

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Desain Penelitian

Desain penelitian merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Menurut (Sugiyono, 2017) metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang didasarkan pada filosofi postpositivisme, untuk melakukan penelitian pada keadaan objek yang alamiah, peneliti adalah instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif atau kualitatif, serta hasil studi kualitatif cenderung menekankan pada makna daripada generalisasi. Penelitian secara mendalam mengenal individu, kelompok, maupun organisasi karena dianggap relevan dengan penelitian manajemen.

Penelitian kualitatif deskriptif melihat permasalahan yang ada dengan menerapkan prosedur kerja dan data yang dapat dikumpulkan melalui wawancara, catatan lapangan, foto, dokumen, memo, dan dokumen resmi lainnya (Moleong, 2013). Setiap aktivitas yang berkaitan dengan strategi bisnis dan keunggulan bersaing pada *Cloud kitchen* di Kitchen Hub seperti dalam bagan penelitian

Perumusan strategi perusahaan memerlukan suatu formulasi strategi untuk mendapatkan rangkaian strategi efektif bagi perusahaan sesuai dengan kondisinya. Rangkaian cara yang akan dilakukan untuk memformulasikan strategi perusahaan dalam penelitian ini adalah:

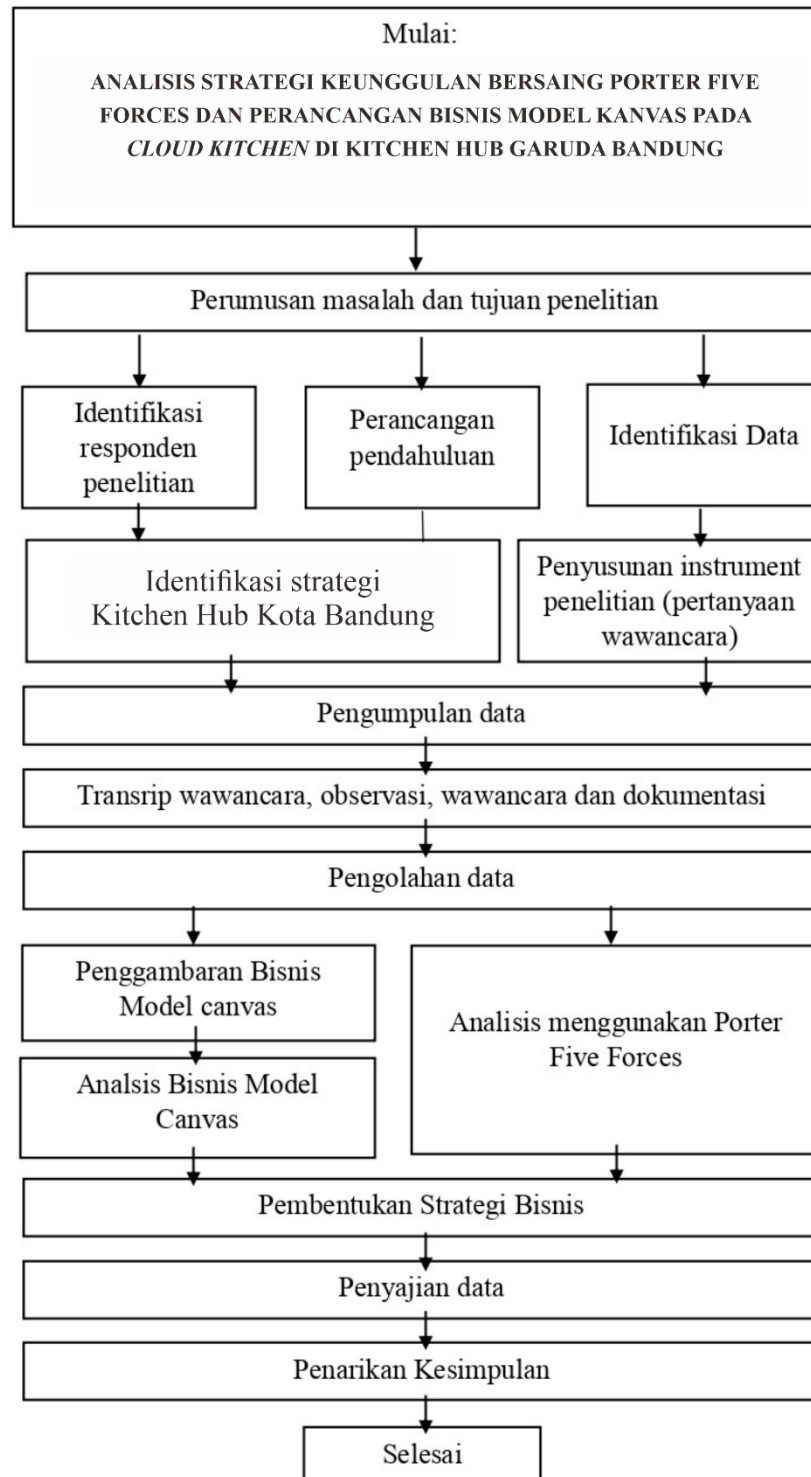
1. Analisa Porter Five Forces

Menganalisa keunggulan bersaing pada suatu perusahaan, porter five forces berperan sebagai pendeteksi ancaman yang ada baik didalam maupun dari luar. Kerangka analitis porter jika didefinisikan dengan baik dapat membantu para manajer strategis untuk mengaitkan faktor lingkungan jauh dengan dampaknya terhadap lingkungan operasi perusahaan (Pearce dan Robinson, 2013)

2. Analisis Bisnis Model Kanvas

Melihat Hubungan logis antara elemen – elemen yang ada pada bisnis, pengujian konsistensi keterkaitan antar elemen, pengujian pasar dan asumsi yang digunakan saat mengembangkan pasar, dan pembuktian terkait seberapa radikalnya suatu perusahaan yang dijalankan beserta konsekuensinya

