

**IMPLEMENTASI *LEAN CANVAS* PADA BISNIS RINTISAN
FRILLATO CHOCO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN
BISNIS DI KEDIRI RAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)
Pada Prodi Manajemen



OLEH:

AFRILIA ZIAM FADILA
NPM: 2112010232

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS (FEB)
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh :

Afrilia Ziam Fadila
NPM : 2112010232

Judul :

**IMPLEMENTASI *LEAN CANVAS* PADA BISNIS RINTISAN FRILLATO
CHOCO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI KEDIRI
RAYA**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal: 30 Juni 2025

Pembimbing 1



Restin Meilina, M.M
NIDN. 0721058605

Pembimbing 2



Sigit Wisnu Setya B., M.M
NIDN. 0720108202

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi oleh :

Afrilia Ziam Fadila
NPM : 2112010232

Judul :

**IMPLEMENTASI *LEAN CANVAS* PADA BISNIS RINTISAN FRILLATO
CHOCO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI KEDIRI
RAYA**

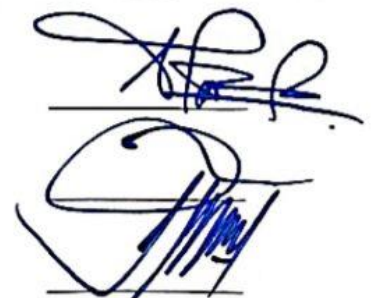
Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 16 JULI 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Restin Meilina, M.M
2. Penguji I : Basthoumi Muslih, M.M
3. Penguji II : Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M

TTD



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.Si
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Afrilia Ziam Fadila
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 01 April 2002
NPM : 2112010232
Fak/Jur./Prodi. : FEB/ Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 05 Juni 2025

Yang Menyatakan



Afrilia Ziam Fadila
NPM: 2112010232

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

Believe in yourself, keep moving forward – even slowly – because progress, no matter how small, is still progress.

Kupersembahkan karya ini buat:

Orang tua, keluarga, dan semua yang selalu mendukung dalam setiap langkah perjuangan.

ABSTRAK

Afrilia Ziam Fadila Implementasi *Lean Canvas* pada Bisnis Rintisan Frillato Choco dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Kediri Raya, Skripsi, Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Nusantara PGRI Kediri, 2025.

Kata kunci: *lean canvas*, bisnis rintisan, model bisnis, Frillato Choco, persaingan usaha.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh kondisi Frillato Choco sebagai bisnis rintisan di bidang olahan coklat yang belum memiliki model bisnis yang terstruktur dan masih dikelola secara konvensional. Di tengah persaingan bisnis makanan dan minuman yang semakin ketat, khususnya di wilayah Kediri Raya, Frillato Choco menghadapi berbagai tantangan seperti keterbatasan saluran pemasaran, kurangnya strategi komunikasi yang efektif, serta belum adanya diferensiasi yang kuat dibanding kompetitor. Untuk mengatasi tantangan tersebut, dibutuhkan pendekatan yang mampu membantu pemilik usaha menyusun model bisnis yang relevan dan berorientasi pada konsumen. *Lean canvas* dipilih sebagai alat analisis karena dirancang khusus untuk bisnis rintisan dan mampu memetakan elemen-elemen kunci yang memengaruhi kelangsungan bisnis secara sederhana namun komprehensif.

Permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut: bagaimana perancangan model bisnis Frillato Choco dengan menggunakan *lean canvas* untuk menguatkan daya saing bisnis di Kediri Raya?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan jenis studi kasus. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dengan pemilik, tim pemasaran, serta pelanggan aktif dan potensial. Data dianalisis melalui tahapan transkripsi, reduksi data, implementasi ke dalam sembilan blok *lean canvas*, serta interpretasi untuk menarik kesimpulan.

Kesimpulan hasil penelitian menunjukkan bahwa *lean canvas* membantu memetakan aspek-aspek tersebut melalui sembilan blok utama, yaitu *customer segments*, *problem*, *solution*, *unique value proposition*, *channels*, *revenue streams*, *cost structure*, *key metrics*, dan *unfair advantage*. *Lean canvas* dapat menjadi alat yang efektif dalam merancang model bisnis Frillato Choco secara lebih terstruktur dan strategis. Dengan menggunakan pendekatan ini, Frillato Choco mampu memahami kebutuhan pelanggan, merumuskan solusi yang tepat, dan menyusun strategi pemasaran, sehingga Frillato lebih siap dalam menghadapi persaingan bisnis di Kediri Raya.

