

## PERANCANGAN MODEL BISNIS BIDANG KOSMETIK RIAS PADA USAHA RINTISAN PHEBEE LIP BALM MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS

*The Design of Business Model Canvas for Startup of Cosmetics in Phebee Lip balm using  
Business Model Canvas*

**Elni Hazar Indriantini\*, Dwi Purnomo, Efri Mardawati**

Departemen Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknologi Industri Pertanian Universitas Padjadjaran,  
Jl. Raya Bandung-Sumedang Km. 21 No. 36 Jatinangor, Kabupaten Sumedang 45363

Diterima 21 Januari 2018 / Disetujui 04 Februari 2019

### ABSTRAK

Perancangan model bisnis pada perusahaan startup yang bergerak pada bidang teknologi sangat dibutuhkan, hal ini bertujuan untuk memperkenalkan nilai-nilai produk dan perusahaan pada konsumen serta masyarakat sehingga mempunyai nilai tambah dan daya jual yang dapat bersaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis yang tervalidasi untuk Phebee Lip balm menggunakan bisnis model kanvas. Penelitian ini dilakukan dengan merancang model bisnis sesuai dengan literatur dan studi kasus yang dibutuhkan, kemudian model bisnis divalidasi kepada responden yang terdapat pada setiap kolom model bisnis kanvas. Hasil yang didapatkan bahwa perusahaan Phebee Lip balm harus terus melakukan perbaikan untuk memperkenalkan nilai-nilai produk kepada konsumen dan masyarakat, yaitu produk lip balm lokal, lip balm alami yang terbuat dari bahan-bahan alam dan aman untuk digunakan serta tidak memiliki efek samping.

**Kata kunci:** Model Bisnis Kanvas, Startup, Kosmetika Rias, Produk Lokal.

### ABSTRACT

*The design of business models at startup companies engaged in the field of technology is needed, this aims to introduce the values of the company and product on the consumer and the public so that have added value and the marketability can compete. This research aims to develop a business model for the validation of the Phebee Lip balm using a business model canvas. The research was done by designing business models in accordance with the literature and case studies are needed, then the business model validated to respondents contained on each column business model canvas. The results suggested that the company is Phebee Lip balm must continue to make improvements to introduce the values of products to consumers and communities, namely local lip balm products, natural lip balm is made from natural ingredients and it is safe to use and has no side effects.*

**Keywords:** Business Model Canvas, Startup, Cosmetic, Local Product.

---

\*Korespondensi Penulis:  
Email : elnihazarhazar@gmail.com

## PENDAHULUAN

Lip balm merupakan salah satu produk kosmetik rias yang dioleskan pada bibir yang berfungsi untuk melembabkan bibir supaya tidak kering dan pecah-pecah. Lip balm biasanya digunakan untuk bibir yang membutuhkan proteksi, seperti pada keadaan kelembaban udara yang rendah atau karena suhu yang terlalu dingin untuk mencegah penguapan air dan sel-sel epitel mukosa pada bibir (Sutarna, 2014).

Lip balm alami dengan berbagai keunikan seperti warna yang terbuat dari bahan alami dengan tanpa efek samping akan banyak diminati oleh masyarakat. Usaha dalam pembuatan kosmetik yang berasal dari buah *strawberry* alami banyak manfaatnya karena lip balm strawberry terbuat banyak mengandung vitamin C sehingga lip balm strawberry tidak memiliki efek samping (Jannah & Dkk, 2015). Berikut tabel data kandungan zat aktif yang terdapat pada buah strawberry :

Tabel 1. Kandungan Buah *Strawberry* dalam 100 gram

Kandungan	Persentase (%)
Kadar Air (%)	76,13
Kadar Vitamin C (mg/100g)	40,51
Kadar Serat Kasar (%)	1,8
pH	2,69
Aktivitas Antioksidan (IC50)	21449,26
Aktivitas Antioksidan (%)	58,85

Sumber: (Riyanto, 2016)

Industri kosmetik terus mengalami pertumbuhan misalnya pada tahun 2014 ekspor kosmetik dan jamu nasional menembus angka US\$ 1,004 miliar dan mengalami pertumbuhan 2,9% dibandingkan dengan ekspor pada tahun 2013 yang mencapai US\$ 975 juta (Amelia, 2016). Data WITS pada tahun 2009 menunjukkan permintaan pasar impor dunia terhadap produk kosmetik rata-rata mengalami pertumbuhan 17% dan 15% per tahunnya. Nilai impor produk kosmetik meningkat sebesar US\$ 18 miliar dari US\$ 25,2 miliar pada tahun 2002 dan US\$ 43,3 miliar pada tahun 2006 (Kemendagri, 2009). Persatuan Perusahaan Kosmetik Indonesia (Perkosmi) memperkirakan penjualan kosmetik dapat tumbuh hingga Rp 11,22 triliun, naik 25% dibandingkan proyeksi pada tahun 2012 sebesar Rp 9,76 triliun. Ekspor kosmetik diperkirakan tumbuh sebesar 20% menjadi US\$ 406 juta.