merupakan proses analisa dan input komponen – komponen utama Kitchen Hub Bandung dalam blok Bisnis Model Kanvas (PPM Manajemen, 2012; Hermawan & Pravitasari, 2013).



Gambar 3.1 Bagan Alur Penelitian

Sumber: Data diolah penulis, 2023

3.2. Objek dan Subjek Penelitian

3.2.1. Objek Penelitian

Objek Penelitian pada penelitian ini adalah Kitchen Hub dengan strategi keunggulan bersaing dengan Porter Five Forces dan *Bisnis Model Kanvas* sebagai variabelnya. Variable pada penelitian ini bersifat kualitatif deskriptif. Objek pada penelitian yaitu Kitchen Hub yang merupakan salah satu pemain *cloud kitchen*. Lokasi penelitian ini terletak di Jl. Garuda No. 66, Garuda, Kec. Andir, Kota Bandung. Alasan mengambil objek Kitchen Hub karena pada bisnis ini mengalami beberapa kendala pada berkurangnya jumlah tenant saat ini, belum adanya rencana ekspansi di Kota Bandung serta telah menutup salah satu outletnya di Kota Bandung tepatnya yang berada di Jl. Sunda No 69, Kb. Pisang, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung..

3.2.2. Subjek

Subjek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variabel tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan ditarik kesimpulan, (Sugiyono, 2017). Maka dengan begitu subjek penelitian ini adalah Kitchen Hub, Konsumen dan Tenant. Penelitian kualitatif tidak menggunakan populasi, karena penelitian kualitatif berangkat dari kasus tertentu yang ada pada situasi sosial tertentu dan hasil kajiannya tidak akan diberlakukan ke populasi, tetapi menggunakan situasi sosial yang terdiri atas tiga elemen yaitu: tempat, pelaku dan aktifitas yang berinteraksi secara sinergi situasi sosial pada kasus yang dipelajari. Sampel dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, melainkan sebagai narasumber, atau partisipan, informan, ternan dan guru dalam penelitian.