Berdasarkan hasil tersebut, Frillato Choco disarankan untuk menerapkan model *lean canvas* secara berkelanjutan sebagai panduan strategi bisnis. Selain itu, Frillato sebaiknya segera merealisasikan inovasi produk baru berupa coklat varian camilan untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas. Untuk mendukung efektivitas pemasaran, Frillato disarankan beralih dari Shopee ke TikTok Shop, mengingat sebagian besar pelanggan mengenal produk melalui konten TikTok dibandingkan Shopee.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi dengan judul “Implementasi *Lean Canvas* pada Bisnis Rintisan Frillato Choco dalam Menghadapi Persaingan Bisnis di Kediri Raya” ini ditulis guna memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen, pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih dan penghargaan setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Ibu Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri sekaligus sebagai dosen pembimbing 1.
4. Bapak Sigit Wisnu Setya Bhirawa, M.M., selaku dosen pembimbing 2.
5. Kedua orang tua saya yang sangat saya cintai yang senantiasa mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman – teman seperjuangan angkatan 2021 yang selalu mendukung penulisan skripsi ini.
7. Ucapan terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak – pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 22 Maret 2025



Afrilia Ziam Fadila
NPM. 2112010232

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Fokus Penelitian	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II : KAJIAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Penelitian Terdahulu	9
B. Definisi Operasional Konsep	15
1. <i>Startup</i> (Bisnis Rintisan)	15
2. <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	17
3. Strategi Pemasaran (<i>Marketing Strategy</i>).....	18
4. Model Bisnis.....	26
5. Lean Canvas	27
C. Alur Berpikir	33
BAB III : METODE PENELITIAN.....	35
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
1. Pendekatan Penelitian.....	35
2. Jenis Penelitian	35
B. Tempat dan Waktu Penelitian	35
1. Tempat Penelitian	35
2. Waktu Penelitian	36

C. Data dan Sumber Data.....	36
1. Jenis Data.....	36
2. Sumber Data	36
3. Teknik Penjaringan Data	37
D. Prosedur Pengumpulan Data	40
1. Observasi	40
2. Wawancara	41
3. Dokumentasi.....	41
E. Teknik Analisis Data	42
1. Transkripsi	42
2. Reduksi Data	42
3. Implementasi <i>Lean Canvas</i>	42
4. Interpretasi dan Kesimpulan.....	43
F. Uji Keabsahan Data.....	43
1. Ketekunan Pengamatan	43
2. Triangulasi Sumber	44
3. Triangulasi Teknik.....	44
4. Diskusi (<i>Peerderieting</i>)	44
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
A. Deskripsi Data	46
1. Deskripsi Situs Penelitian.....	46
2. Deskripsi Informan	49
B. Temuan Hasil Penelitian	49
1. Blok <i>Customer Segments</i>	49
2. Blok <i>Problem</i>	51
3. Blok <i>Solution</i>	54
4. Blok <i>Unique Value Proposition</i>	56
5. Blok <i>Channel</i>	58
6. Blok <i>Revenue Stream</i>	59
7. Blok <i>Cost Structure</i>	60
8. Blok <i>Key Metric</i>	62
9. Blok <i>Unfair Advantage</i>	64

C. Pembahasan Temuan Hasil Penelitian	66
1. Perancangan <i>Lean Canvas</i> pada Frillato Choco	66
2. Pemetaan Lean Canvas	71
BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN.....	74
A. Simpulan.....	74
B. Implikasi.....	75
C. Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	77
LAMPIRAN.....	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tabel kompetitor dari Frillato Choco di Kediri Raya	5
Tabel 2. Kajian Penelitian Terdahulu	9
Tabel 3. Informan	39
Tabel 4. Gambaran Umum Informan	49
Tabel 5. Hasil Wawancara Tentang <i>Customer Segments</i>	49
Tabel 6. Hasil Wawancara Tentang <i>Problem</i>	51
Tabel 7. Hasil Wawancara Tentang <i>Solution</i>	54
Tabel 8. Hasil Wawancara Tentang <i>Unique Value Proposition</i>	56
Tabel 9. Hasil Wawancara Tentang <i>Channel</i>	58
Tabel 10. Hasil Wawancara Tentang <i>Revenue Stream</i>	59
Tabel 11. Hasil Wawancara Tentang <i>Cost Structure</i>	60
Tabel 12. Hasil Wawancara Tentang <i>Key Metric</i>	62
Tabel 13. Hasil Wawancara Tentang <i>Unfair Advantage</i>	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. <i>Lean Canvas</i>	32
Gambar 2. Kerangka Berpikir	34
Gambar 3. Logo Frillato Choco.....	47
Gambar 4. Produk Frillato Choco	48
Gambar 5. Produk Frillato Choco	48
Gambar 6. <i>Lean Canvas</i> Frillato Choco	72

