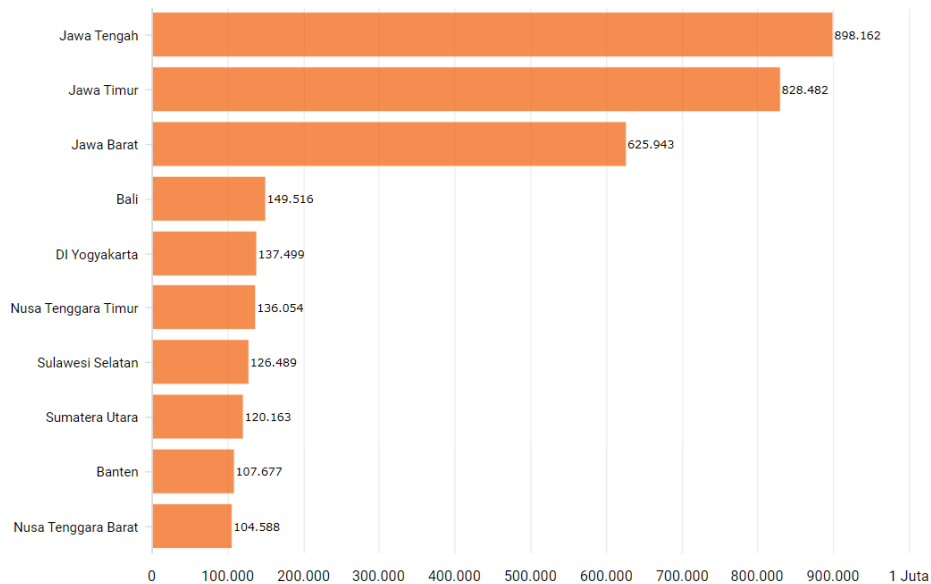


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Menurut Undang-Undang No 3 Tahun 2014 tentang perindustrian yang disebut industri adalah seluruh bentuk kegiatan ekonomi yang mengolah bahan baku dan memanfaatkan sumber daya industri sehingga menghasilkan barang yang mempunyai nilai tambah lebih tinggi, termasuk jasa industri. Menurut Pusat Statistik (BPS, 2017) industri adalah suatu unit atau kesatuan produksi yang terletak pada suatu tempat tertentu yang melakukan kegiatan mengubah bahan baku dengan mesin atau dengan tangan menjadi produk baru, atau mengubah barang-barang yang kurang nilainya menjadi barang yang bernilai tinggi dengan maksud untuk mendekatkan produk tersebut kepada konsumen akhir. Industri merupakan kegiatan memproses atau mengolah barang dengan menggunakan sarana dan peralatan, misalnya mesin. Kegiatan yang mengolah bahan mentah, baku, barang setengah jadi, dan barang jadi menjadi barang yang nilainya tinggi untuk penggunaannya (Moeliono 2008,534)

Badan Pusat Statistik (BPS) mendefinisikan Industri Kecil dan Menengah (IKM). Industri kecil merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki tenaga kerja sebanyak 5-19. Tentunya IKM sangat berkaitan dengan UKM dan merupakan dua hal yang tidak bisa dipisahkan, karena setiap produk yang dihasilkan oleh IKM akan dijual Kembali kepada masyarakat oleh UKM. Jadi UKM juga bertugas untuk memasarkan produk yang dihasilkan oleh IKM. Sedangkan Industri menengah merupakan suatu kegiatan ekonomi yang melakukan kegiatan mengubah barang dasar menjadi barang jadi/setengah jadi dan atau barang yang kurang nilainya menjadi barang yang lebih tinggi nilainya, yang memiliki jumlah tenaga kerja sebanyak 20-99 orang. Berikut merupakan 10 provinsi dengan jumlah industri kecil menengah terbanyak pada tahun 2020 dapat di lihat pada grafik Gambar I.1



Gambar I. 1 Grafik Jumlah Industri Kecil dan Menengah Terbanyak (2020)
(Sumber: Badan Pusat Statistik)

