dan membelanjakan uang untuk kepuasannya. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa dari pasar ini terdapat proses jual beli yang menyebabkan adanya pemenuhan kebutuhan dan keinginan, maka dari itu pasar menjadi salah satu fondasi penting dari bisnis. Menurut Databoks (2022) salah satu penyebab kegagalan *start-up* sebesar 35% dikarenakan tidak ada kebutuhan pasar atau pasar yang tidak cocok. Sedangkan menurut Populix (2020) penyebab nomor satu bisnis *start-up* bangkrut adalah tidak diterima oleh pasar dalam hal ini adanya ketidakcocokan kebutuhan pasar dan produk *start-up*. Dari kedua informasi berdasarkan databoks dan populix dapat disimpulkan bahwa dibutuhkan sebuah rencana bisnis yang tepat untuk menentukan produk yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh masyarakat. Maka dari itu diperlukan riset ulang dan menemukan kecocokan produk dengan pasar Porsee.

Dalam proses menemukan pasar Porsee yang tepat dilakukan sebuah *potential user interview* oleh Porsee mengenai segmen pasar Porsee. Dari hasil diskusi kelompok ditentukan bahwa segmen pasar yang ingin porsee targetkan adalah ibu-ibu yang memiliki hobi atau suka memasak tetapi tidak memiliki waktu memasak dan mempersiapkan bahan makanan. Dari segmen pasar yang telah ditentukan tersebut Porsee memberikan sebuah produk untuk menyelesaikan masalah tersebut yaitu menyediakan bahan baku makanan siap masak yang

praktis dan juga efisien. Tetapi Porsee belum menjalankan bisnisnya dikarenakan belum dilakukan *market research* mengenai permasalahan tersebut apakah terdapat pasarnya di Indonesia. Sehingga kecocokan antara segmen pasar yang telah ditentukan porsee dengan proposisi nilainya belum dapat teruji. Maka dari itu perlu dilakukan *market research* terlebih dahulu untuk mengetahui bahwa terdapat kebutuhan pasarnya.

Dalam proses menentukan *market research* ini akan dilakukan penyebaran survey kepada calon konsumen dan juga kepada masyarakat umum mengenai umur responden, jumlah anak, pekerjaan, informasi apakah responden memasak di rumah, kesulitan yang dihadapi ketika memasak, apakah responden mengetahui tentang keberadaan produk bahan makanan siap masak, apakah pekerjaan mengganggu proses memasak responden di rumah, apakah terdapat keterbatasan waktu memasak di rumah, dll.

Dari hasil survey ini diperoleh informasi bahwa ibu-ibu dengan rentang umur 30-50 tahun yang bekerja masih suka memasak di rumah. Ini menjadi nilai positif untuk Porsee karena menandakan adanya pasar untuk bisnis Porsee. Berdasarkan data yang diperoleh dari survey yang dilakukan adalah ketidakcocokan antara asumsi awal permasalahan yang dihadapi oleh konsumen dengan permasalahan sebenarnya yang dialami oleh konsumen. Asumsi permasalahan utama yang ditentukan oleh Porsee ketika membangun bisnis ini adalah tidak adanya waktu untuk memasak di rumah. Dan juga diperoleh ternyata terdapat kendala-kendala lain dalam memasak di rumah yang tidak diketahui Porsee. Dalam hasil survey ini diperoleh bahwa masih terdapat ketidakcocokan antara permasalahan sebenarnya yang dialami oleh target pasar dengan solusi atau nilai proporsisi yang Porsee tawarkan dan berikan sehingga perlu dilakukan identifikasi ulang mengenai kebutuhan dan kemauan pasar Porsee guna untuk meningkatkan daya tarik konsumen terhadap produk Porsee.