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kisi – kisi Instrumen Penelitian.....	81
Lampiran 2. Pedoman Wawancara.....	83
Lampiran 3. Data Transkrip Wawancara	85
Lampiran 4. Dokumentasi	105
Lampiran 5. Surat Izin Penelitian.....	107
Lampiran 6. Lembar Pernyataan Penelitian	108
Lampiran 7. Berita Acara	109

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor ekonomi yang berkembang paling pesat di Indonesia dan memiliki kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS, 2022) produk domestik bruto (PDB) industri makanan dan minuman nasional, dihitung berdasarkan harga berlaku (ADHB), mencapai Rp1,23 kuadriliun pada tahun 2022. Jumlah tersebut menjadikan industri makanan dan minuman sebagai sektor dengan PDB tertinggi di antara sektor industri lainnya, yang mencerminkan peran besar industri ini dalam menopang perekonomian Indonesia. Pertumbuhan yang pesat ini didukung oleh potensi pasar domestik yang sangat besar, terutama mengingat populasi Indonesia yang mencapai lebih dari 240 juta jiwa. Jumlah penduduk yang besar ini mendorong kebutuhan yang beragam terhadap produk makanan dan minuman, mencakup kebutuhan sehari-hari hingga pemenuhan gaya hidup modern. Indonesia memiliki pasar yang sangat menjanjikan bagi industri makanan dan minuman, didukung oleh potensi pertumbuhan ekonomi, peningkatan daya beli masyarakat, dan tren konsumsi yang terus berkembang (Widodo, 2024). Di antara berbagai produk makanan dan minuman, cokelat menjadi salah satu yang paling populer karena dapat dikreasikan dalam berbagai olahan dan diminati oleh semua kalangan umur.

Industri cokelat merupakan salah satu sub-sektor yang menonjol dari industri makanan dan minuman. Hal tersebut dibuktikan dengan, Indonesia menempati posisi ketiga sebagai produsen biji kakao terbesar di dunia, setelah Pantai Gading dan Ghana (Databoks.co.id, 2021). Selain itu, berdasarkan data Statista pada tahun 2021 Indonesia menduduki peringkat ke-6 sebagai negara konsumsi cokelat terbanyak, dengan total rata – rata konsumsi cokelat mencapai 7,3 kg per kapita, angka ini tertinggi dibandingkan negara asia lainnya. Dengan tingginya permintaan, berbagai perusahaan besar turut berkontribusi dalam pengolahan kakao dan cokelat sehingga membuka peluang bagi pelaku usaha kecil untuk berinovasi di industri ini. Untuk memenuhi permintaan yang terus

meningkat, Indonesia memiliki sekitar 900 industri pengolahan cokelat dengan kapasitas 462.126 ton per tahun, dan 31 artisan cokelat dengan kapasitas 1.242 ton pertahun (TEMPO.CO, 2023).

Olahan cokelat mendominasi camilan manis hingga 60 persen dari portofolio produk camilan manis (Kumparan.com, 2022). Hal tersebut mendorong munculnya berbagai usaha rintisan yang berfokus pada produk cokelat salah satunya di wilayah Kediri Raya . Para pelaku bisnis cokelat di Kediri Raya terus melakukan inovasi dan berkreasi dalam membuat produk-produk cokelat yang menarik dan kekinian, seperti yang dilakukan oleh pemilik Niki Cokelat Tempe yang berinovasi membuat camilan cokelat dengan campuran tempe yang memiliki cita rasa unik dengan perpaduan rasa manis dan gurih (Radar Kediri, 2024). Persaingan di industri olahan cokelat semakin ketat, dalam menghadapi pesaingan yang ketat tersebut, para pelaku usaha rintisan membutuhkan strategi bisnis yang efektif dan terstruktur, namun jika hanya mengandalkan startegi saja tidaklah cukup, bisnis harus memiliki model bisnis yang baik dan kuat serta tepat (Walansendouw & Daud, 2022). Menurut forbes.com, 90% bisnis rintisan atau *startup* mengalami kegagalan. Mengembangkan *startup* membutuhkan upaya yang luar biasa karena *startup* merupakan bisnis yang baru mulai dirintis dan perlu menguji model bisnisnya di pasar (Arinatha et al., 2023). Hal ini berarti faktor kegagalan bisnis rintisan disebabkan belum adanya model bisnis yang jelas dan terstruktur. Model bisnis memiliki berbagai macam canvas seperti, *Business Model Canvas*, *Lean Canvas*, *Lean Change Canvas*, *Feedback Canvas*, *SWOT Analysis*, *Open Innovation Canvas*, *Business Model Zen Canvas*, dan lainnya (Pricillia & Ramadhan, 2024).