Penentuan partisipan dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling* yang merupakan teknik pengambilan sumber data yang pada awalnya jumlahnya sedikit kemudian menjadi membesar, hal ini dikarenakan sumber data yang sedikit tersebut belum mampu memberikan data yang memuaskan, maka mencari informan lain yang digunakan sebagai sumber data (Sugiyono, 2017). Sedangkan *purposive sampling* merupakan teknik

pengambilan sampel data yang didasarkan pada pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2017).

Tabel 3.1
Responden Penelitian

No	Responden Penelitian	Jumlah
1	Chief Operating Officer Kitchen Hub	1
2	Manager Kitchen Hub Bandung	1
3	Konsumen Produk	15
4	Tenant	2

Sumber: Data diolah penulis, 2023

Pada table diatas merupakan daftar yang akan dijadikan narasumber penelitian, *Chief Operating Officer* Kitchen Hub akan menjadi narasumber utama pada penelitian ini. Manager dan Tenant yang akan memberikan perspektif mengenai pasar dan kondisi pada outletnya. Terakhir untuk konsumen produk, peneliti memberikan kriteria untuk narasumber tersebut diantaranya; anak muda yang pernah mengunjungi atau memesan produk tenant dari Kitchen Hub Kota Bandung, berlokasi maksimal 5 kilometer dari radius atau jangkauan pengiriman agregator. Berikut merupakan daftar tenant yang ada di Kitchen Hub Garuda Bandung:

Tabel 3.2
Nama-nama Tenant Kitchen Hub Garuda Bandung

No	Nama	Kategori
1	Jatinangor House	Makanan Western
2	Daily Box	Makanan Oriental Inovasi
3	Frenchy Deli	Makanan Western
4	Super Sushi	Makanan Orientall Jepang
5	Sugarcane.co	Minuman
6	Kopi Tau	Minuman

Sumber: Data diolah penulis, 2023

3.3 Operasionalisasi Instrumen Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian kualitatif berkaitan dengan kualitas alat penelitian dalam kaitannya dengan validitas dan reliabilitas alat yang dapat berupa tes, pedoman wawancara, pedoman observasi dan angket. Selain itu, yang menjadi alat penelitian kualitatif adalah peneliti itu sendiri. Human Instrumentini memiliki keunggulan dalam mengidentifikasi arah penelitian, informan (sumber data), mengumpulkan data, dan menarik kesimpulan tentang hasil yang didapat.

Menurut (Ismayani, 2019) tujuan penelitian berfungsi sebagai batasan terkait objek penelitian agar peneliti tidak terjebak pada banyaknya data yang diperoleh di lapangan. Objek yang dikaji dalam penelitian ini yaitu pemetaan aspek-aspek kunci dari model bisnis melalui analisis *Bisnis Model Kanvas* untuk keunggulan persaingan perusahaan yang nantinya dapat diterapkan oleh Kitchen Hub, melalui objek-objek yang berhubungan dengan strategi keunggulan persaingan.

Tabel 3.3
Operasionalisasi Instrumen Penelitian

Pokok Bahasan	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analitis	Skala
---------------	-----------------	----------------	-----------------	-------

Porter Five Force	Porter Five Forces merupakan pendekatan kompetitif yang digunakan untuk mengembangkan strategi dalam berbagai industry dengan menganalisis kondisi lingkungan sekitar perusahaan, yaitu persaingan industri (David & David 2017, hlm 229)	<p>Komponen Porter Five Force meliputi aspek:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan Industri 2. Ancaman Produk Pengganti 3. Ancaman Pendatang Baru 4. Daya Tawar Pembeli 5. Daya Tawar Pemasok 	<p>Data dapat dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam, observasi dan juga melakukan dokumentasi.</p> <p>Sumber:</p> <p>Chief Operating Officer Kitchen Hub</p> <p>Manager Kitchen Hub Bandung</p> <p>Tenant Kitchen Hub Bandung</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan Industri 2. Ancaman Produk Pengganti 3. Ancaman Pendatang Baru 4. Daya Tawar Pembeli 5. Daya Tawar Pemasok <p>Konsumen</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan Industri 	Nominal
-------------------	---	--	---	---------