Menurut Halodoc (2018) makanan siap masak atau cepat saji tidak memiliki banyak kelebihan dan kesehatan yang dibutuhkan oleh tubuh. Sedangkan menurut Finansialku (2021) memasak di rumah itu memiliki banyak kelebihan seperti lebih murah, gizi yang dapat diatur, kebersihan yang lebih terjamin, dan memiliki waktu untuk bersama keluarga ketika memasak di rumah. Sebagai contoh

terdapat perhitungan masak makanan sendiri di rumah dengan menu nasi goreng. Perhitungan memasak nasi Goreng dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Perhitungan memasak Nasi Goreng

Nama Bahan	Jumlah	Harga
Beras	250 Gr	Rp3.000
Bawang Merah	3 Siung	Rp200
Bawang Putih	2 Siung	Rp150
Minyak	250 Gr	Rp3.500
Garam	Secukupnya	Rp400
Kecap Manis	Secukupnya	Rp500
Telur	1 Butir	Rp1.500
Merica	Secukupnya	Rp50
Gula Pasir	Secukupnya	Rp350
Bakso	35 Gr	Rp1.000
Tomat	1 Buah	Rp500
Kerupuk	50 Gr	Rp800
<b>Total</b>		<b>Rp11.950</b>

Dapat dilihat pada Tabel I.1 bahwa harga bahan makanan untuk membuat satu porsi nasi goreng seharga Rp. 11.950,00 sedangkan harga rata-rata nasi goreng diluar pada umumnya seharga Rp. 15.000,00. Berdasarkan perbandingan harga memasak dan membeli makanan cepat saji terdapat pertimbangan mengenai harga dan kesehatan yang diperoleh. Kedua artikel diatas dapat membantu Porsee untuk menentukan proposisi nilai yang baru dan juga segmen pasar yang tepat mengenai harga beli makanan cepat saji dan kesehatan dari memasak di rumah. Berdasarkan data artikel dari databoks dan populix bahwa bisnis *startup* sangat bergantung kepada pasar yang tepat dan ketidakcocokan pasar dengan produk yang ditawarkan dapat menyebabkan banyak bisnis bangkrut dan gulung tikar.

Bedasarkan kendala-kendala yang telah terjabarkan diatas, maka perlu dilakukan analisis dan validasi ulang antara kecocokan produk Porsee dengan segmen pasar serta perancangan ulang *Lean Canvas* Porsee yang sesuai dengan segmen pasar yang tepat. Maka dari itu rumusan masalah yang timbul dari penelitian ini adalah:

1. Apakah Problem yang dihadapi konsumen sesuai dengan solusi yang ditawarkan Porsee?
2. Bagaimana rancangan *Lean Canvas* yang tepat untuk Porsee?

### **I.3 Pembatasan dan Asumsi Penelitian**

Pada bagian ini akan dijelaskan mengenai pembatasan masalah serta apa saja asumsi yang digunakan untuk melengkapi penelitian ini. Pembatasan masalah dan Asumsi penelitian ini dibuat untuk memfokuskan kepada masalah yang akan diteliti serta keterbatasan dalam biaya dan waktu penelitian. Pembatasan masalah dari penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan tidak sampai tahap implementasi melainkan hanya sampai tahap perancangan dan usulan. Sedangkan Asumsi pada penelitian ini adalah selama dilakukannya penelitian ini, *Lean Canvas* Porsee tidak mengalami perubahan secara signifikan.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Bedasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan pada bagian sebelumnya, maka dapat ditentukan tujuan dari penelitian ini. Berikut merupakan tujuan penelitian yang akan dilakukan.

1. Mendapatkan solusi yang tepat sesuai dengan permasalahan yang dihadapi konsumen.
2. Untuk mengetahui perancangan *Lean Canvas* yang tepat untuk Porsee.