Lean Canvas adalah model bisnis yang dirancang secara khusus untuk bisnis rintisan (*startup*) yang baru memulai usahanya. Bisnis rintisan memiliki karakteristik dan model bisnis yang beda jika dibandingkan dengan bisnis lainnya, sehingga memerlukan pendekatan yang lebih *fleksible* dan inovatif. *Lean Canvas* diciptakan oleh Ash Maurya, yang dimodifikasi dari *Business Model Canvas* (BMC) oleh Osterwalder (Harianto, 2018). Berbeda dengan

Business Model Canvas (BMC) yang lebih sering digunakan oleh perusahaan yang sudah besar dan berkembang, *lean canvas* lebih cocok untuk *startup* karena menyederhanakan elemen – elemen kunci yang relevan dalam proses pengembangan bisnis. Elemen – elemen penting yang terdapat pada *lean canvas* diantaranya adalah: Masalah (*Problem*), Solusi (*Solution*), Tolak Ukur (*Key Metrics*), Proposisi Nilai Unik (*Unique Value Proposition*), Arus Pendapatan (*Revenue Stream*), Biaya Pengeluaran (*Cost Structure*), Kanal Pemasaran (*Channels*), Keunggulan Produk (*Unfair Advanges*), dan Segmentasi Konsumen (*Customer Segments*) (Wediawati & Rahmayani, 2021). Dengan fokus pada elemen-elemen tersebut, *lean canvas* memungkinkan bisnis rintisan untuk lebih cepat dan fleksibel dalam merancang serta menguji model bisnis mereka. Pendekatan ini membantu bisnis rintisan memprioritaskan hal-hal penting, meminimalkan risiko, serta merespons perubahan pasar dengan lebih sigap, mendukung pertumbuhan yang berkelanjutan.

Penelitian terdahulu mengenai penerapan *lean canvas* pada bisnis rintisan sudah banyak dilakukan. Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Arinatha et al. (2023) yang menggunakan *lean canvas* untuk merancang model bisnis Healthytips, sebuah *startup* yang menawarkan produk makanan sehat berupa sayur box dan jus buah. Penelitian ini menemukan bahwa HealthyTips melakukan segmentasi pasar dengan menganalisis profil konsumen melalui wawancara dan *empathy map*, yang kemudian mengidentifikasi target utama sebagai mahasiswa kost, pegawai kantoran, dan ibu rumah tangga di Denpasar. Healthytips juga mengidentifikasi beberapa masalah utama yang dihadapi konsumen, termasuk harga produk makanan sehat yang kurang terjangkau, sulitnya menemukan produk yang terpercaya di media sosial, dan keterbatasan waktu untuk berbelanja karena kesibukan sehari-hari. Produk utama Healthytips adalah sayur box yang dilengkapi dengan bumbu serta jus buah segar, yang dirancang dengan kemasan praktis dan dapat dipesan secara online. Healthytips memiliki keunggulan kompetitif yang sulit ditiru, termasuk kemasan yang dapat digunakan kembali, paket berlangganan, serta

bahan makanan segar yang diolah sesuai kebutuhan pasar. Keunggulan ini menambah nilai bagi konsumen dan membedakan produk dari kompetitor.

Selain itu, penelitian oleh (Jauhar et al., 2024) menggunakan *lean canvas* untuk pengembangan model bisnis Kafe Tadashi Kohi, sebuah usaha kafe di Bandung dengan konsep ala Jepang yang mengalami penurunan penjualan. Melalui analisis dan validasi wawancara terhadap *early adopters*, ditemukan beberapa permasalahan utama dari sisi konsumen, seperti variasi menu yang terbatas (hanya minuman), suasana kafe yang kurang nyaman, lokasi yang kurang strategis, dan pelayanan yang belum optimal. Berdasarkan hasil perancangan *lean canvas*, segmen pelanggan utama Tadashi Kohi adalah pelajar dan mahasiswa di Bandung yang mencari tempat belajar, berdiskusi, dan bersantai. Produk yang ditawarkan dikembangkan menjadi lebih lengkap dengan menyajikan berbagai minuman, makanan berat, *snack*, serta layanan reservasi dan fasilitas tambahan seperti permainan kartu, *photobox*, dan penjualan *merchandise* khas Jepang. Konsep ini dirangkum dalam *Unique Value Proposition* "a place that makes many memories with the people closest to you", serta *high-level concept* berupa suasana kafe Jepang yang menyenangkan dengan kenikmatan kopi khas.