Tabel 3.3
Operasionalisasi Instrumen Penelitian

			<p>2. Ancaman Produk Pengganti</p> <p>3. Daya Tawar Pembeli</p>	
<i>Bisnis Model Kanvas</i>	<p>Menurut (Hermawan dan Pravitasari, 2013) Bisnis Model Kanvas merupakan alat untuk melihat Hubungan logis antara komponen-komponen dalam bisnis, menguji konsistensi Hubungan antar komponen, menguji pasar dan asumsi yang digunakan ketika menjalankan bisnis dan menunjukkan seberapa radikal perubahan beserta dengan konsekuensinya</p>	<p>Komponen Pesan Antar Restoran meliputi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Customer Segments</i> 2. <i>Value Proposition</i> 3. <i>Customer Relationship</i> 4. <i>Channel</i> 5. <i>Revenue Stream</i> 6. <i>Key Resource</i> 7. <i>Key Activities</i> 8. <i>Key Partnership</i> 9. <i>Cost Structure</i> 	<p>Data dapat dikumpulkan melalui wawancara secara mendalam, observasi dan juga melakukan dokumentasi, lewat sumber data:</p> <p>Chief Operating Officer</p> <p>Kitchen Hub</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Customer Segments</i> 2. <i>Value Proposition</i> 3. <i>Customer Relationship</i> 4. <i>Channel</i> 5. <i>Revenue Stream</i> 6. <i>Key Resource</i> 7. <i>Key Activities</i> 8. <i>Key Partnership</i> 9. <i>Cost Structure</i> <p>Tenant Kitchen Hub</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Customer Relationship</i> 2. <i>Key Partnership</i> 3. <i>Channel</i> 	Nominal

Sumber: Data diolah penulis, 2023

3.4 Pengumpulan Data

3.4.1. Sumber Data

Data secara umum diartikan sebagai fakta-fakta yang digambarkan dengan angka dan tulisan-tulisan yang menjadi dasar suatu keputusan, sebagai penjelasan atau sumber informasi tentang apa yang sedang diteliti. Menurut (Purhantara, 2010), peneliti harus mengumpulkan data dan berbagai informasi yang diperlukan secara langsung kepada subjek penelitian yang telah ditentukan sebelumnya untuk mendapatkan data primer tersebut. Sumber data yang diperlukan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi dua, yaitu:

1. Data Primer

Data primer yaitu data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti atau pihak pertama. Dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan data primer dengan wawancara secara langsung kepada manager perusahaan dan staff operasionalnya.

2. Data Sekunder

Data skunder adalah data yang diperoleh dari pihak atau sumber yang telah ada sebelumnya. Adapun data yang termasuk dalam data sekunder dalam penelitian ini yaitu data yang berasal dari dokumen-dokumen yang berkenaan dengan *Cloud kitchen* yang informasinya diambil dari sebuah instansi terkait, studi literatur dan berbagai jurnal maupun penelitian lain yang berkaitan.

3.4.2. Teknik Pengumpulan Data

Alat yang digunakan untuk pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi

Menurut (Hardani et. al, 2020) mengemukakan observasi adalah metode atau cara mengumpulkan data yang sistematis terhadap objek penelitian baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis melakukan observasi langsung ke tempat penelitian dengan cara mengamati, mengumpulkan data untuk mengetahui model

bisnis dan strategi keunggulan bersaing yang dilakukan oleh Kitchen Hub selama 2 bulan terhitung sejak Juli 2023.

2. Wawancara

Teknik pengumpulan data yang penting digunakan yaitu wawancara. Menurut (Sugiyono, 2017) wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data jika peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, serta apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari narasumber yang lebih mendalam

Wawancara merupakan proses memperoleh informasi penelitian melalui Tanya jawab antara pewawancara dan yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (*guide*) wawancara yang melibatkan pewawancara kedua belah pihak tersebut, dan terlibat dalam kehidupan sosial yang relative lama (Sutopo, 2006). Wawancara dilakukan bersama dengan *stakeholder* yang telah ditentukan yaitu, Chief Operating Officer (COO), Manager Operasional, Konsumen dan Tenant Kitchen Hub terkait sebagai sumber data penelitian.