Permintaan pasar terhadap produk lip balm alami membuat banyaknya produsen lip balm berinovasi, salahsatunya yaitu

berinovasi pada bagian warna serta varian rasa yang akan memberikan pigmen warna bermacam-macam pada bibir. Lip balm yang banyak diminati oleh produsen dan pasar yaitu lip balm yang mampu memberikan warna alami pada bibir, misalnya warna merah muda. Kandungan sunscreen juga bermanfaat untuk melindungi bibir dari sinar matahari. Aroma pada lip balm saat ini sudah bermacam-macam mulai dari aroma strawberry, vanilla, serta orange (Jannah & Dkk, 2015).

Kosmetik lip balm alami atau kosmetik rias alami akan banyak diminati oleh masyarakat jika kosmetik lip balm diolah dengan berbagai keunikan dengan mengutamakan keanekaragaman warna dan terbuat dari bahan alami tanpa efek samping (Jannah & Dkk, 2015). Lip balm alami yang sudah ada di pasaran misalnya dari bahan baku tomat, aloe vera, dan lainnya, oleh sebab itu dibuatlah usaha kosmetik lip balm dari bahan baku strawberry yang akan memberikan pigmen warna pada produk lip balm. Warna lipstick mampu memberikan

daya tarik dan memberikan kesan lain terhadap bibir apabila digunakan secara tepat. Pewarna pada sediaan lip balm terdiri dari berbagai sumber yaitu alami dan sintetis. Pewarna alami dapat diperoleh dari akar, daun, bunga, dan buah. Sedangkan pewarna sintetis atau non-alami terbuat dari reaksi antara dua atau lebih senyawa kimia. Beberapa zat warna sintetis yang penggunaannya dapat membahayakan dengan efek samping seperti iritasi saluran pernafasan dan juga dapat bersifat karsinogenik atau memacu pertumbuhan sel kanker jika penggunaannya dilakukan terus-menerus (Afriyeni & Utari, 2016).

Usaha pembuatan kosmetik lip balm dari bahan baku strawberry dipilih karena banyaknya kaum wanita yang menggunakan produk lip balm untuk yang preferensinya berwarna merah muda sehingga tampak alami pada bibir. Selain itu, pengolahan buah stroberi ini juga bertujuan untuk memberikan nilai tambah pada buah stroberi sehingga mampu memperpanjang umur simpan buah stroberi.

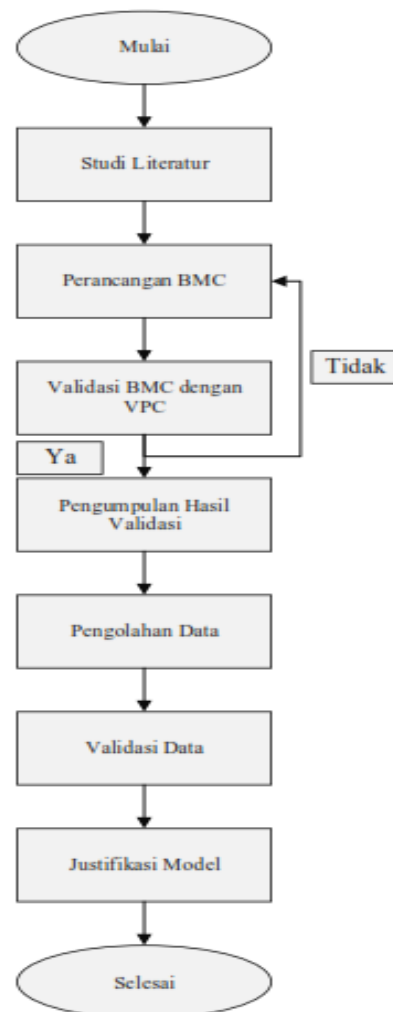
Pembuatan lip balm dengan bahan dasar buah stroberi dapat dijadikan peluang bisnis yang cukup menjanjikan, namun dalam pembuatan usaha lip balm ini diperlukan adanya model bisnis yang tepat supaya dapat diterapkan pada usaha kosmetik lip balm. Model bisnis merupakan hal yang penting dalam merintis suatu usaha supaya mampu menjelaskan tentang bisnis tersebut dengan tujuan supaya dapat mempertimbangkan perubahan untuk kemajuan bisnis tersebut (Daryanto, 2016). Penggunaan model bisnis yang akan diterapkan akan berpedoman pada model bisnis kanvas yang dikembangkan oleh Osterwalder.

**BAHAN DAN METODE**

Pendekatan yang dilakukan dengan metode kuantitatif mengenai model bisnis kanvas yang dirancang. Hal tersebut

dilakukan untuk mendapat masukan terhadap model bisnis sehingga mendapatkan model bisnis yang lebih baik dari sebelumnya untuk diterapkan pada usaha rintisan produk kosmetik lip balm. Selain penelitian di lapangan, penulis juga menguatkan data dan fakta dengan mengkaji dari berbagai literatur yang sesuai dengan penelitian terkait. Metode yang penulis lakukan mengacu kepada buku Business Model Generation (2010) dan The Value Proposition Design (2010).