BPS bahwa jumlah industri kecil dan menengah di Indonesia pada tahun 2020 sebanyak 4.209.817 usaha. Jawa Tengah menjadi provinsi dengan jumlah IKM terbanyak, yakni 898.162 usaha. Jawa Timur menempati posisi kedua dengan jumlah IKM sebanyak 828.482 usaha. Diikuti oleh Jawa Barat dengan jumlah IKM sebanyak 625.943 usaha. Berikutnya jumlah IKM di Bali tercatat sebanyak 149.516 usaha. Sementara itu di Yogyakarta, jumlah IKM sebanyak 137.499 usaha. Sementara itu, jumlah provinsi dengan IKM paling sedikit adalah Papua Barat sebanyak 4.558 usaha. Diatasnya ada Kalimantan Uatara dan Papua masing-masing 4.963 usaha dan 12.094 usaha. Data menunjukkan bahwa jumlah IKM di Indonesia terpusat dipulah Jawa dengan presentase 63,11% dari total IKM di Idonesia. Sementara jumlah IKM di pulau Maluku dan Papua tercatat paling sedikit, yakni hanya 1,25% dari total. Berdasarkan jenisnya, industri makanan merupakan jenis IKM paling banyak dibanding kelompok industri lainnya dengan jumlah 1.518.924 usaha.

Industri makanan merupakan salah satu industri yang berkembang pesat di seluruh Negara, termasuk Indonesia. Berbagai jenis makanan yang terus diproduksi dengan tampilan yang menarik guna meningkatkan nilai estetika dan daya tarik konsumen. Kegiatan proses produksi merupakan tahap yang harus dilewati dalam memproduksi suatu barang atau jasa. Proses produksi makanan meliputi beberapa tahap sebagai berikut, pemilihan bahan baku, proses pengolahan, makanan, pengujian kualitas makanan, pengemasan dan distribusi makanan. Dalam setiap proses yang berlangsung harus terkontrol agar produk akhir yang dihasilkan layak dan aman dikonsumsi oleh konsumen.

Pabrik Kerupuk Jaja Raharja merupakan salah satu IKM yang bergerak di bidang pengolahan makanan. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja berdiri sejak tahun 2002 dan berlokasi di kabupaten Pasuruan provinsi Jawa Timur. Pabrik Jaja Raharja didirikan atas dasar keinginan sendiri untuk memproduksi dan menjual hasil produksinya sendiri. Berikut merupakan gambar bangunan dan penjemuran Pabrik Kerupuk Jaja Rahrjadapat dilihat pada Gambar I.2.



Gambar I. 2 Bangunan dan Penjemuran Kerupuk Pabrik Kerupuk Jaja Raharja

Pabrik Kerupuk Jaja Raharja memproduksi penjualan kerupuk matang dan mentah. Jenis kerupuk yang di produksi diantaranya kerupuk oval, kerupuk uyel, dan kerupuk bulat. Bahan baku yang digunakan untuk membuat kerupuk tersebut diantaranya ada tepung terigu, tepung tapioka, garam, lada, bawang putih dan lain-lain. Untuk penjualannya pabrik kerupuk Jaja Raharja menggunakan hanya sistem *reseller* dan *delivery*. Sistem *reseller* adalah orang yang menjual kembali produk dari Pabrik Kerupuk Jaja Raharja. system *delivery* Pabrik Kerupuk Jaja Raharja

menjual produknya kepada pelanggan bisnis. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja juga menyuplai kerupuk kepada pedagang kerupuk keliling/ *reseller* untuk dijual kepada pelanggan. Berikut harga produk yang ditawarkan oleh Pabrik Kerupuk Jaja Raharja dapat dilihat pada Tabel I.1

Tabel I. 1 Produk Pabrik Kerupuk Jaja Raharja

No	Nama Produk	Harga
1.	Kerupuk Uyel	Rp.500
2.	Kerupuk Oval	Rp.250
3.	Kerupuk Bulat	Rp.500

Sumber: Bagian Keuangan Jaja Raharja

Pabrik Kerupuk Jaja Raharja menjual kerupuk dengan harga Rp.250 untuk kerupuk oval dan Rp.500 untuk kerupuk uyel dan kerupuk bulat, jika dijual kiloan seharga Rp.18.000 Pabrik Kerupuk Jaja Raharja memproduksi kerupuk sebanyak 2-ton dalam waktu 1 minggu. Berikut merupakan volume produksi Pabrik Kerupuk Jaja Raharja dari tahun 2017 hingga tahun 2018 dapat di lihat pada Tabel I.2