3. Dokumentasi

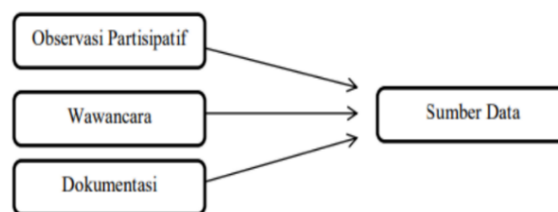
Metode ini digunakan untuk memperoleh data dari dokumen, arsip atau catatan milik perusahaan yang berkaitan dengan tema penelitian. Sebagaimana yang didefinisikan dalam Sugiyono (2017), dokumentasi adalah suatu catatan peristiwa yang sudah diteliti.

Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Jadi pada teknik dokumentasi ini, peneliti mengumpulkan dan menuliskan atau melaporkan dalam bentuk kutipan-kutipan mengenai sejumlah dokumen yang dilaporkan dalam penelitian. Pada penelitian ini, peneliti turut mendokumentasikan bentuk kegiatan atau aktivitas yang berhubungan dengan penelitian yang dikaji.

3.1. Uji Keabsahan Data

3.5.1. Triangulasi Data

Triangulasi adalah menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data serta sumber data yang telah ada. Dapat dikatakan apabila peneliti melaksanakan pengumpulan data menggunakan triangulasi berarti peneliti telah mengumpulkan data sekaligus menguji kredibilitas data tersebut (Hardani et, al., 2020) Triangulasi yang digunakan adalah teknik triangulasi sumber data. Dalam hal ini maka peneliti akan menggunakan observasi partisipatif kemudian wawancara secara mendalam, dan dokumentasi untuk sumber yang didapat. Triangulasi sumber data digunakan untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda secara teknik yang sama (Sugiyono, 2017). Triangulasi ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 3.2 Skema Triangulasi Data

Sumber: Sugiyono, 2017

Dalam penelitian mengenai strategi keunggulan bersaing Kitchen Hub ini, data didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber yang dapat memberikan informasi mengenai masalah yang akan diteliti, juga dari hasil observasi dan dokumentasi yang dilakukan di lapangan.

3.5.2. Member Checking

Menurut (Emzir 2014) member checking yaitu pengecekan ulang dari hasil pengumpulan data dengan cara menanyakan kepada partisipan, bisa dengan melakukan diskusi mengenai kevalidan dari sebuah data tersebut.

3.2. Instrumen Penelitian

Pada penelitian kualitatif yang menjadi instrumentnya adalah peneliti itu sendiri (Sugiyono, 2017). Tugas peneliti adalah untuk menentukan arah serta

fokus dari penelitian, diantaranya memilih partisipan yang bisa memberikan informasi data terkait rumusan masalah, mengumpulkan data, menganalisis data serta membuat kesimpulan yang nantinya akan dijadikan hasil berdasarkan seluruh data yang diteliti.

Instrument penelitian kualitatif ini merupakan peneliti itu sendiri, maka data yang dikumpulkan juga didukung oleh alat-alat pengumpul data lainnya. Pada sebuah penelitian dibutuhkan instrument atau alat bantu yang digunakan untuk memudahkan kegiatan pengumpulan data. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Daftar checklist lapangan, merupakan daftar yang dibuat dan digunakan oleh penulis untuk mempermudah proses wawancara yang akan dilakukan di Kitchen Hub.
- b. Pedoman Wawancara, merupakan serangkaian pertanyaan yang akan ditanyakan langsung kepada pihak-pihak terkait untuk mengumpulkan data-data selama penelitian ini berlangsung.