Tahapan penelitian yang akan dilakukan oleh penulis dapat dilihat pada Gambar 1. Tahapan ini merupakan pengembangan dari penelitian sebelumnya yang dilaksanakan oleh Efrial (2016) berikut tahapannya :



Gambar 1. Tahapan Penelitian

Phebee Lip balm yang merupakan usaha rintisan tentunya akan membutuhkan model bisnis yang dapat membantu dalam mencapai tujuannya dan keberlangsungan bisnisnya sehingga dapat bertahan serta berkelanjutan, sehingga model bisnis kanvas ini dapat menjadi alat yang digunakan untuk membangun model bisnis pada Phebee Lip balm.

Perancangan awal model bisnis kanvas pada Phebee Lip balm akan berpedoman pada buku *Business Model Generation* yang ditulis oleh (Osterwalder & Pigneur, 2010) dalam pengisiannya dan akan disesuaikan dengan kebutuhan pada usaha Phebee Lip balm.

### 1. Tahapan Analisis

Tahapan analisis ini dilakukan untuk mengumpulkan informasi dan data terkait dengan rintisan usaha kosmetik lip balm. Informasi dan data yang diperoleh dari studi kasus yang serupa, model bisnis kanvas, dan pengalaman di lapangan. Informasi yang dikumpulkan tersebut dapat diperoleh dari buku, artikel ilmiah, dan media online.

Tahapan ini bertujuan untuk merancang model bisnis yang akan diterapkan pada usaha rintisan kosmetik lip balm. Perancangan model bisnis ini akan mengacu kepada buku *Business Model Generation* yang ditulis oleh Osterwalder dan Pigneur (2010) sebagai landasan dari model bisnis kanvas.

### 2. Tahapan Persiapan Validasi

Tahapan persiapan validasi dilakukan setelah tahapan analisis selesai dirancang. Tahapan ini merupakan persiapan untuk memvalidasi model bisnis yang akan diterapkan pada usaha rintisan kosmetik lip balm sudah baik atau belum.

Persiapan validasi dilakkan dengan cara mengumpulkan variabel-variabel yang akan disajikan dalam bentuk kuisioner pada saat wawancara dengan pihak yang terkait.

Kemudian menjadwalkan waktu untuk melakukan wawancara.

### 3. Tahapan Validasi

Tahapan validasi ini menggunakan metode wawancara dengan pihak-pihak terkait yang mengerti mengenai model bisnis kanvas serta pihak yang terkait dengan usaha di bidang kosmetik untuk melihat serta mengevaluasi model bisnis tersebut apakah sudah baik atau belum untuk usaha rintisan kosmetik lip balm.

### 4. Tahapan Penyesuaian dan Penyajian

Setelah model bisnis awal dibicarakan dalam wawancara dan dievaluasi pada wawancara dengan pihak-pihak yang dibahas sebelumnya maka akan disusun ulang model bisnis kanvas sesuai dengan evaluasi wawancara yang telah dilakukan. Setelah itu maka akan disajikan model bisnis kanvas yang sudah tervalidasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

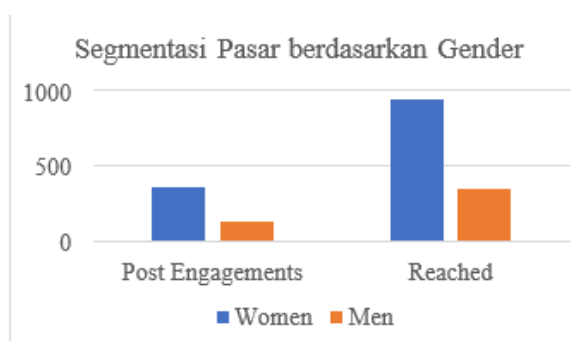
### *Customer Segment*

Penentuan *customer segments* merupakan hal yang pertama dilakukan pada kolom perancangan model bisnis kanvas, hal tersebut dilakukan karena dalam perancangan model bisnis kanvas ini harus menentukan segmen pelanggan mana yang akan menjadi target bisnis. Menurut Efrial (2016) bahwa dalam merancang model bisnis kanvas dapat dimulai dengan pengisian kolom *customer segments* dan berakhir pada kolom *cost structure*. Alasan tersebut dikarenakan perspektif dari konsumen akan membawa prinsip dasar dari seluruh proses perancangan model bisnis.

Segmentasi konsumen yang ditentukan oleh Phebee Lip balm ditentukan dengan melakukan Facebook *Marketing* untuk memvalidasi segmentasi yang harus menjadi fokus utamanya. Berikut hasil riset untuk memvalidasinya :

### 1) Wanita yang membutuhkan proteksi bibir

Segmentasi pasar berdasarkan gender diperoleh bahwa segmen wanita yang akan dijadikan fokus utama untuk memasarkan produk. Wanita yang membutuhkan proteksi pada bibirnya supaya tetap lembab dan segar. Hal ini didukung dengan latar belakang produk yang identik dengan wanita.



