

## Teman (Tablet Effervescent Manggis) Pengembangan Dan Pengolahan Ekstrak Kulit Manggis Menjadi Effervescent Sebagai Suplement Kesehatan ditinjau dari Value Propotion Canvas dan Lean Canvas

Kartika Sari<sup>1</sup>, Tantri Yanuar Rahmat Syah<sup>2</sup>, Edi Hamdi<sup>3</sup>, Agus Munandar<sup>4</sup>

Magister Manajemen, Universitas Esa Unggul

### ARTICLE INFO

#### Article history:

Received: 30 December 2022

Revised: 05 January 2023

Accepted: 10 January 2023

#### Keywords:

Value Proposition Canvas,

Lean Canvas

### ABSTRACT

Indonesia is one of the strategic markets for the world's health and food supplement industry. And along with the increase in people's purchasing power, the consumption of health supplements is also becoming a trend. And currently, mangosteen fruit extract is processed and marketed in conventional forms, ranging from syrups to capsules and another inefficient packaging. The business model for making mangosteen fruit extract into an effervescent tablet product is currently not available on the market, so producing it can be a business opportunity. The system development method used in this research uses the lean canvas method as business analysis. By applying lean canvas, it can make it easier for makers to carry out the validation process because they can see the overall business model, reducing the risks of doing business. This is done because the product offered is new

This is an open-access article under the [CC BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) license.



#### Corresponding Author:

Kartika Sari

Magister Manajemen, Universitas Esa Unggul

Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kupa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11510

Email: [sugiharditika@gmail.com](mailto:sugiharditika@gmail.com)

## PENDAHULUAN

Perusahaan harus mulai dengan sumber bahan-bahan baku berkualitas tinggi dan melalui tahapan produksi yang cermat dengan pengujian lanjutan dari setiap produk jadi.

Produk olahan manggis yang kaya akan senyawa bermanfaat seperti *xanthone* dapat diekstrak menjadi suplemen *effervescent*. produk olahan yang dikemas *effervescent* merupakan bentuk sediaan yang disenangi oleh masyarakatsaatini karena mempunyai warna, bau dan rasa yang menarik. Keuntungan sediaan *effervescent* adalah penyiapan larutan dalam waktu seketika yang mengandung dosis yang tepat, penggunaannya lebih mudah dapat diberikan kepada pasien yang kesulitan menelan tablet atau kapsul dan larutan dengan karbonat yang dihasilkan dapat memberikan efek segar.

Rasa pada granul *effervescent* ini dipengaruhi oleh kombinasi asam sitrat dan asam tartrat sebagai sumber asamnya, asam sitrat memiliki pH yang lebih asam dibanding asam tartrat sehingga rasa yang dihasilkan lebih menonjoldan dapat menutupi rasa pahit dari ekstrak. Hasil aktivitas antioksidan yang diperoleh adalah  $59 \pm 0,18\%$ . Sehingga dapat dikatakan bahwa ekstrak kulit manggis memiliki aktivitas antioksidan setelah diuji dengan metode DPPH sehingga dapat digunakan sebagai bahan utama dalam pembuatan granul *effervescent*. Asam sitrat yang digunakan memiliki aktivitas yang hampirsebanding dengan aktivitas aktioksidan pada asam askorbat (Wahyudi, 2006) serta asam sitrat yang digunakan dalam formula dapat memberi reaksi senergisterhadap aktivitas antioksidan (Amidon,2009).

Dan selanjutnya analisis kandungan total fenolik dilakukan untukmengetahui potensi bubuk kulit buah manggis sebagai penangkal radikal bebasdan penstabil oksigen single. Tubuh manusia menghasilkan senyawa antioksidan, tetapi jumlahnya seringkali tidak cukup untuk menetralkan radikalbebas yang masuk ke dalam tubuh. Konsentrasi total fenol bubuk kulit

manggis dengan variasi lama penyimpanan berkisar 81,17 mgGAE/g – 195,51 mgGAE/g. Kapasitas antioksidan dinyatakan sebagai IC<sub>50</sub> merupakan konsentrasi bubuk kulit manggis yang menghasilkan 50 % penghambatan. Kisaran IC<sub>50</sub> untuk ketiga perlakuan adalah 6,80 ppm – 26,47 ppm.