3.3. Analisis Data

Menurut (David, 2017) tahapan pertama adalah tahapan merangkum informasi-informasi yang mendasar terkait perusahaan agar dapat memformulasikan strategi. Teknik pengolahan data adalah proses pengumpulan data secara sistematis untuk mempermudah peneliti dalam memperoleh kesimpulan secara keseluruhan akan dimasukkan dalam analisis model bisnis dengan bisnis model kanvas dan keunggulan bersaing dengan porter five forces.

3.7.1. Reduksi Data

Menurut (Sugiyono, 2017) reduksi data merupakan proses berfikir sensitive yang memerlukan kecerdasan, keluasan dan kedalaman wawasan yang tinggi, reduksi data bertujuan untuk memudahkan

pemahaman masalah penelitian dengan cara merangkum dan memperjelas pemahaman data yang dikumpulkan di lapangan sesuai dengan fokus masalah yang diteliti. Dalam penelitian ini, aspek yang akan direduksi adalah *cloud kitchen* Kitchen Hub dengan menggunakan strategi keunggulan bersaing *porter five forces* dan *Bisnis Model Kanvas*.

3.7.2. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan untuk mempermudah melihat gambaran di lapangan secara tertulis. Menurut (Sugiyono, 2017) dalam penelitian kualitatif penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, Hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Representasi data yang disusun secara ringkas, jelas, rinci dan menyeluruh akan memudahkan dalam memahami gambaran aspek yang diteliti. Penyajian data dalam penelitian ini lebih banyak dituangkan dalam bentuk uraian sesuai dengan hasil penelitian yang diperoleh. Penulis melakukan penyajian data dengan cara menyusun data menggunakan analisis persaingan perusahaan dengan porter five forces dan diuraikan melalui *Bisnis Model Kanvas* agar menghasilkan informasi yang mampu menjawab rumusan masalah

3.7.3. Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah menganalisis data melalui metode penarikan kesimpulan dan verifikasi. Penarikan kesimpulan yang berasal dari data-data lengkap yang mendukung dapat menjadi temuan baru yang kredibel dalam suatu penelitian. Kesimpulan kualitatif harus dikonfirmasi selama penelitian.

Verifikasi menggunakan triangulasi data untuk menguji validitas makna yang diungkapkan oleh data yang terkumpul. Ulasan bisa sesederhana memikirkan kembali pikiran sepeyang ditulih oleh analis, meninjau catatan lapangan, atau bertukar ide dengan informan yang telah ditentukan. Sehingga proses analisis bukan hanya satu kali, tetapi secara interaktif antara kegiatan reduksi, penyajian, penalaran, maupun validasi selama penelitian. Menurut (Mukhtar, 2013) aktivitas penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan aktivitas analisis, dimana pada awal pengumpulan data, seorang analis mulai memutuskan apakah sesuatu bermakna atau tidak mempunyai keteraturan pola, penjelasan, kemungkinan konfigurasi, Hubungan sebab akibat (kausalitas) dan proposisi.

Setelah melakukan pengolahan data pada Kitchen Hub dilakukan klasifikasi data yang telah diverifikasi sesuai pada kebutuhan penelitian.

3.7.4. Porter Five Forces

Dalam menganalisa keunggulan bersaing pada suatu perusahaan, porter five forces berperan sebagai pendeteksi ancaman yang ada baik didalam maupun dari luar. Kerangka analitis Porter merupakan pendekatan kompetitif yang digunakan untuk mengembangkan strategi dalam berbagai industry dengan menganalisis kondisi lingkungan sekitar perusahaan, yaitu persaingan industri (David, 2017). berikut lima elemen dari porter five forces, yaitu:

a. Ancaman Pendatang Baru (*Threat of new entry*)

Poin ini menjadi salah satu cara perusahaan untuk mengetahui ancaman yang akan datang dari para pesaing, sehingga berpotensi mendatangkan pemain-pemain baru dalam satu jenis model bisnis yang sama. Dipengaruhi dengan kebutuhan modal bisnis, loyalitas pelanggan, akses distribusi dan kebijakan pemerintah

b. Kekuatan Tawar Menawar Pemasok (*Supplier power*)