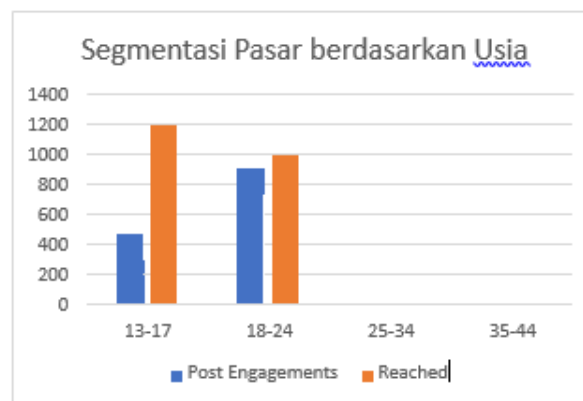
Gambar 2. Segmentasi Pasar berdasarkan Gender

Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2018)

Gambar 2 menjelaskan bahwa wanita memiliki nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan pria yaitu 356 wanita dan 133 pria tertarik dengan iklan yang dipasang melalui facebook. Facebook marketing ini pun dapat menjangkau 936 orang wanita dan 346 orang pria dengan iklan Phebee Lipbalm.

Cara mengetahui segmentasi pasar dengan menggunakan Facebook Marketing mampu menjangkau sebanyak 936 orang dengan ketertarikan terhadap produk sebanyak 356 orang. Hal tersebut membuktikan bahwa sebesar 38% dari segmentasi konsumen yang dijangkau memiliki ketertarikan terhadap produk Phebee Lipbalm.

Penentuan usia dalam segmentasi konsumen pun merupakan hal yang tidak kalah penting, hal ini dilakukan untuk spesifikasi segmentasi konsumen dari suatu produk. Usia yang dijadikan target utama pasar Phebee Lip balm yaitu usia kisaran 13 sampai 24 tahun, hal ini dibuktikan dengan hasil validasi dari Facebook Marketing.



Gambar 3. Segmentasi Pasar berdasarkan Usia

Sumber: (Dokumentasi Pribadi, 2018)

Validasi usia pada segmentasi konsumen ini dilakukan untuk mengetahui fokus usia mana yang lebih difokuskan dan mana yang dapat diabaikan. Segmentasi konsumen pada usia 13 sampai 17 tahun yang dijangkau dengan Facebook Marketing yaitu sebanyak 1.208 orang dengan ketertarikan 38% dari jumlah tersebut yaitu 459 orang.

### 2) Retail Kecantikan

Segmentasi ini merupakan salah satu cara pendistribusian produk. Saluran distribusi mempunyai peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan kosmetik memasarkan produknya, terlebih produk kosmetik merupakan produk retail. Tujuan penjualan di Retail kecantikan ini dapat membantu produk tersebut tersebar dengan cepat sehingga konsumen akan mudah memperoleh produk tersebut di pasar.

*Value Proposition.*

#### 3) Makeup Artist

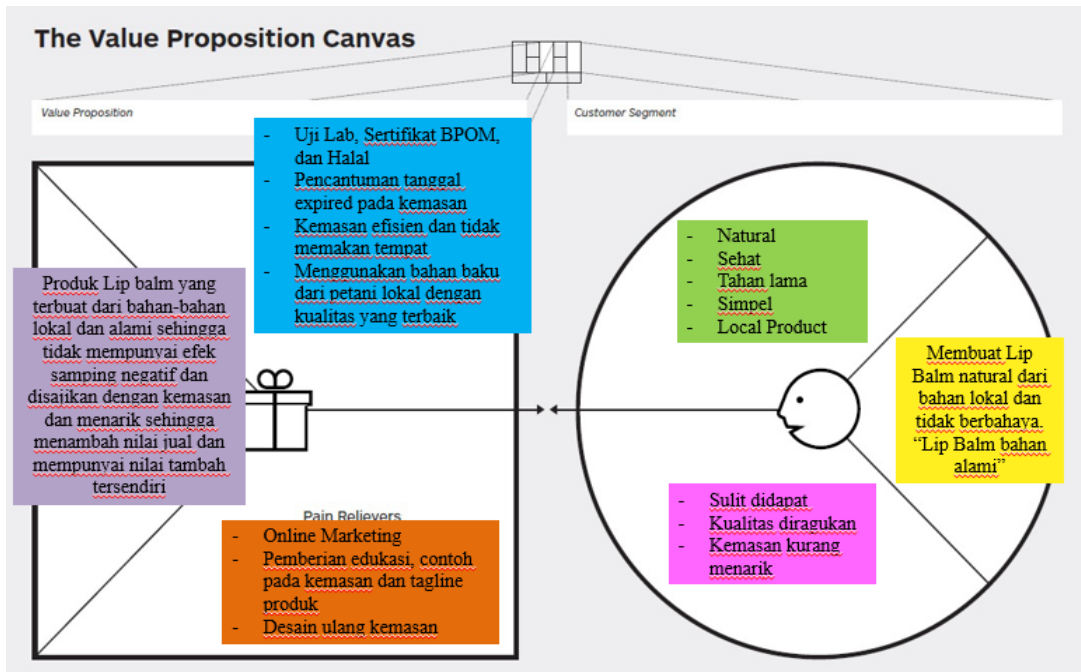
Jasa *makeup artist* pada saat ini sudah tidak asing lagi, segmentasi produk Phebee Lipbalm pada *makeup artist* bertujuan agar produk yang mereka gunakan pada *makeup* yang digunakannya yaitu menggunakan Phebee Lipbalm.