Pada saat ini ekstrak buah manggis diolah dan dipasarkan dalam bentuk konvensional, mulai sirup, kapsul, dan kemasan lain yang tidak efisien. Model bisnis membuat hasil ekstrak buah manggis menjadi produk Tablet *effervescent* saat ini dipasarkan belum ada, sehingga memproduksinya dapat menjadi peluang bisnis

## KAJIAN TEORI

### *Value Proposition Canvas*

Alexander Osterwalder, et al. (2014) menjelaskan bahwa *Value Proposition Canvas (VPC)* adalah suatu kanvas untuk menjelaskan manfaat yang diharapkan customer terhadap produk dan jasa perusahaan.

(Nazil et al., 2017) *Value Proposition Canvas* terdiri dari dua blok *Business Model Canvas*, yaitu *Value Proposition* dan *Customer Segment*. Tujuan dari tools ini adalah untuk membantu dalam membuat sketsa yang baik secara lebih rinci dan sederhana serta terstruktur. Dua *building blocks* terdiri dari *customer profile* dan *value map*. *Customer profile* terdiri dari *customer jobs* menjelaskan apa yang konsumen targetkan, *customer pains* menggambarkan emosi negatif, biaya, situasi yang tidak diinginkan, serta risiko dari pengalaman konsumen yang dialami sebelum, selama, dan setelah mereka mendapatkan jasa atau produk yang diberikan, *customer gains* menjelaskan manfaat yang pelanggan harapkan, inginkan dan membuat mereka terkesan. Termasuk utilitas fungsional, keuntungan sosial, emosi positif, dan penghematan biaya.

Selanjutnya *value map* terdiri dari *pain relievers* menggambarkan bagaimana produk dan jasa ditawarkan meringankan kekecewaan konsumen. Bagaimana konsumen menghilangkan atau mengurangi emosi negatif, biaya yang tidak diinginkan dan situasi, atau risiko yang dialami pelanggan, bisa sebelum, selama, dan setelah mendapatkan pekerjaan yang dilakukan. Produk yang ditawarkan membuat konsumen merasa lebih baik, menghapus konsekuensi sosial yang negatif dan menghilangkan risiko. *gain creator*, menjelaskan bagaimana produk dan jasa Anda memberikan dan meningkatkan keuntungan bagi konsumen. Secara eksplisit menjelaskan penciptaan manfaat terhadap pelanggan sesuai dengan harapan, keinginan mereka, termasuk manfaat fungsional, keuntungan sosial, emosi positif, dan penghematan biaya.

Fokus terhadap konsumen yang menggunakan produk, berikan produk yang mampu memberikan perbedaan dari yang sebelumnya dirasakan konsumen. *product and service* menjelaskan bagaimana produk yang dibuat menciptakan nilai bagi konsumen. Gunakan untuk menargetkan segmen pelanggan yang sudah dibuat sketsa profilnya. Lebih mudah membuat dengan proposisi nilai yang ada atau dengan proposisi yang berbeda yang dijadikan sebagai strategi untuk menciptakan proposisi yang baru yang lebih spesifik.

### *Lean Canvas*

*Lean Canvas* merupakan hasil adopsi dari sebuah bisnis model canvas yang ditemukan oleh Alexander Osterwalder. Bisnis model canvas merupakan bahasa yang dapat digunakan secara bersama untuk memvisualisasikan, menilai, menggambarkan, hingga melakukan perubahan terhadap model bisnis melalui sembilan blok bangunan yang tersedia. (Ardi et al., 2021). *Lean Canvas* juga dapat digunakan sebagai pendamping dalam proses perencanaan bisnis karena melalui *lean canvas* dapat dilakukan dokumentasi model bisnis, pengukuran kemajuan

bisnis, dan komunikasi terhadap stakeholder yang berkepentingan secara internal ataupun eksternal (Sama & Chandera, 2021). *Lean Canvas* terdiri dari 9 (sembilan) komponen, yaitu *customer segment, problem, solution, unique value proposition, channel, Revenue Stream, cost structure, key metric dan unfair advantage*.

## METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan penulis pada penelitian ini adalah metode *Lean Canvas*. *Lean Canvas* merupakan sebuah metode yang membantu perusahaan baru dalam memecahkan ide supaya lebih mudah dibaca dan dipahami, dan menurut (Sama & Chandera, 2021) dijelaskan bahwa *lean canvas* sangat memvisualisasikan sebuah ide bisnis kedalam satu tampilan sederhana karena metode ini lebih fokus pada masalah, solusi, parameter kunci dan nilai kompetitif sebuah produk diciptakan

## HASIL PENELITIAN

### Identifikasi Masalah

#### Customer Job to Be Done

Tujuan mengonsumsi suplemen kesehatan yaitu untuk menjaga daya tahan tubuh, masyarakat lebih memilih membeli suplemen kesehatan di apotik karena lebih terjamin kualitasnya (contoh : memperhatikan tanggal kedaluarsa dan segel kemasan), dan masyarakat mendapatkan informasi mengenai suplemen yang dikonsumsi dari media televisi.