Tabel I.2 Produksi Pabrik Kerupuk Jaja Raharja

Tahun	Produksi (Ton)
2017	95,8
2018	95,6
2019	96
2020	94,7
2021	93,9

Sumber: Bagian Produksi Jaja Raharja

Pada saat ini Pabrik Kerupuk Jaja Raharja mengalami permasalahan berupa menurunnya pendapatan. Berikut merupakan grafik pendapatan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja dari tahun 2017 hingga tahun 2021 dapat di lihat pada Gambar I.3



Gambar I. 3 Grafik Pendapatan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja

Berdasarkan penyajian data-data pada gambar 1.3, Terdapat beberapa faktor permasalahan yang dapat diidentifikasi sebagai penyebab penurunan penjualan yang mengakibatkan pendapatan Pabrik Jaja Raharja masih bersifat fluktuatif. Yang pertama dari sisi produk, Pabrik kerupuk Jaja Raharja menjual 3 jenis produk kerupuk yaitu kerupuk uyel, oval, dan bulat, yang dimana dari ketiga jenis kerupuk tersebut memiliki varian rasa yang cenderung sama. Sehingga hal ini dapat membuat konsumen merasa bosan dengan varian rasa produk yang terdapat pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja. Selain itu sistem penjualan produk pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja masih dilakukan secara manual dimana konsumen dapat membeli lewat *reseller* atau datang langsung ke pabrik. Pabrik Jaja Raharja tidak memanfaatkan penjualan melalui *social media*, yang dimana dapat meningkatkan jaringan pemasaran produk kerupuk pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja. Hal ini mengakibatkan penjualan produk kerupuk Pabrik Kerupuk Jaja Raharja tidak maksimal dalam menjangkau para konsumennya.

Faktor kedua ada adalah *people*, semenjak terjadinya pandemi *Covid-19*, Pabrik Kerupuk Jaja Raharja melakukan pengurangan Sumber Daya Manusia, yang sebelumnya terdapat 16 Sumber Daya Manusia pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja, dan setelah pandemi Sumber Daya manusia pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja terkena efisiensi sehingga menyisakan 12 Sumber Daya Manusia pada pabrik,

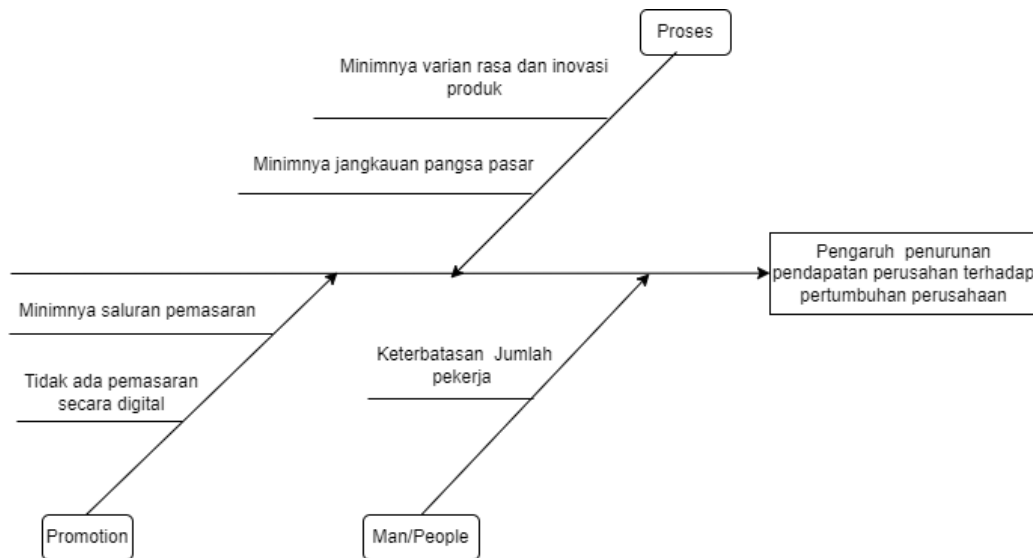
yang mengakibatkan terbatasnya tenaga kerja pada setiap bagian proses produksi, sehingga tidak dapat maksimal dalam melakukan proses produksi.