Aspek yang menjadi kekuatan untuk mengidentifikasi kekuatan dari pemasok yang dapat berupa dominasi dan produk pemasok, pangsa pasar hingga biaya beralih seperti bagi hasil dan juga *fix cost*.

c. Persaingan Antar Perusahaan (*Competitive rivalry*)

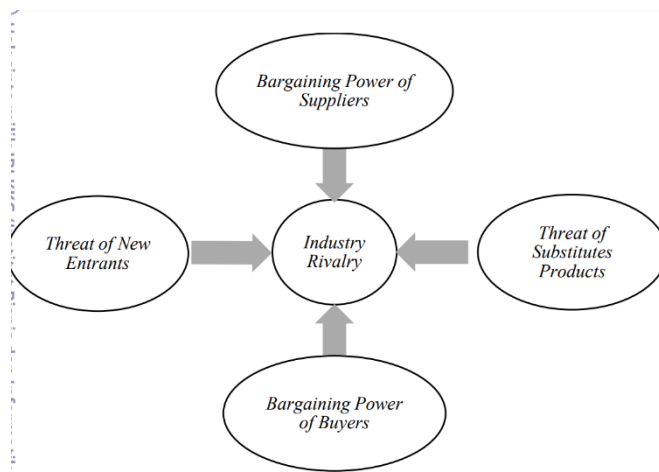
Poin ini merupakan elemen yang akan mengetahui informasi dari competitor perusahaan. Persaingan dalam hal ini dapat didefinisikan dengan pertumbuhan industry yang terjadi dalam kurun waktu tertentu, jumlah dari para pesaing, serta diferensiasi dari produk perusahaan.

d. Kekuatan Tawar Menawar Pembeli (*Buyer power*)

Poin ini dapat mengidentifikasi kebiasaan dari pada pembeli, mulai dari aspek demografi yang merupakan sebaran daerah titik pembeli dan pangsa pasar produk, hingga informasi produk yang disajikan perusahaan

e. Ancaman Produk Pengganti (*Threat of substitution*)

Ancaman produk pengganti merujuk pada kekhawatiran akan ancaman dari competitor atau pengaruh dari trend seperti harga yang dimiliki pesaing dalam satu lini bisnis yang sama maupun tidak, dan biaya beralih yang cukup rendah.

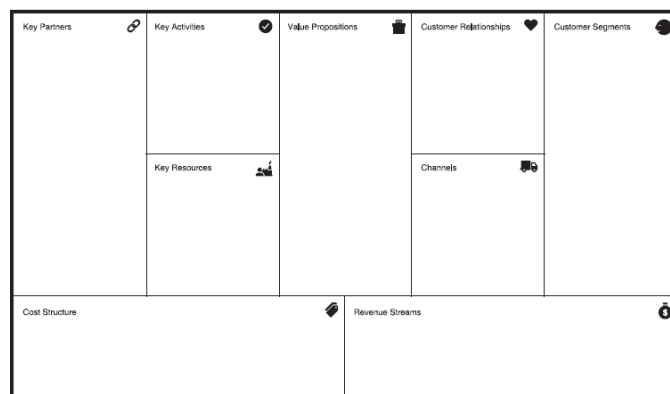


Gambar 3.3 Kerangka Model Porter Five Forces

Sumber: David, 2017 Strategic Management

3.7.5. *Bisnis Model Kanvas*

Untuk menghasilkan gambaran dari model bisnis perusahaan, maka dalam tahapan pengembangan strategi bisnis menggunakan bisnis model kanvas. Data yang diperoleh dari hasil observasi mengenai bisnis model



Syaidan Walid Hizbulhadi, 2023

ANALISIS STRATEGI KEUNGGULAN BERSAING PORTER FIVE FORCES DAN PERANCANGAN BISNIS MODEL KANVAS PADA CLOUD KITCHEN DI KITCHEN HUB GARUDA BANDUNG

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

kanvas pada Kitchen Hub atas Sembilan blok dari bisnis model kanvas. Analisis ini terbentuk atas dasar memaksimalkan penggambaran model bisnis yang ada dalam waktu yang sama dapat melihat alur kekuatan yang dimiliki