#### Customer Pains

Masyarakat beranggapan bahwa suplemen kesehatan saat ini tidak mudah dikonsumsi, contoh konsumsi habatussaudah harus minum banyak (sekali minum 6 kapsul), kemudian bentuknya sederhana, biasanya berbentuk cair kurang praktis, sediaan serbuk biasanya mempunyai rasa yang tidak enak dan pahit, mudah berjamur. Dan juga kekurangannya adalah ketergantungan konsumsi suplemen kesehatan.

#### Customer Gains

Suplemen kesehatan yang cukup diminum sehari sekali, dengan bentuk yang modern, menggunakan kemasan yang praktis (mudah ditaruh dikantong/ ditas), mempunyai rasa yang enak menyegarkan, mudah dikonsumsi dan dengan harga terjangkau. Masyarakat akan semakin puas, jika suplemen kesehatan aman dikonsumsi dengan memilih suplemen kesehatan yang terdapat tanggal kedaluarsa dan tersegel, mampu menjaga kesehatan jika diminum secara rutin dan juga dapat dikonsumsi jangka panjang dan mudah didapatkan.

### Solusi Bisnis

#### Pain Relievers

Salah satu jenis produk minuman yang banyak digemari oleh masyarakat adalah produk-produk yang mudah dikonsumsi dengan berbentuk modern seperti dalam bentuk *effervescent*, karena selain praktis, gas karbondioksida yang dihasilkan memberikan efek "sparkle" atau rasa seperti soda dan gas tersebut juga dapat menutupi beberapa rasa bahan tertentu yang tidak diinginkan. *Effervescent* memiliki beberapa keuntungan, antara lain, memberi citarasa yang enak dan menyegarkan, *effervescent* mudah digunakan setelah dilarutkan, nyaman, dan merupakan bentuk sediaan mengandung zat aktif yang telah diukur, dapat dikemas praktis

secara individual untuk mencegah masuknya kelembaban sehingga menghindari masalah ketidakstabilan kandungan selama masa penyimpanan dan menggunakan bahan baku yang aman dikonsumsi.

### Gain Creator

Membuat suplemen kesehatan yang aman dikonsumsi dengan cara pembuatan *effervescent* memerlukan kondisi lingkungan yang khusus, yaitu ruangan yang memiliki RH (*relative humidity*) maksimal 25 % dan bersuhu maksimal 25 0C, dimana hal ini akan berperan dalam menjaga kestabilan produk *effervescent*. Pada RH dan suhu yang lebih tinggi, serbuk *effervescent* akan bersifat kurang stabil karena dapat menyerap uap air dari lingkungan sekitarnya, sehingga dapat memicu terjadinya reaksi *effervescent* yang tidak dikehendaki (Mohrle, 1989).

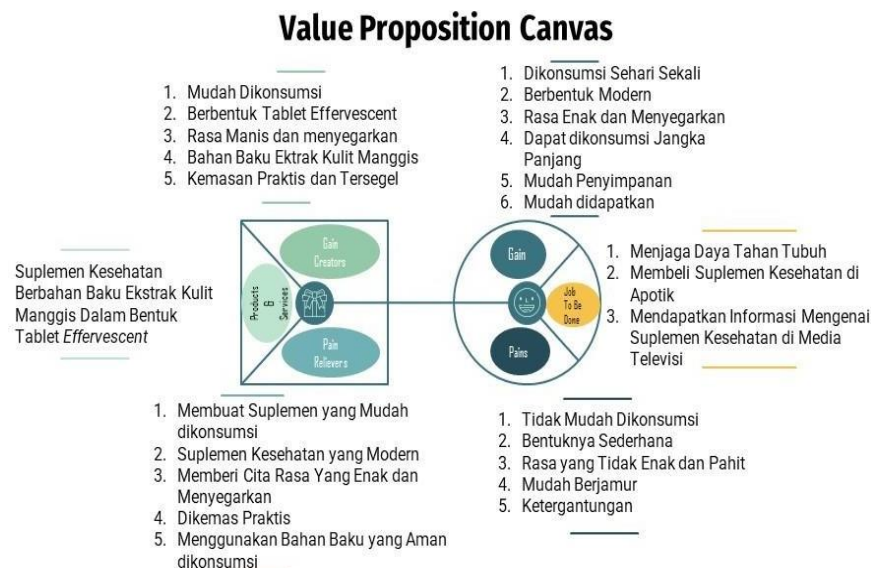
Komposisi asam sitrat dalam larutan sebaiknya dalam keadaan seimbang secara stokiometri dengan natrium bikarbonat. Rasio asam sitrat yang lebih besar bila dibandingkan dengan natrium bikarbonat akan dapat menghasilkan reaksi yang lebih cepat. Selain itu, rasio asam sitrat yang lebih besar akan dapat memastikan bahwa, semua natrium bikarbonat telah bereaksi sampai habis.