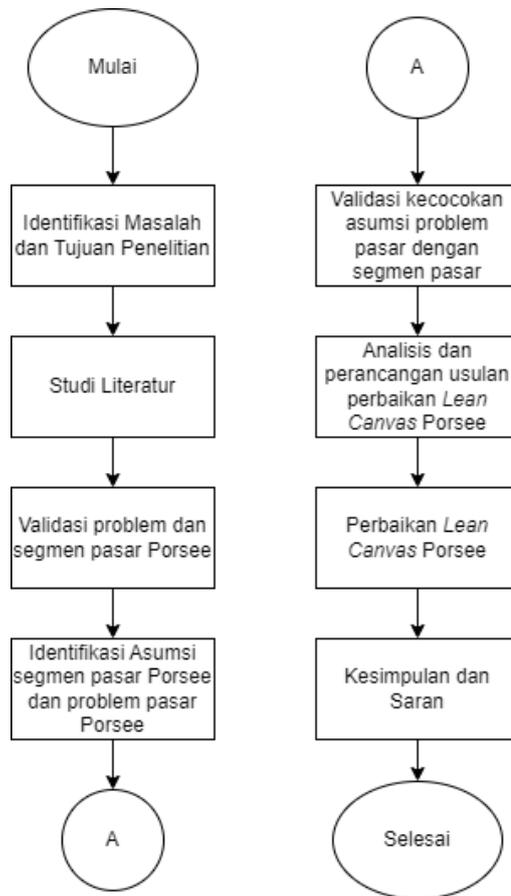
### **I.5 Manfaat Penelitian**

Pada penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat kepada *stakeholder* atau orang yang terlibat pada penentuan *Lean Canvas* yang tepat untuk Porsee. Berikut merupakan manfaat dari penelitian ini:

- I. Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan penulis terkait seluruh ilmu dan metode yang digunakan dalam penelitian ini dan dapat menerapkannya ke permasalahan serupa.
- II. Dengan dilakukannya penelitian ini, maka penulis diharapkan dapat memberikan usulan perbaikan yang tepat dan dapat diimplementasikan kepada bisnis Porsee dan bisnis-bisnis lainnya.
- III. Dengan dilakukannya penelitian ini, para pembaca dapat mengerti mengenai penggunaan *Lean Canvas* pada bisnis. Selain itu, pembaca juga dapat menggunakannya pada penelitian berikutnya.
- IV. Dengan dilakukannya penelitian ini, dapat menjadi panduan dan referensi dalam dilakukannya penelitian berikutnya.

## **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada sub bab ini akan dijelaskan mengenai langkah-langkah yang dilakukan pada penelitian ini. Metodologi Penelitian akan dibuat dalam bentuk *flowchart* pada Gambar I.4 yang menggabarkan Langkah-langkah yang dilakukan selama penelitian ini berlangsung. Dimulai dari identifikasi masalah dan tujuan penelitian hingga kesimpulan dan saran. Berikut merupakan tahapan yang terdapat pada metodologi penelitian.

Gambar 1.4 *Flowchart* Metodologi Penelitian

### 1. Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian

Langkah pertama yang dilakukan dalam melakukan penelitian ini adalah menetapkan identifikasi masalah. Masalah yang teridentifikasi adalah pemilihan segmen pasar Porsee dan proposisi nilai atau masalah yang dihadapi oleh calon konsumen Porsee. Hal ini dilakukan karena belum teruji kecocokan antara pasar dengan produk yang ditawarkan dan ini dapat mempengaruhi bisnis Porsee. Pada tahap ini juga ditentukan tujuan penelitian yang dibuat berdasarkan rumusan masalah yang terbentuk.

### 2. Studi Literatur

Penelitian yang dilakukan harus berdasarkan dasar teori tertentu. Maka dari itu, pada tahap ini dilakukan studi literatur yang mendukung pembahasan dari

penelitian yang dilakukan. Beberapa studi literatur yang dapat digunakan diantara lain dari buku literatur, jurnal, website.