*Value Proposition*

Penentuan *value proposition* pada

sebuah produk dapat dengan menggunakan *Value Proposition Canvas*. Hasilnya sebagai

berikut:



Gambar 4. Value Proposition Canvas Phebee Lip balm

### 1) Lip balm Alami

Perkembangan teknologi dan riset dalam namun tetap dapat memberikan kepuasan lebih terhadap penggunaannya, hal ini dapat disesuaikan dengan penggunaan bahan baku dari pembuatan Phebee Lip balm. Phebee Lip balm menyajikan produk pelembab bibir dengan bahan- bahan alami dan bebas dari bahan kimia yang berbahaya. Penggunaan dan pemilihan bahan baku pada pembuatan produk sangat diperhatikan, hal ini demi memberikan kepuasan kepada konsumen sehingga produk lip balm alami ini tidak memberikan efek negatif bagi penggunaannya.

### 2) Lip balm Lokal

Lokal pada nilai proposisi dari Phebee Lip balm adalah penggunaan bahan baku dari produk ini ialah bahan lokal yaitu yang di produksi dalam negeri. Penggunaan bahan baku lokal bertujuan untuk memberdayakan *supplier* bahan baku lokal yang digunakan dalam pembuatan Phebee Lip balm.

industri kosmetik tidak menutup kemungkinan untuk memberikan produk ramah lingkungan

### 3) Inovasi Produk

Produk ini merupakan inovasi baru dalam industri kosmetik dikarenakan memiliki nilai tambah dan perbedaan dibandingkan dengan produk yang ada di pasar. Hal yang menjadi inovasi pada produk ini ialah dari bahan baku pembuatannya yaitu terbuat dari bahan-bahan baku lokal dan alami. **Channels**

Menggambarkan strategi atau cara perusahaan menyampaikan informasi dengan konsumennya dan menjangkau mereka untuk memberikan nilai proposisi yang dimiliki perusahaan. Channels berkomunikasi secara langsung atau tidak langsung dalam berhubungan dengan konsumen (Osterwalder & Pigneur, 2010).

#### 1. Sosial Media

Penyampaian informasi dan nilai proposisi kepada konsumen harus diperlihatkan kepada segmen konsumen

sehingga mereka mengetahui apa saja nilai proposisi yang dimiliki oleh Phebee Lip balm. Penyampaian nilai proposisi yang dimiliki maka Phebee Lip balm akan menyampaikannya menggunakan social media. Hal ini sesuai dengan pendapat (Moriandyah, 2015) bahwa social media mampu memberikan customer engagement sehingga perusahaan memiliki kesempatan untuk menjalin interaksi antara brand dengan konsumen melalui social media untuk melakukan komunikasi dua arah. Social media yang digunakan oleh Phebee Lip balm yaitu Instagram, Facebook Page, Twitter, dan aplikasi chat seperti Line@ dan WhatsApp.

Penggunaan social media tersebut dapat memperkenalkan produk sekaligus menarik konsumen untuk menggunakan produk Phebee Lip balm. Penyampaian informasi yang diberikan pada social media yang dilakukan dengan menggunakan foto dan caption yang menarik sesuai dengan tema apa yang sedang berlangsung. Penggunaan social media tersebut dipilih karena pengguna aktif pada Instagram sudah mencapai angka 150 juta orang sehingga menempati urutan ke-14 sebagai jejaring sosial terbesar di dunia. Lebih dari 90% pengguna Instagram berusia kurang dari 35 tahun, dan 68% dari jumlah pengguna Instagram berasal dari kalangan wanita (Goenawan, 2008). Selain itu dengan media promosi menggunakan social media maka dapat meminimalkan cost structure karena tidak semua social media yang digunakan berbayar namun ada juga yang gratis.

Komunikasi yang Phebee Lip balm berikan terhadap konsumen dapat melalui pesan instan seperti, SMS, Line@, WhatsApp, dan Telepon. Penggunaan pesan instan ini cukup efektif untuk memberikan pelayanan langsung dengan konsumen, baik dalam pemesanan maupun dalam penyampaian informasi lainnya.

