

INTISARI

Saat ini, minuman anggur atau lebih dikenal masyarakat dengan *wine* kini semakin populer dan disukai banyak penduduk di Indonesia khususnya kota-kota yang banyak dihuni oleh para ekspatriat atau tenaga pekerja asing. Gaya hidup sosial yang meningkat di kota-kota besar di Indonesia karena pengaruh gaya hidup tenaga pekerja asing atau wisatawan asing menuntut Indonesia untuk membuka peluang bisnis ke gaya hidup sosial terkini yang dibawa dari pengaruh budaya asing, khususnya DKI Jakarta. Kondisi ini menarik perhatian penulis karena salah satu gaya hidup pengaruh budaya asing yaitu meminum *wine* kini sedang populer di kalangan kaum urban DKI Jakarta. Banyaknya pelaku usaha industri *wine* menjadikan bisnis ini kompetitif antara satu kompetitor dengan kompetitor lainnya. Setelah melalui observasi, penulis melihat adanya kesempatan untuk membuat suatu rencana bisnis dalam industri *wine* berbasis *online* dengan inovasi beberapa tawaran bisnis yang ditawarkan.

PT Jakarta Wine Shop yang mengimplementasikan bisnis penjualan *wine* berbasis *online* di Jakarta, berencana untuk menawarkan produk-produk *wine* yang menjual produk dalam satuan atau paketan serta melayani pelanggan dengan mendatangkan ahli *wine* dalam suatu kelas *wine*. Pelanggan yang di sasar adalah B2C (*Business to Customer*) yaitu ekspatriat atau tenaga pekerja asing dan penduduk DKI Jakarta penyuka *wine* yang tinggal di DKI Jakarta. Dengan bisnis ini di harapkan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan akan gaya hidup yang sedang meningkat ini.

Pendekatan rencana bisnis yang dilakukan dalam penelitian ini dengan metode BMC (*Business Model Canvas*) dan menggunakan analisis fungsional yang diharapkan dapat menghasilkan rencana bisnis penjualan *wine online* terbaik dan *suistenable* di DKI Jakarta.

Kata kunci: *Business Model Canvas*, Analisis Fungsional, *Entrepreneurship*, dan *wine*.

ABSTRACT

Nowadays, wine are increasingly popular among Indonesians, especially cities with higher expats or foreign workers occupancy. The increase in social lifestyle among big cities in Indonesia is due to the lifestyle of foreign workers or tourists which affects and demands Indonesia to open business opportunities to current social lifestyle that is brought upon foreign culture, especially DKI Jakarta. This condition attracts the attention of writer because one of the foreign culture's lifestyle, wine drinking, is now popular among DKI Jakarta urban communities. The abundance of wine manufacturers is making this business competitive. After going through a series of observations, writer saw an opportunity to make a business plan in online-based wine industry with innovation from some business offer.

PT Jakarta Wine Shop implemented online-based wine-selling business in Jakarta, plans to offer wine products that are sold per piece or in package, and also serves customers with providing wine experts of a particular wine class. Targeted customers are B2C (Business to Customer) which are expatriates or foreign workers and residents of DKI Jakarta who loves wine. With this business, the increasing customer's need for this lifestyle is hopefully met.

The business plan approach in this research is the BMC (Business Model Canvas) method and utilizes functional analysis which hopefully results in the best and sustainable online wine business plan in DKI Jakarta.

Keyword: Business Model Canvas, Functional Analytic, Entrepreneurship, and Wine.