Gambar 3.4 Blok Bisnis Model Kanvas

Sumber: Osterwalder & Pigneur, 2010

Data yang sudah diverifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penulisan akan dikategorikan, untuk dimasukkan kedalam sembilan blok bisnis model kanvas. Sembilan blok tersebut dalam (Hermawan dan Pravitasari, 2013), terdiri atas:

a. *Aktivitas Utama (key activities)*

Key activities merujuk pada aktivitas inti yang perlu dijalankan oleh perusahaan sehingga bisa menambah nilai baik dengan maksimal untuk menyukseskan seluruh system usaha yang ada. Aktivitas ini terdiri dari operasi produksi, operasi jasa, atau dapat berupa platform dan jaringan

b. *Sumber Daya Utama (Key Resource)*

Key resource dalam perusahaan dapat berbentuk benda fisik (asset), finansial, intelektual, dan juga manusia

c. *Kemitraan Utama (Key Partners)*

Poin ini merupakan mitra bisnis yang paling penting untuk bisnis supaya tetap dapat berjalan, salah satunya adalah pemasok. Bisnis berafiliasi karena berbagai alasan dan kemitraan ini membentuk dasar dari berbagai model bisnis. Perusahaan bermitra dengan tujuan mengoptimalkan model bisnis mereka, mengurangi risiko dan memperoleh sumber daya.

d. *Saluran (Channels)*

Poin ini adalah saluran supaya perusahaan dapat berHubungan dengan pelanggan. Beberapa fungsi channels yang telah diidentifikasi penulis, meliputi

- Meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap layanan yang dimiliki
 - Membantu pelanggan dalam mengevaluasi proposisi nilai dari perusahaan
 - Membantu menyampaikan nilai dan makna yang lebih dalam untuk pelanggan
 - Memberikan dukungan kepada pemakai layanan
- e. Struktur Biaya (*Cost Structures*)
- Poin ini merupakan elemen-elemen biaya yang ada dalam perusahaan agar dapat menjalankan aktivitasnya sesuai dengan model bisnis yang telah ditentukan. Cost structures juga memiliki beberapa karakteristik, yang diantaranya adalah biaya tetap, biaya variable, skala ekonomi, dan jangkauan ekonomi.
- f. Aliran Pendapatan (*Revenue Streams*)
- Revenue streams merujuk pada pendapatan yang diterima perusahaan dari masing-masing segmentasi pasar yang biasanya diukur dalam bentuk berapa banyak uang yang diterima perusahaan dari pelanggannya.
- g. Proposisi Nilai (*Value Propositions*)
- Proposisi nilai biasanya merupakan dasar alasan pelanggan beralih fokus dari satu perusahaan ke perusahaan lain. Proposisi nilai tertentu dapat memenuhi dan bahkan memuaskan kebutuhan pelanggan. Proposisi nilai dalam hal ini adalah manfaat yang ditawarkan perusahaan kepada pelanggannya yang bersifat inovatif dan menawarkan sesuatu yang benar-benar baru, meskipun sering kali ditemukan produk yang menyerupai penawaran pasar yang sesuai, tetapi tetap dengan atribut yang berbeda.
- h. Segmen Pelanggan (*Customer Segments*)
- Poin ini merupakan sekelompok masyarakat tertentu yang menjadi sasaran pasar dari produk Kitchen Hub untuk menjadi pengguna layanan yang mereka jual

i. Hubungan Pelanggan (*Customer Relationship*)

Poin ini sangat memengaruhi perasaan pelanggan sehingga perusahaan harus benar-benar cermat dalam menentukan Hubungan seperti apa yang ingin di jalin dengan para pelanggan

Setelah menentukan data yang diperlukan dalam pemetaan *Bisnis Model Kanvas* Kitchen Hub. Penulis menganalisis data tersebut dengan menggunakan analisis porter five forces untuk mengetahui keunggulan persaingan dan ancaman perusahaan.