Faktor selanjutnya yaitu *Promotion*. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja hanya mengandal kan *Word to Mouth* (WOM) melalui *reseller* dan pelanggan bisnis, sehingga Pabrik Kerupuk Jaja Raharja kurang maksimal dalam memasarkan produknya. Hal ini mengakibatkan minimnya informasi terkait produk kerupuk yang ditawarkan oleh Pabrik Kerupuk Jaja Raharja.

Berdasarkan faktor permasalahan yang terdapat pada latar belakan dilakukan analisis akar permasalahan yang terjadi pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja. Berikut ini merupakan beberapa masalah yang telah diidentifikasi.

1. Minimnya varian rasa dan inovasi produk yang ditawarkan sehingga cenderung sama dengan kompetitor. Hal ini terkait dengan *value proposition* yang ditawarkan kepada pelanggan. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja hanya menjual 3 jenis kerupuk yaitu uyel, oval, dan bulat, dengan rasa yang cenderung sama.
2. Pemasaran yang dilakukan Pabrik Kerupuk Jaja Raharja hanya menggunakan *Word of Mouth* (WOM), pelanggan bisnis, dan reseller. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja kurang maksimal dalam melakukan pemasaran digital dimana perusahaan hanya memasarkan produk secara manual kepada pihak yang sudah bekerjasama dengan pabrik. Hal ini mengakibatkan minimnya informasi terkait produk yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga Pabrik Kerupuk Jaja Raharja tidak maksimal dalam mencakup konsumennya.
3. Dalam menjalankan bisnis nya Pabrik Kerupuk Jaja Raharja mempekerjakan 12 pekerja. Namun akibat dampak dari pandemi *COVID-19*, Pabrik Kerupuk Jaja Raharja melakukan pengurangan pekerja pabrik sebanyak 4 pekerja, sebelum pandemi Pabrik Kerupuk Jaja Raharja memiliki 16 pekerja. Sehingga mengakibatkan terbatasnya tenaga kerja pada setiap bagian produksinya.
4. Minimnya saluran penjualan yang dimiliki oleh Pabrik kerupuk Jaja Raharja. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja memiliki pelanggan tetap yaitu beberapa warung kelontong dan pasar. Kebanyakan pembeli Kerupuk Jaja

Raharja merupakan pedagang yang menjual kembali produk yang dibelinya, selain itu ada juga beberapa pembeli yang membeli untuk dikonsumsi pribadi. Analisis identifikasi akar permasalahan pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja dapat digambarkan dengan menggunakan *fishbone diagram*, dapat dilihat pada Gambar I.4



Gambar I. 4 Fishbone Analisis Akar Permasalahan

Dari permasalahan yang sudah dijelaskan pada Gambar I.4 Pabrik Kerupuk Jaja Raharja memiliki tantangan dan hambatan yang harus dihadapi dalam menjalankan proses bisnisnya. Pabrik Kerupuk Jaja Raharja harus mengetahui masalah serta solusi untuk menyelesaikan masalahnya tersebut. Permasalahan yang terjadi pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja menandakan bahwa perlu adanya perancangan dan perbaikan untuk meningkatkan pendapatan dan penjualan pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja, sehingga Pabrik Kerupuk Jaja Raharja dapat lebih berkembang.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka dapat diketahui bahwa ada beberapa potensi solusi untuk mendukung permasalahan yang sedang terjadi. Berikut merupakan daftar alternatif solusi yang disajikan pada Tabel I.3

Tabel I. 2 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Keterbatasan jumlah pekerja pada setiap bagian pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	Pengukuran kerja dan Penentuan tenaga kerja
2	Pemasaran yang dilakukan masih secara manual, tidak memanfaatkan pemasaran digital	Perancangan strategi pemasaran digital pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja
3	Minimnya saluran penjualan pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja	
4	Minimnya varian rasa dan inovasi produk Minimnya jangkauan pangsa pasar Minimnya saluran pemasaran Tidak ada pemasaran secara digital Keterbatasan jumlah pekerja	Perancangan perbaikan model bisnis menggunakan pendekatan <i>Business Model Canvas</i> pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja

Berdasarkan alternatif solusi pada Tabel I.3, terdapat beberapa akar masalah akar masalah pada *fishbone diagram* yang dapat diselesaikan menggunakan satu alternatif solusi yaitu perancangan model bisnis. Akar-kar masalah tersebut adalah minimnya varian rasa dan variasi produk, minimnya jangkauan pangsa pasar, minimnya saluran pemasaran, tidak adanya pemasaran secara digital, dan keterbatasan jumlah pekerja. Hal-hal ini dapat saling berkaitan dan berhubungan pada model bisnis, sehingga dapat mempengaruhi blok-blok lainnya pada model bisnis. Dengan demikian perusahaan perlu melakukan upaya penyesuaian agar perusahaan tetap berjalan secara optimal serta meningkatkan daya saing pabrik dengan bisnis pabrik lainnya. Upaya ini dapat dilakukan dengan mengevaluasi model bisnis saat ini dan merancang model bisnis yang baru.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan beberapa permasalahan yang terdapat pada latar belakang diatas, maka berikut merupakan perumusan masalah yang terdapat pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja yaitu:

1. Bagaimana pemetaan *Business Model Canvas* eksisting pada Pabrik Kerupuk Jaja raharja?
2. Bagaimana analisis lingkungan dan analisis SWOT pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja?
3. Bagaimana perancangan model bisnis usulan *Business Model Canvas* yang diterapkan oleh Pabrik Kerupuk Jaja Raharja?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan uraian perumusan masalah diatas, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan pemetaan kondisi *Business Model Canvas* eksisting pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja.
2. Menganalisis lingkungan dan SWOT pada Pabrik Kerupuk Jaja Raharja
3. Merancang model bisnis usulan *Business Model Canvas* yang akan diterapkan pada proses bisnis Pabrik Kerupuk Jaja Raharja.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat tugas akhir bagi Pabrik Kerupuk Jaja Raharja:

1. Hasil dari tugas akhir ini dapat di impementasikan pada proses bisnis Pabrik Kerupuk Jaja Rahajra guna meningkatkan kinerja dan proses penjualan agar dapat besaing dengan perusahaan yang serupa.
2. Memberikan penjelasan kegunaan pemetaan terhadap model bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk menemukan suatu solusi dari permasalahan yang berada pada pemetaan model bisnis, sehingga solusi tersebut dapat di terapkan pada bisnis lainnya.
3. Bagi penelitian, tugas akhir ini bermanfaat dalam implementasi metode/model/konsep dalam upaya miningkatkan efisiensi dan efektivitas

dalam suatu organisasi dan dapat dijadikan sebagai referensi sebagai pembanding untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Tugas akhir ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I	Pendahuluan Pada bab ini berisi mengenai uraian mengenai latar belakang yang berkaitan dengan tugasakhir, alternatif solusi, perumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan pada tugas akhir.
Bab II	Tinjauan Pustaka Pada bab ini berisi studi literatur yang sesuai dengan permasalahan pada tugas akhir. Pembahasan teori ini menggunakan <i>Business Model Canvas</i> , dan teori pendukung lainnya yang digunakan dalam perancangan usulan perbaikan.
Bab III	Metodologi Perancangan Pada bab ini berisi tentang Langkah-langkah tugas akhir, metodologi perancangan berdasarkan rumusan masalah yang di buat serta indentifikasi sistem terintegrasi tugas akhir dan pengolahan data, menganalisis dan menarik kesimpulan dan saran.
Bab IV	Perancangan Sistem Terintegrasi Pada bab ini berisi mengenai deskripsi data dari perusahaan untuk membantu dalam proses tugas akhir, terdapat proses perancangan yang merupakan langkah-langkah dari tugas akhir ini, dan terdapat hasil akhir rancangan penelitian.
Bab V	Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan Pada bab ini berisi mengenai validasi hasil rancangan dari tugas akhir ini, dan terdapat penjelasan mengenai analisis hasil rancangan dari tugas akhir ini.
Bab VI	Kesimpulan dan Saran Pada bab ini berisi uraian mengenai kesimpulan dari penyelesaian masalah yang dilakukan serta jawaban dari rumusan permasalahan yang ada pada bagian pendahuluan, serta saran yang memungkinkan untuk pengembangan dan penelitian lebih lanjut.