

## ABSTRAK

Bentala merupakan merek dari produk sabun natural yang berasal dari Indonesia. Sabun natural merek bentala ini terdiri dari dua jenis yakni sabun natural batang dan sabun natural cair. Komposisi penyusun utama dari sabun natural Bentala bersumber dari minyak nabati, minyak atsiri, dan ekstrak tanaman yang berasal dari komoditas lokal di Indonesia. Konsep bisnis yang dijalankan oleh Bentala adalah kemitraan alih daya produksi. Bentala bekerjasama dengan pihak ketiga sebagai manufaktur kontrak yakni PT. Sinergi Natural sebagai mitra untuk kegiatan produksi. Konsep alih daya produksi ini memudahkan Bentala untuk lebih fokus pada kegiatan bisnis utama yakni pemasaran, penjualan, dan distribusi produk. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai perancangan model bisnis sabun natural Bentala dengan menggunakan konsep kemitraan alih daya produksi, yang akan menjadi panduan Bentala untuk menjalankan bisnisnya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif yang digunakan untuk menganalisis rancangan model bisnis sabun natural Bentala dan metode kuantitatif yang digunakan untuk menganalisis peta empati calon pelanggan dan menganalisis kelayakan bisnis sabun natural Bentala secara finansial. Data yang digunakan pada penelitian ini bersumber dari data primer dari survei dan wawancara. Data survei dikumpulkan pada 6 Juni 2024 – 6 Juli 2024 dengan metode self-administered melalui formulir Google yang dibagikan pada calon pelanggan sebanyak 60 responden. Tujuan dari pengumpulan data survei untuk mengetahui peta empati dari pelanggan sabun natural. Wawancara dilakukan dengan pihak manufaktur kontrak atau mitra produksi yakni PT. Sinergi Natural pada tanggal 1 Juni 2024, serta wawancara dengan bisnis serupa yakni dengan pemilik bisnis sabun natural Maniksaka pada tanggal 31 Mei 2024 dan Sagajava pada tanggal 7 Juli 2024. Wawancara dilakukan dengan metode wawancara secara mendalam dengan pertanyaan semi terstruktur. Tujuan dari wawancara adalah untuk mendapatkan informasi mengenai prosedur kemitraan alih daya produksi serta mendapatkan gambaran komprehensif mengenai model bisnis sabun natural. Data kualitatif dari hasil wawancara dianalisis dengan menggunakan analisis konten kualitatif. Data kuantitatif dari hasil survei dianalisis dengan analisis data eksploratif sedangkan untuk kelayakan bisnis secara finansial dianalisis dengan uji kelayakan finansial dengan perhitungan NPV, IRR dan PP.

Hasil penelitian ini menunjukkan minat yang positif calon pelanggan terhadap sabun natural. Calon pelanggan membutuhkan sabun natural berbahan dasar alami dan ramah lingkungan, sabun berbahan dasar komoditas lokal Indonesia, dan sabun sudah terdaftar BPOM dan teruji tidak menimbulkan iritasi. Hal ini menjadi dasar untuk proposisi nilai pada sabun natural Bentala. Berdasarkan hasil kelayakan bisnis secara finansial, kelayakan bisnis didapatkan nilai *net present value* (NPV) sebesar Rp83.508.398,24 dengan nilai *internal rate of return* (IRR) sebesar 42% dan nilai *payback period* (PP) selama 2 tahun 11 bulan. Perhitungan yang dilakukan menunjukkan bahwa bisnis ini layak untuk dijalankan.

**Kata kunci:** Model bisnis, sabun natural, alih daya produksi.

## ***ABSTRACT***

Bentala is a brand of natural soap products originating from Indonesia. The Bentala brand offers two types of natural soap: bar soap and liquid soap. The primary constituents of Bentala natural soap are sourced from vegetable oils, essential oils, and plant extracts derived from local commodities in Indonesia. The business concept adopted by Bentala is based on production outsourcing partnerships. Bentala collaborates with a third-party contract manufacturer, PT. Sinergi Natural, as its production partner. This outsourcing model enables Bentala to focus more on its core business activities, namely marketing, sales, and product distribution. However, to enhance its operations, further research is necessary to design Bentala's natural soap business model using the concept of production outsourcing partnerships, which will serve as a guide for the company.

This research employs a qualitative method to analyze Bentala's natural soap business model and a quantitative method to assess the empathy map of potential customers and the financial feasibility of the Bentala natural soap business. The data used in this study is sourced from primary data collected through surveys and interviews. Survey data were collected from June 6 to July 6, 2024, using a self-administered Google Form distributed to 60 potential customers. The purpose of collecting survey data is to identify the empathy map of natural soap customers. Interviews were conducted with the contract manufacturer, PT. Sinergi Natural, on June 1, 2024, as well as with owners of similar businesses, namely Maniksaka on May 31, 2024, and Sagajava on July 7, 2024. These interviews employed an in-depth, semi-structured format to gather information about the outsourcing partnership procedure and to gain a comprehensive overview of the natural soap business model. Qualitative data from the interviews were analyzed using qualitative content analysis, while quantitative data from the surveys were analyzed through exploratory data analysis. The financial feasibility of the business was evaluated using a financial feasibility test, calculating NPV, IRR, and PP.

The results of this study indicate a positive interest in natural soap. Potential customers prefer soaps made from natural and environmentally friendly ingredients, utilizing local Indonesian commodities, and products that are registered with BPOM and tested to prevent irritation. This forms the basis for the value proposition of Bentala natural soap. Based on the financial analysis, the business feasibility is supported by a net present value (NPV) of IDR 83,508,398.24, an internal rate of return (IRR) of 42%, and a payback period (PP) of 2 years and 11 months. These calculations demonstrate that this business is worth pursuing.

**Keywords:** Business model, natural soap, production outsourcing.