Selanjutnya, penelitian oleh Pradhana et al. (2022) yang menggunakan *lean canvas* untuk mengembangkan model bisnis pada Bulaf Café, sebuah kafe yang berfokus pada pengalaman bersantai dengan konsep yang nyaman dan "instagrammable". Dalam menentukan *customer segments*, Bulaf Café menargetkan mahasiswa dan karyawan berusia 18-35 tahun yang berdomisili di Jakarta, terutama mereka yang mencari tempat berkumpul dengan suasana yang nyaman dan layanan praktis. Pada aspek *solution*, Bulaf Café menyediakan sistem online *self-order* yang memungkinkan konsumen memesan makanan dan minuman dengan cepat melalui WhatsApp Business tanpa perlu antri. Dalam menentukan *Unique Value Proposition* (UVP), Bulaf Café menawarkan suasana kafe yang *cozy* dilengkapi dengan musik dan sistem *online self-order* yang praktis, sehingga memberikan pengalaman unik dibandingkan dengan kafe-kafe lainnya di Jakarta. Berdasarkan penelitian tersebut, diketahui bahwa

banyak hal yang perlu digali oleh bisnis makanan dan minuman agar dapat memiliki daya saing, khususnya untuk bisnis yang baru dirintis seperti Frillato Choco.

Frillato Choco merupakan salah satu bisnis rintisan olahan cokelat yang berlokasi di Desa Bangkok, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri. Produk utama dari Frillato Choco yaitu cokelat *homemade* yang sering dipesan konsumen untuk camilan atau untuk hadiah ulang tahun, lamaran, pernikahan, wisuda, dan acara spesial lainnya. Terdapat lima varian rasa dari cokelat Frillato diantaranya rasa *milk chocolate*, *dark chocolate*, *red strawberry*, *pink strawberry milk*, dan *blue mint*. Salah satu keunggulan produk ini adalah fleksibilitasnya, dimana konsumen dapat memesan secara *custom*, seperti menambahkan tulisan atau tulisan pada cokelat. Hal ini menjadikan Frillato Choco sebagai pilihan hadiah yang lebih personal dan bermakna.

Namun, berdasarkan observasi, Farillato Choco menghadapi persaingan ketat di Kediri Raya, terdapat banyak kompetitor bisnis di bidang serupa yang menawarkan keunikan dan keunggulan tersendiri. Berikut adalah data hasil observasi terkait kompetitor dari Frillato Choco di Kediri Raya.

Tabel 1.1
Tabel Kompetitor dari Frillato Choco di Kediri Raya

No.	Nama Brand	Alamat	Produk	Keunggulan
1.	Cokelat ibuke	Jln. Jaksa Agung Suprpto III/15B, Mojoroto, Kota Kediri.	Cokelat karakter, cokelat bar, soes cokelat, rengginan cokelat, hampers, permen cokelat, dsb.	Memiliki banyak variasi desain cokelat karakter, kemasan unik dan menarik. Setiap enam bulan sekali mengeluarkan produk baru.
2.	Niky Coklat	Jln. Perum Wisma Asri II, Pesantren, Kota Kediri.	Cokelat karakter, buket cokelat, hampers cokelat, cokelat opak gambir.	Menjual buket bunga yang terbuat dari cokelat yang dicetak seperti bunga.
3.	Nikki Cokelat Tempe	Kecamatan Gampengrejo, Kabupaten Kediri.	Cokelat Tempe	Inovasi olahan cokelat dari campuran tempe dan cokelat yang

No.	Nama Brand	Alamat	Produk	Keunggulan
				memiliki perpaduan rasa manis dan gurih.
4.	Sokodeasy	Balowerti, Kecamatan Kota, Kota Kediri	Cokelat kurma	Inovasi kurma yang dibaluti cokelat dan dihias sangat menarik.
5.	San's Chocolate	Brumbung, Sumberagung, Wates, Kabupaten Kediri.	<i>Gift</i> cokelat, kue ulang tahun <i>base</i> cokelat, cokelat dadu, cokelat souvenir.	Memiliki produk cokelat souvenir dengan sistem custom sesuai acara spesial dari konsumen.