Karbonasi membantu menutup rasa zat aktif yang tidak menyenangkan yang menjadikan rasa manis dan menyegarkan.

Menggunakan bahan baku ekstrak kulit manggis yang aman dikonsumsi, Selanjutnya untuk kemasan suplemen kesehatan berbentuk *effervescent* akan dibuat lebih praktis dengan memperhatikan tanggal kedaluarsa dan disegel.

### Product & Services

Membuat produk suplemen kesehatan dengan bahan dasar ekstrak kulit manggis dalam bentuk TEMAN (tablet *effervescent* manggis) yang memiliki banyak manfaat bagi kesehatan dan juga memiliki izin edar BPOM dan mudah diperoleh di apotik.



Sumber : Penulis, 2022

### Business Canvas Model

<i>Problem</i>	<i>Solution</i>	<i>Unique Value Proposition</i>	<i>Unfair Advantage</i>	<i>Customer segments</i>
Tidak Mudah Dikonsumsi Bentuknya Sederhana Rasa yang Tidak Enak dan Pahit Mudah Berjamur Membuat Ketergantungan	Membuat Suplemen yang Mudah dikonsumsi Suplemen Kesehatan yang Modern Memberi Cita Rasa Yang Enak dan Menyegarkan Dikemas Praktis Menggunakan Bahan Baku yang Aman dikonsumsi	Suplemen Kesehatan Berbahan Baku Ekstrak Kulit Manggis berupa Tablet <i>Effervescent</i> dengan rasa yang enak dan menyegarkan dalam kemasan praktis dan ekonomis	Produk bermutudan berkhasiat Produk memiliki resiko efek Samping Kecil Produk murah dan mudah diperoleh Produk suplemen yang mudah di konsumsi dan tidak pahit	B2C Generasi Milenial rentang usia 20 - 40 Tahun yang produktif dan memiliki kesadaran akan hidup sehat.
<i>Existing Alternatives</i> Konsumsi makanandan minumansehat Olahraga	<i>Key Metrics</i> Target Penjualan seluruh Indonesia Inovasi produk varian baru	<i>High-Level Concept</i> Suplemen Kesehatan Tablet <i>Effervescent</i> Manggis (TEMAN) dikonsumsi sehari sekali		<i>Early Adopters</i> Pekerja yang Produktif
	Produksi Mandiri Survey Kepuasan Masyarakat		<i>Channels</i> Website Mediasosial Online Advertisement	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
Biaya Operasional Biaya Pemasaran Biaya SDM Biaya Distribusi		Penjual TEMAN (Tablet Effervescent)		

Sumber : Penulis, 2022

#### Problem

*Problem* merupakan permasalahan yang ingin diselesaikan menggunakan produk yang akan dibuat, dimana permasalahan dalam konsumsi suplemen kesehatan seperti tidak mudah

dikonsumsi, bentuknya sederhana, rasanya tidak enak dan pahit, mudah berjamur dan ketergantungan.

### **Solution**

*Solution* adalah solusi yang ditawarkan dari produk yang akan dibuat, yaitu dengan membuat suplemen kesehatan yang dibutuhkan seperti membuat suplemen kesehatan yang mudah dikonsumsi, modern, rasa yang enak menyegarkan, dikemas secara praktis tersegel dan menggunakan bahan baku yang aman dikonsumsi.

### **Unique Value Proposition**

*Unique Value Proposition* adalah nilai lebih atau nilai plus produk kita dibandingkan produk lainnya yaitu suplemen kesehatan berbahan baku ekstrak kulit manggis berupa tablet *Effervescent* dengan rasa yang enak dan menyegarkan dalam kemasan praktis dan ekonomis.

### **Unfair Advantage**

*Unfair Advantage* adalah keunggulan atau kelebihan bisnis kita yang tidak bisa atau sulit sekali ditiru oleh orang lain. Bisa dibilang *unfair advantage* adalah sesuatu yang spesial dari produk yang akan dibuat, yaitu produk bermutu dan berkhasiat, memiliki efek samping kecil, produk murah dan mudah diperoleh, mudah dikonsumsi dan tidak pahit.