## 2. Marketplace

Menurut (Kodong, 2012) *Marketplace*

sebagai tempat bertemunya penjual dan pembeli secara online mempunyai manfaat diantaranya, memperluas jaringan dan meningkatkan penjualan khususnya bagi usaha kecil dan usaha mandiri yang bermodal menengah ke bawah ataupun wira usaha baru yang sedang merintis bisnis atau usahanya, *marketplace* sangat cocok untuk sarana penjualan mengenalkan produk bahkan menjaga komunikasi dan memperbanyak relasi, karena tidak membutuhkan biaya yang besar seperti halnya membuat toko secara fisik, *marketplace* tidak terbatas oleh waktu dan kondisi geografis bisa diakses dimana saja dan kapan saja sehingga sangat bagus untuk peningkatan penjualan dan pengenalan produk di lingkup yang lebih luas.

Penjualan dan promosi yang dilakukan oleh Phebee Lip balm pada *marketplace* ini yaitu marketplace seperti Shopee, Tokopedia, Jd.id, dan Bilibli.com.

## 3. Ekspedisi Pengiriman Barang

Ekspedisi pengiriman barang memiliki peranan penting dalam distribusi produk yaitu sebagai penghubung antara penjual dan pembeli dalam proses pengiriman barang kepada konsumen. Pengiriman barang menggunakan ekspedisi ini dipilih karena lebih efisien dalam proses distribusi produk hingga sampai kepada tangan konsumen.

### *Customer Relationship*

Hubungan antara perusahaan dengan konsumen dibangun dalam customer relationship. Hubungan yang dibangun dapat bersifat pribadi maupun non-pribadi (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Hubungan yang dilakukan Phebee Lip balm dengan konsumen dibangun dengan adanya loyalitas dan komunikasi secara langsung maupun tidak langsung. Pendekatan personal yang dilakukan oleh Phebee Lip balm misalnya dengan pemberian *greetings card* pada saat pembelian produk, selain itu komunikasi yang terjalin dengan konsumen perihal kepuasan terhadap produk Phebee Lip



balm.



Gambar 5. Greetings Card Phebee Lip balm

Interaksi yang dibangun oleh Phebee Lip balm dengan konsumennya salahsatunya dengan cara pembuatan video singkat tentang edukasi pada produk kosmetik. Misalnya pembuatan video tutorial pengaplikasian Lip balm yang baik dan tips&trick mengenai produk-produk kosmetik. Interakasi langsung antara perusahaan dan konsumen dibangun melalui customer service seperti aplikasi chat dan sosial media. Kegiatan interaksi tersebut dimanfaatkan untuk mengefisiensikan teknologi sehingga perusahaan dapat berinteraksi langsung dengan konsumennya.

Hal lain yang dilakukan oleh Phebee Lip balm ialah memperhatikan konten sosial media yang akan diunggah, misalnya dengan pemberian *caption* atau keterangan pada saat mengunggah foto memiliki informasi penting dan mencantumkan *value proposition* produk sehingga konsumen dapat mengetahui informasi tersebut.

Phebee Lip balm juga membuat hubungan dengan pelanggan supaya memberikan kesan apresiasi kepada pelanggan dengan cara memberikan hadiah pada saat *give away*. Hadiah tersebut diberikan sebagai tanda apresiasi perusahaan terhadap konsumen karena telah loyal kepada

perusahaan dan sebaliknya. Pemberian *feedback* lainnya juga yang diberikan Phebee Lip kepada pelanggan yaitu dengan adanya gratis ongkos kirim dengan syarat pembelian minimal dua buah produk.

### **Revenue Stream**

Keuntungan yang didapatkan dari setiap segmen konsumen. Beberapa cara dalam membangun arus pendapatan adalah dengan penjualan aset, biaya penggunaan, biaya berlangganan, pinjaman/ penyewaan/ *leasing*, dan lisensi (Osterwalder & Pigneur, 2010). Arus pendapatan yang dilakukan oleh Phebee Lip balm adalah:

#### 1. Dana Investasi

Merupakan langkah awal pengumpulan dana yang dilakukan oleh Phebee Lip balm. Dana investasi ini didapatkan dari investor.

#### 2. Hasil Penjualan

Phebee Lip balm akan berfokus mendapatkan pendapatan dari hasil penjualan produk. Dana hasil penjualan produk akan diputar menjadi modal dan keuntungan untuk perusahaan.

#### 3. Youtube Viewers



Penggunaan sosial media Youtube sebagai salahsatu perantara dalam menyampaikan nilai-nilai produk dan berbagi pengetahuan dengan konsumen dapat dijadikan sebagai pendapatan oleh Phebee Lip balm.

### **Key Resouces**

Aset paling penting yang dibutuhkan oleh perusahaan dalam menjalankan model bisnis. Sumber daya ini dapat membuat perusahaan untuk menawarkan sesuatu dan menawarkan value proposition, menjangkau pasar, menjaga hubungan dengan konsumen, dan mendapat keuntungan. *Key resources* dapat berupa manusia, fisik, intelektual, atau finansial (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Phebee Lip balm yang merupakan usaha berbasis teknologi pertanian maka sumber daya yang paling penting dalam pengembangan bisnisnya ialah teknologi informasi dan pengembangan teknologi. Hal tersebut sesuai dengan pernyataan (Efrial, 2016) dalam skripsinya bahwa suatu perusahaan apabila tidak menggunakan teknologi maka akan kesulitan dalam melakukan kegiatan bisnisnya seperti untuk menjangkau pasar, menyampaikan nilai-nilai produk kepada konsumen, serta menjaga relasi dengan konsumennya.