Sumber: (Observasi, diolah penulis 2025)

Tabel 1.1 menunjukkan kompetitor bisnis dari Frillato Choco yang memiliki usaha di bidang olahan cokelat yang memiliki produk dengan keunggulan tersendiri. Frillato sendiri juga memiliki keunggulan kompetitif berupa produk yang berkualitas karena menggunakan bahan cokelat premium. Selain itu, layanan custom menjadi nilai tambah yang signifikan, di mana pelanggan dapat menyesuaikan tulisan atau pesan pada cokelat sesuai dengan kebutuhan acara atau momen spesial mereka. Keunggulan lain yang tidak kalah menarik adalah kemasan eksklusif yang dirancang dengan estetik dan dilengkapi pita yang disesuaikan dengan warna cokelat yang dipesan, menambah kesan elegan dan personal. Frillato juga memberikan *paperbag* gratis pada setiap pembelian, sehingga pelanggan tidak perlu lagi mencari pembungkus hadiah tambahan. Meskipun memiliki keunggulan namun frillato saat ini masih menghadapi permasalahan dalam pengelolaan bisnis.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Frillato Choco ditemukan bahwa selama ini Frillato Choco belum memiliki model bisnis yang jelas karena masih belum lama beroperasi. Pengelolaan yang dilakukan oleh *owner* masih secara konvensional. Saluran pemasaran yang digunakan masih terbatas pada media sosial Instagram dan Tiktok, belum menggunakan iklan *online* pada kedua media sosial tersebut. Frillato juga memiliki *marketplace* di Shopee tetapi hingga saat ini belum ada yang memesan di *marketplace* Shopee. Strategi

komunikasi untuk menyampaikan keunikan produk kepada konsumen juga belum sepenuhnya terarah, meskipun menawarkan layanan kustomisasi, perbedaan yang signifikan dibandingkan dengan kompetitor belum terlihat jelas. Hal ini membuat konsumen kesulitan mengenali nilai unik yang ditawarkan oleh Frillato Choco dibandingkan produk sejenis di pasar. Selain itu, Frillato Choco dalam pengembangan produknya tidak melakukan validasi produk ke konsumen. Hal ini menyebabkan potensi ketidakcocokan antara produk yang ditawarkan dengan ekspektasi pasar.

Model bisnis *lean canvas* telah banyak digunakan oleh para peneliti untuk menganalisis bisnis rintisan di sektor kuliner, seperti penelitian oleh Arinatha et al. (2023), Jauhar et al. (2024), dan Pradhana et al. (2022). Namun, penelitian terdahulu ini belum mengkaji penggunaan *lean canvas* pada bisnis rintisan olahan coklat, khususnya di wilayah Kediri Raya, yang memiliki karakteristik pasar yang berbeda. Hal ini menunjukkan perlunya kajian lebih lanjut mengenai bagaimana *lean canvas* dapat diterapkan pada bisnis rintisan olahan coklat di Kediri Raya. Implementasi *lean canvas* diharapkan dapat membantu Frillato Choco menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di Kediri Raya, serta meningkatkan peluang keberlanjutan usahanya di masa depan. Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka penulis mengambil judul penelitian **“IMPLEMENTASI LEAN CANVAS PADA BISNIS RINTISAN FRILLATO CHOCO DALAM MENGHADAPI PERSAINGAN BISNIS DI KEDIRI RAYA”**

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian ini adalah sebuah proses analisis dalam merancang model bisnis *lean canvas* sebagai model bisnis strategis pada bisnis rintisan Frillato Choco. Penelitian ini difokuskan pada analisis efektivitas elemen-elemen kunci dalam *lean canvas* seperti *Problem and Solution*, *Unique Value Proposition*, dan *Channels* dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing Frillato Choco di Kediri Raya. Fokus ini ditetapkan dengan mempertimbangkan permasalahan yang dihadapi oleh

bisnis rintisan dalam merumuskan model bisnis sebagai strategi bisnis yang kuat.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana perancangan model bisnis Frillato Choco dengan menggunakan *lean canvas* untuk menguatkan daya saing bisnis di Kediri Raya?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka tujuan pada penelitian ini adalah untuk merancang model bisnis Frillato Choco dengan menggunakan *lean canvas* untuk menguatkan daya saing bisnis di Kediri Raya.

E. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
 - a. Membantu menambah ilmu pengetahuan dan wawasan tentang penerapan *lean canvas* pada *startup*.
 - b. Sebagai bahan referensi bagi peneliti atau mahasiswa yang ingin melakukan penelitian serupa di masa mendatang.
2. Manfaat praktis
 - a. Bagi penulis, dapat memberikan pemahaman tentang penerapan *lean canvas* pada bisnis rintisan atau *startup*.
 - b. Bagi perusahaan, dapat mempengaruhi bisnis rintisan Frillato Choco untuk menerapkan *lean canvas* agar dapat berkembang dan mampu bersaing di dunia bisnis.

DAFTAR PUSTAKA

- Afia, N., Firdaus, M., Asitah, N., Rosyidah, E., & Purnomo, A. (2022). Memahami Apa Makna Model Bisnis. *Open Society Foundation*, 1–6.
<https://osf.io/preprints/2c7bm/%0Ahttps://osf.io/2c7bm/download>
- Amadea, A. (2022, September 20). Tren Cokelat di Indonesia: Mendominasi Varian Camilan hingga Compound Unggul. *Kumparan.Com*.
<https://kumparan.com/kumparanfood/tren-cokelat-di-indonesia-mendominasi-varian-camilan-hingga-compound-unggul-1ytA4vSfkc9/full>
- Arinatha, I. W. A., Swastika, I. P. A., & Tiawan. (2023). Rancangan Model Bisnis Produk Dengan Menggunakan Metode Lean Startup (Studi Kasus Startup HealthyTips). *Jurnal Tekno Kompak*, 17(1), 96.
<https://doi.org/https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.156492130>
- Baihaqqy, M. R. I. (2023). *Start Up Bisnis* (Issue July).
<https://www.researchgate.net/publication/372101323>
- BPS. (2022). Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Triwulan IV-2022. In *Www.Bps.Go.Id* (Issue 17/02/Th. XXIV).
<https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2023/02/06/1997/ekonomi-indonesia-tahun-2022-tumbuh-5-31-persen.html>
- Fakhrudin, A., Roeliyanti, M. V., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. In *Deepublish* (1st ed.). Yogyakarta Deepublish CV. Budi Utama.
- Fortunata, G., Kusnandar, & Setyowati. (2021). Preferensi Konsumen terhadap Pembelian Cokelat di Daerah Istimewa Yogyakarta. *AGRISTA : Vol. 9 No. 4*, 9(4), 65–73.
- Harianto, E. (2018). Implementasi Lean Canvas Pada Entrepreneurial Project Startup Bisnis. *BIP's JURNAL BISNIS PERSPEKTIF*, 10(1), 1–16.
<https://doi.org/10.37477/bip.v10i1.49>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Dasar & Konsep Manajemen Pemasaran. In M. . Dr. Hartini, S.E. (Ed.), *Media Sains Indoneisa*.
<http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng->

- 8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciu
rbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484
_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Ismayantika, D. P., & Zulistiani, Z. (2020). Peraturan Perpajakan PP Nomor 23 Tahun 2018 sebagai Suntikan Hormon bagi Pelaku UMKM (?). *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 113–121. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14725>
- Jauhar, M. W., Sulisty, B., & Prambudia, Y. (2024). *PENGEMBANGAN MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN LEAN CANVAS PADA KAFE TADASHI KOHI BUSINESS MODEL DEVELOPMENT WITH LEAN CANVAS APPROACH AT TADASHI KOHI CAFE Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan yang paling diminati kusun*. 07(02), 208–223.
- Judijanto, L., Karmagatri, M., Lutfi, M., Sepriano, S., Pipin, S. J., & ... (2024). *PENGEMBANGAN STARTUP DIGITAL: Referensi Sukses Memulai Bisnis Startup Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0* (Efitra (ed.); pertama, Issue March). PT. Green Pustaka Indonesia. https://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=z9DrEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA19&dq=peran+integrasi+informatika+dalam+meningkatkan+efisien+si+operasional+dalam+pengambilan+keputusan+strategis+di+era+digital&ots=wNf7v_fD2-&sig=rzbznhy3cbrBRxMCCVHwPJhaDw
- Junaedi, I. W. R., Pribadi, F. S., Latif, A. S., Juliawati, P., Sumartana, I. M., Nurdiana, Abdurohim, Andriani, A. D., Sukmawati, H., Mahanani, E., Fiyul, A. Y., Ariyanto, A., Trinanda, O., & Santoso, R. (2022). Manajemen Pemasaran “Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0.” In C. N. Suwandi, S.E., M.Ak., C.GL., C.PI. & C. C.FTax., CPABC., C.FR., C.AFE. (Eds.), *CV. Eurieka Media Aksara* (1st ed.). EUREKA MEDIA AKSARA.
- Lesmana, N., Hakim, I., Sanjaya, A., Marsin, I. S., Prasetyo, E., Witiyastuty, H., & Jamal, I. (2022). *Manajemen Pemasaran* (C. Dr. Hendri Herman, S.E., S.Mi. (ed.); 1st ed.). STRATEGY CITA SEMESTA.
- Maurya, A. (2012). *Eric Ries, Series Editor Iterate from Plan A to a Plan That Works*.