### **Customer Segments**

*Customer Segment* adalah pelanggan yang kita targetkan menggunakan atau membeli produk yang akan dibuat, yaitu Generasi Milenial rentang usia 20-40 Tahun yang produktif dan memiliki kesadaran akan hidup sehat.

### **Channels**

Perusahaan menggunakan website resmi perusahaan yang bisa diakses oleh semua orang. Sebagai wadah untuk konsultasi dan informasi mengenai produk *effervescent* yang kita pasarkan atau bahkan sebagai sarana *service after sales*. Iklan dan promosi yang produk akan dilakukan melalui media sosial dan iklan online agar orang-orang yang mengakses media sosial akan membantu perusahaan untuk memperkenalkan produk kepada pasar dengan lebih mudah dan cepat.

### **Revenue Stream**

*Revenue stream* mewakili bagaimana perusahaan akan mendapatkan pendapatan. Hal tersebut tentunya sejalan dengan tujuan dari didirikannya suatu perusahaan yaitu profit. Adapun sumber pendapatan dari penjualan TEMAN (*tablet effervescent* manggis) ke seluruh konsumen yang menjadi target perusahaan.

### **Cost Structure**

Biaya yang timbul dari aktifitas mulai dari biaya bahan baku, biaya produksi, biaya sumber daya manusia, biaya transportasi, ijin BPOM, infrastruktur, legal, hingga pelayanan konsumen dan biaya tambahan lainnya. *Cost Structure* meliputi biaya operasional, biaya marketing, biaya SDM dan biaya distribusi.

## PENUTUP

TEMAN (*Tablet Effervescent Manggis*) merupakan Suplemen Kesehatan Berbahan Baku Ekstrak Kulit Manggis berupa *Tablet Effervescent*. Berdasarkan hasil *value proposition canvas* dengan menggunakan 6 (enam) *tools* yaitu *customer job to be done*, *customer pains*, *customer gains*, *pain relievers*, *gain creator*, *product & services* TEMAN (*Tablet Effervescent Manggis*) dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat. Dengan suplemen kesehatan yang aman dan praktis dan juga dapat meningkatkan daya tahan tubuh terutama di masa pandemi covid-19 saat ini, banyak masyarakat menginginkan suplemen kesehatan yang kaya akan manfaat dan rasa yang enak, segar serta aman di konsumsi sehari-hari secara rutin. Sedangkan hasil analisis *lean canvas* berdasarkan 9 (sembilan) *tools* yaitu *customer segment*, *problem*, *solution*, *unique value proposition*, *channel*, *Revenue Stream*, *cost structure*, *key metric* dan *unfair advantage* produk TEMAN (*Tablet Effervescent Manggis*) sebuah konsep bisnis yang *competitive advantage*.

## SARAN

Dalam membuat *business plan* masih perlu beberapa pertimbangan seperti Analisis Faktor Eksternal dan Analisis Faktor Internal

## REFERENSI

- Osterwalder, A. a.-n. (2012). *Business Model Generation*, Kompas Gramedia, Jakarta
- Osterwalder et al. 2014. "Value Proposition Design". Hoboken, New Jersey
- Osterwalder, A. 2004. *The Business Model Ontology*. Thesis. Licencie en Scinces. Universitas De Lausanne.
- Ardi, W. K., Salam, R., Alfaruk, M. H., & Agung, I. W. P. (2021). Penerapan Lean Canvas Pada Startup Pembelajaran Bahasa Inggris Lunchat. *Jurnal Ilmu Komputer Dan Bisnis*, XII (2a), 74-79.  
<https://ojs.stmikdharmapalariau.ac.id/index.php/jikb/article/view/171/143>
- Nazil, M., Wilopo, W., & Sanawiri, B. (2017). PENGEMBANGAN VALUE PROPOSITION BISNIS PERTANIAN ORGANIK MENGGUNAKAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVASS (Studi Kasus Pada Kelompok Tani Anjasmoro Kecamatan Bumiaji Kota Batu),. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 50(6), 193-200.
- Sama, H., & Chandera, A. (2021). Perancangan Dan Pengembangan Online Shop Support System Berbasis Lean Canvas. *Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Science*, 1(1), 843-850.  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/combinest/article/view/4505%0Ahttps://journal.uib.ac.id/index.php/combinest/article/download/4505/1231>