### **Key Activities**

Hal terpenting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menjadikan model bisnisnya bekerja. Bentuknya berupa tindakan yang dibutuhkan untuk menawarkan dan menciptakan *value proposition*, menjangkau pasar, mempertahankan *customer relationships*, dan mendapatkan pendapatan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

dipasarkan kepada konsumen. Sampel produk yang dihasilkan selanjutnya akan diujikan kepada panelis untuk selanjutnya di evaluasi. Hal yang diujikan kepada panelis biasanya berupa uji organoleptic seperti uji kelembutan lip balm, warna lip balm, dan aroma. Sampel yang telah diperiksa dan sudah

Kegiatan yang dilakukan Phebee Lip balm dalam menjalankan bisnisnya ialah sebagai berikut :

#### 1. *Research and Development*

Kegiatan ini merupakan langkah awal pembuatan produk Phebee Lip balm. Hal yang dilakukan pada kegiatan ini diawali dengan ideasi dan studi pustaka, ideasi bertujuan untuk memberikan gagasan berupa ide-ide yang akan diperkuat dengan studi pustaka untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan. Kegiatan studi pustaka ini biasanya berlangsung pada saat sebelum pembuatan produk, namun dengan seiring berjalannya waktu dan masalah yang muncul pada saat pembuatan produk maka studi pustaka terus dilakukan.

Solusi dari masalah selama pembuatan produk Phebee Lip balm diambil dari informasi-informasi yang dikaji pada kegiatan studi pustaka. Hasil dari kegiatan studi pustaka ialah mendapatkan informasi dan data untuk tahap selanjutnya dan memperkuat opini yang ada. Selain itu, data dan informasi yang didapatkan menjadi landasan teori sehingga lebih valid. Kegiatan studi pustaka tersebut dilakukan dengan mengkaji jurnal dan artikel ilmiah yang bertujuan untuk memperkuat informasi yang dibutuhkan sehingga informasi tersebut dapat dipercaya dan lebih ilmiah.

Pengembangan produk Phebee Lip balm juga dilakukan dengan adanya kegiatan pembuatan sampel produk untuk memberikan representasi sehingga sampel produk dapat dievaluasi dan diperbaiki supaya lebih baik dan lebih layak untuk diproduksi lalu

sesuai formulasinya maka dapat lanjut ke proses selanjutnya, jika belum memenuhi standar yang diharapkan maka produk harus dilakukan pemrosesan ulang.

Kegiatan evaluasi dilakukan untuk mengetahui hal apa saja yang harus diperbaiki untuk meningkatkan kualitas dari

produk Phebee Lip balm. Selain itu, masukan-masukan dari panelis juga diperhatikan pada saat evaluasi untuk pengumpulan informasi selanjutnya.

## 2. Produksi

Proses ini dilakukan setelah pengumpulan informasi dari tahap sebelumnya yaitu tahap evaluasi, proses produksi dilakukan dengan perbaikan-perbaikan yang diperlukan. Kegiatan produksi terdiri dari persiapan bahan, pembuatan lip balm, dan pengemasan.

## 3. Penjualan

Kegiatan penjualan dilakukan melalui dua acara yaitu penjualan langsung dan penjualan online. Penjualan langsung dilakukan dengan menjual produk secara langsung misalnya pada saat acara bazaar, perkumpulan komunitas yang berhubungan dengan *customer segment* atau acara lainnya.

### **Key Partnerships**

Jaringan dari supplier dan mitra yang membuat model bisnis bekerja. Aliansi berasal dari luar perusahaan yang dapat mensuplai dan mendukung dalam menciptakan, mengantarkan, dan menangkap nilai perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Adapun beberapa mitra yang menjadi bagian di Phebee Lip balm yaitu:

### 1. *Academy*

Merupakan mitra yang memiliki peranan penting dalam aktivitas *research and development*. Phebee Lip balm menggunakan Laboratorium untuk menjadi tempat riset dan pengembangan produknya. Laboratorium digunakan sebagai tempat riset dalam uji produk sehingga kualitas produk dapat bersaing dengan perusahaan sejenis lainnya. Laboran berperan dalam proses eksekusi riset dan pengemasan produk yang dilakukan.

### 2. *Business*

*Influencers* atau selebriti *endorser* merupakan mitra yang berperan untuk memperkenalkan produk Phebee Lip balm dengan penyampaian nilai produk kepada *customer segment*. Mitra ini cukup berperan penting dalam mempengaruhi daya beli konsumen sehingga menimbulkan rasa ingin membeli terhadap konsumen.