- Moleong, L. J. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nilamsari, N. (2014). Memahami Studi Dokumen Dalam Penelitian Kualitatif. *Wacana*, 13, (2)(2), 177–181. <http://fisip.untirta.ac.id/teguh/?p=16/>
- Pradhana, R. M., Suhardini, D., & Akbari, A. D. (2022). Pengembangan Model Bisnis Menggunakan Lean Canvas dengan Metode Design Thinking di Bulaf Café. *Jurnal Teknik Industri*, 12(3), 219–231. <https://doi.org/10.25105/jti.v12i3.15649>
- Pricillia, S., & Ramadhan, R. A. (2024). Eksekusi CANVAS Miring pada Startup dalam Menghadapi Kompetisi. *ADI Bisnis Digital Interdisiplin Jurnal*, 5(1), 26–33. <https://doi.org/10.34306/abdi.v5i1.1089>
- Rahayu, B. (2017). Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran Modern* (1st ed.). <https://doi.org/10.62083/qnafzs58>
- Rahayu, N. C., Hidayat, H. S., & Laily, D. W. (2023). Implementasi Lean Canvas Sebagai Alat Strategis Dalam Pemecahan Masalah Pada Umkm Kaamelo. *Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(3), 64–76. <https://doi.org/10.55606/jumbiku.v3i3.3163>
- Rananda Putra, G. D., Eka Putra, I. G. J., & Sudiatmika, I. B. K. (2023). Perancangan Model Bisnis Start-Up G-One (Aplikasi Manajemen Penyelamatan Korban Kecelakaan) Dengan Metode Lean Canvas. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komputer*, 9(2), 97–104. <https://doi.org/10.36002/jutik.v9i2.2186>
- Romdona, S., Junista, S. S., & Gunawan, A. (2025). TEKNIK PENGUMPULAN DATA: OBSERVASI, WAWANCARA DAN KUESIONER. *JISOSEPOL: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1), 132–138. <https://doi.org/10.61787/zk322946>
- Sudirman, I., & Musa, I. (2023). *Strategi Pemasaran* (M. S. Prof. Dr. Ansar, SE. (ed.); 1st ed.). Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D* (Revisi). Alfabeta.
- Suparso. (2021). The Marketing Process. In Wurdianto (Ed.), *Ukrida Press*. <https://doi.org/10.4324/9780203729885-9>
- TEMPO.CO. (2023). *Industri Pengolahan Cokelat Indonesia No. 3 Dunia*,

- Kemenperin Pacu Daya Saing. Tempo Plus.*
<https://www.tempo.co/ekonomi/industri-pengolahan-cokelat-indonesia-no-3-dunia-kemenperin-pacu-daya-saing-226611>
- Ulafiyah, S. K. A., & Ernestivita, G. (2023). Implementasi Metode Lean Canvas sebagai Marketing Strategy pada Agrowisata Onokabe Desa Jekek Kabupaten Nganjuk. *Manajemen Dan Bisnis*, 2, 907–916.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3270%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/3270/2550>
- Walansendouw, A., & Daud, G. (2022). Business Model Lean Canvas Berbasis Usah Rintisan (Startup) Di Likupang Sebagai Destinasi Pariwisata Super Prioritas Likupang Kabupaten Minahasa Utara Provinsi Sulawesi Utara. *Ilmu Pariwisata*, 5(April), 61–78.
<http://stpmanado.ac.id/jurhos/index.php/jip/article/view/34%0Ahttp://stpmanado.ac.id/jurhos/index.php/jip/article/download/34/21>
- Widodo, R. (Agroindustri). (2024). *MELIHAT PROSPEK BISNIS MAKANAN KE DEPAN*. <https://agroindustri.untag-sby.ac.id/berita-2025-melihat-prospek-bisnis-makanan-ke-depan.html>
- Yuhdi, R., & Suranto, B. (2021). Penerapan Lean Canvas Untuk Pengembangan Startup Safir. *Automata*, 2(2), 1–5.