

INTISARI

PERANCANGAN MODEL BISNIS *VENDING MACHINE* MAKANAN SIAP SANTAP 'BRIF2GO'

Ardiyanto

23/530553/PEK/30167

Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis mesin penjual otomatis untuk makanan siap santap bernama BRIF2GO yang memberdayakan para pelaku usaha kecil menengah (UKM) lokal sebagai mitra penyedia makanan. Strategi diferensiasi yang ditawarkan adalah menyediakan mesin penjual makanan siap santap pertama yang mengusung konsep praktis, cepat, dan bergizi. Berawal dari pengalaman pribadi yang mengalami kesulitan dalam mendapatkan sarapan dengan mudah, praktis, dan bergizi namun ternyata didukung dengan temuan data bahwa mayoritas pekerja di kawasan urban melewatkan waktu untuk sarapan dikarenakan faktor ketersediaan, jarak, dan waktu, padahal potensi pasar konsumen masih sangat besar. Disamping itu, UKM kuliner yang beroperasi di wilayah perkotaan masih menghadapi hambatan dalam hal distribusi dan pemasaran produk secara *digital*.

Metodologi penelitian menggunakan pendekatan perancangan model bisnis (*business model*) dengan integrasi analisis kualitatif dan kuantitatif. Proses tahapan penelitian meliputi analisis lingkungan eksternal dan internal, identifikasi *voice of customer* melalui wawancara dan survei kuesioner, penyusunan proposisi nilai, perancangan model bisnis menggunakan model sembilan blok yaitu, *customer segment, value proposition, customer relationship, channels, revenue streams, key activities, key partners, key resources*, dan *cost structure*, serta analisis kelayakan finansial dari model bisnis BRIF2GO menggunakan *net present value (NPV)*, *internal rate of return (IRR)*, dan *payback period (PP)*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BRIF2GO memiliki prospek bisnis yang menjanjikan sebagai pelopor *vending machine* yang menjual makanan lokal siap santap dan menawarkan kemudahan transaksi melalui *web-based application* dan *digital payment* sehingga mempercepat proses, dekat dengan pusat aktivitas dan keramaian, serta bergizi. Analisis keuangan memperlihatkan nilai NPV yang positif, IRR di atas tingkat diskonto, dan proyeksi *Payback Period* yang menunjukkan kelayakan finansial pada tahun kedua operasional.

Secara keseluruhan, penelitian ini berkontribusi terhadap pengembangan literatur mengenai *digital entrepreneurship* dan pemberdayaan UKM lokal di sektor industri kreatif, serta memberikan kerangka aplikatif bagi wirausaha lokal dalam merancang model bisnis yang berorientasi pada inovasi, teknologi, dan ekonomi digital.

Kata Kunci: *Vending Machine, Business Model Canvas, Kewirausahaan Digital, Makanan Siap Santap, Pemberdayaan UKM.*

ABSTRACT

BUSINESS MODEL DESIGN FOR “BRIF2GO” READY-TO-EAT FOOD VENDING MACHINE

Ardiyanto

23/530553/PEK/30167

This study aims to design a business model for a ready-to-eat vending machine named BRIF2GO, which leverages local Small and Medium Enterprises (SMEs) as strategic food providers. The proposed differentiation strategy lies in providing the first ready-to-eat food vending machine that integrates convenience, speed, and nutritional value. This initiative is driven by empirical findings showing that many urban professionals forgo breakfast due to accessibility and time barriers, highlighting a vast untapped market. Additionally, the model addresses the distribution and digital marketing challenges currently faced by urban culinary SMEs.

The methodology adopts a business model development framework utilizing a mixed-methods approach. The research stages involve a comprehensive internal and external environmental scan, followed by the identification of the Voice of the Customer (VoC) through qualitative interviews and quantitative surveys. The core of the study involves designing the business model via the Business Model Canvas (BMC)—addressing all nine strategic components—and concludes with a rigorous financial feasibility assessment utilizing NPV, IRR, and Payback Period metrics to ensure the viability of the BRIF2GO venture.

The results of this study indicate that BRIF2GO is a highly viable business prospect, serving as a first-mover in providing ready-to-eat local meals via automated retail. Its value proposition is anchored in transaction efficiency—facilitated by a web-based interface and digital payment integration—proximity to urban centers, and nutritional quality. Financial assessments corroborate the venture's feasibility, characterized by a positive NPV, an IRR surpassing the required rate of return, and a projected Payback Period reaching the break-even point by the second year of operation.

In conclusion, this study contributes to the scholarly discourse on digital entrepreneurship and the empowerment of local SMEs in the creative sector. It offers an applicable framework for local entrepreneurs to develop business models strategically aligned with innovation, technological integration, and the digital economy.

Keywords: *Automated Retail, Business Model Canvas, Digital Entrepreneurship, SME Empowerment, Ready-to-Eat Meals.*