Penggunaan *photographer* dalam pengambilan foto produk dilakukan oleh Yoyo Project. Konsep foto produk yang dilakukan oleh Phebee Lip balm ialah dengan menonjolkan *value proposition* produk.

### 3. *Community*

Komunitas berperan sebagai wadah berbagi ilmu dan pengalaman dalam menjalankan bisnis oleh Phebee Lip balm. Komunitas juga berperan dalam relasi bisnis, misalnya adanya kesempatan mengenal pebisnis lain dari berbagai daerah dan latar belakang sehingga wawasan bisnis Phebee Lip balm akan berkembang dan bisa diaplikasikan pada bisnis yang sedang dijalankan.

### 4. *Government*

Mitra ini berperan sebagai pihak yang memberikan kesempatan dan momentum dalam pengembangan bisnis Phebee Lip balm seperti dengan adanya pameran dan acara yang menunjang perkembangan bisnis serta sebagai akses terhadap kesempatan kebijakan pemerintah. Selain itu, pemerintah juga sering mengadakan acara untuk pengusaha pemula dalam memperkenalkan *brand* serta produknya seperti pameran dan ajang kompetisi lainnya.

### 5. *Media*

Media berperan dalam kegiatan promosi dan branding produk untuk membangun dan menarik minat konsumen terhadap produk Phebee Lip balm. Konten yang dibagikan juga dapat menarik *engagement* sehingga dapat mengedukasi para *customer* dan meyakinkan bahwa Phebee Lip balm mampu mengoptimalkan

kegiatan yang dilakukan.

### **Cost Structure**

Seluruh biaya untuk membuat model bisnis bekerja. Struktur biaya terbagi dalam dua kelas yaitu *cost-driven* dan *value-driven*. Struktur biaya akan bisa dikalkulasi setelah menentukan *key resources*, *key activities*, dan *key partnerships* (Osterwalder & Pigneur, 2010).

#### 1. Biaya *Research and Development*

Biaya ini merupakan biaya yang dibutuhkan untuk melakukan ideasi dan pengembangan teknologi pada Phebee Lip balm.

#### 2. Biaya Gaji Karyawan

Merupakan biaya penting yang digunakan untuk memberikan upah kepada karyawan atau pekerja yang terlibat.

#### 3. Biaya Produksi

Biaya yang digunakan untuk membeli bahan dan alat yang menunjang proses pembuatan produk.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### **Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan, maka terdapat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Model bisnis Phebee Lipbalm perlu adanya penyesuaian dengan visi dan misi Phebee Lipbalm sehingga mampu menggambarkan pergerakan bisnis sebagai startup teknologi produk.
- 2) Model bisnis yang dirancang dapat divalidasi terlebih menggunakan customer journey untuk memvalidasi value proposition yang terdapat pada produk dan pelayanan pada bisnis yang dilakukan.
- 3) Phebee Lipbalm dalam menjalankan bisnisnya menggunakan model bisnis yang terus melakukan perbaikan walaupun sudah mulai dijalankan karena

model bisnis harus terus melakukan penyesuaian terhadap pasar yang sekarang ini susah diprediksi dan terus berubah-ubah dengan cepat.

### **Saran**

Saran yang dapat penulis berikan terhadap penelitian ini yaitu :

1. Perlu adanya perbandingan model bisnis dengan model bisnis lainnya sehingga dapat menemukan model bisnis dan pengetahuan yang lebih baik untuk kedepannya.
2. Bagi pelaku bisnis di Phebee Lipbalm agar dapat mengaplikasikan model bisnisnya dengan efektif dan efisien sehingga mampu memberikan nilai validasi yang baik dan meningkatkan kualitas bisnis di Phebee Lipbalm.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, T. V. L. (2016). Rencana Bisnis Kosmetika Pita Beauty Care. Universitas Gadjah Mada.
- Daryanto, R. (2016). Bisnis Model Kanvas. Bandar Lampung.
- Efrial, F. (2016). Membangun Model Bisnis Startup Teknologi Berbasis Wirausaha Sosial Menggunakan Model Bisnis Kanvas. (Studi Kasus : Desa Nusa). Skripsi.
- Jannah, L. F., & Dkk. (2015). Nature Lips Balm: Kosmetik Sehat Warnai Bibir Indahmu. Surakarta.
- Kemendagri. (2009). Kajian Pengembangan Ekspor Produk-Produk Pharmaceutical Dan Kosmetik Berbasis Herbal Di Pasar Internasional, (Kementrian Perdagangan Republik Indonesia).
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). Business Model Generation. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo.
- Riyanto, D. P. A. (2016). Kajian

Perbandingan Buah Stroberi ( *Fragaria X Ananassa* ) Dengan Daun Binahong ( *Anredera Cordifolia ( Ten .) Steenis* ) Dan Jenis Penstabil Terhadap Karakteristik Mix Fruit Leather, (Universitas Pasundan).

Sutarna, T. H. (2014). Formulasi Sediaan Lipbalm Minyak Bunga Kenanga ( *Cananga Oil* ) Sebagai Emolien ., (Universitas Jendral Achmad Yani).