### 3. Validasi problem pasar Porsee

Tahap berikutnya adalah dengan melakukan validasi problem pasar Porsee untuk mengetahui kecocokan antara problem yang dialami dengan produk atau solusi yang Porsee berikan. Pada tahapan ini dilakukan analisis mengenai kebutuhan konsumen atau pasar Porsee dengan proposisi nilai yang ditawarkan.

### 4. Identifikasi Asumsi segmen pasar Porsee dan problem pasar Porsee.

Setelah dilakukan validasi terhadap problem dari pasar Porsee, selanjutnya akan di ditentukan asumsi-asumsi yang mendukung proposisi nilai yang dapat berpengaruh kepada segmen Porsee. Hal ini bertujuan untuk mencocokkan proposisi nilai Porsee berdasarkan kemauan konsumen.

### 5. Validasi kecocokan asumsi problem pasar dengan proposisi nilai Porsee.

Setelah mendapatkan asumsi-asumsi yang tepat dan berpengaruh kepada segmen pasar Porsee. Berikutnya akan dilakukan validasi kecocokan antara asumsi tersebut dengan proposisi nilai Porsee dan dilakukan implementasi kepada *Lean Canvas* Porsee.

### 6. Analisis dan Perancangan Usulan Perbaikan *Lean Canvas* Porsee

Pada tahap ini, hasil dari pengujian dan validasi asumsi proposisi nilai Porsee akan di implementasikan ke dalam model bisnis Porsee dan dibentuk usulan perbaikan terhadap *Lean Canvas* Porsee.

### 7. Usulan Perbaikan *Lean Canvas* Porsee

Pada tahap ini akan dilakukan usulan perbaikan yang tepat untuk *Lean Canvas* Porsee sesuai dengan asumsi proposisi nilai dan model bisnis usulan yang telah tervalidasi.

## 8. Kesimpulan dan Saran

Terakhir, akan dibuat kesimpulan dari dilakukannya penelitian ini. Selain itu akan diberikan juga saran untuk menunjang kegiatan penelitian berikutnya.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada bagian ini akan dipaparkan mengenai sistematika penulisan pada penelitian ini. Sistematika Penulisan ini berisikan urutan dalam penulisan laporan penelitian dari Bab 1 hingga Bab 5. Berikut ini merupakan urutan penulisan laporan.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai latar belakang permasalahan, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tujuan dari penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan terakhir sistematika penulisan pada penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini dijabarkan mengenai seluruh dasar teori yang digunakan dalam pengerjaan penelitian ini. Dasar teori yang digunakan berdasarkan hasil studi literatur harus berdasarkan sumber yang jelas. Terdapat 9 dasar teori yang digunakan dalam pembentukan penelitian ini.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai pengumpulan dan pengolahan data selama penelitian berlangsung. Bab ini dimulai dengan validasi proposisi nilai dengan problem konsumen dengan dilakukannya wawancara dan penyebaran kuesioner kepada calon konsumen Porsee. Setelah proses validasi dilakukan identifikasi asumsi yang dapat mendukung penelitian ini. Setelah terbentuk asumsi yang cocok selanjutnya dilakukan Kembali validasi mengenai kecocokan problem konsumen dengan proposisi nilai yang diberikan Porsee. Terakhir adalah pengambilan data konsumen untuk digunakan pada usulan dan analisis perbaikan *Lean Canvas* Porsee.

#### **BAB IV ANALISIS DAN USULAN PERBAIKAN**

Pada bab ini, akan dilakukan analisis terhadap hasil pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan. Berikutnya, akan dibentuk juga usulan perbaikan yang tepat untuk *Lean Canvas* Porsee.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini, dilakukan pembuatan kesimpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dibuat berdasarkan hasil yang telah dilakukan selama penelitian berlangsung. Sedangkan saran dibuat untuk para peneliti yang ingin mengembangkan penelitian ini lebih lanjut dan juga saran ini ditunjukkan untuk seluruh anggota Porsee sebagai pertimbangan pada bisnis Porsee.