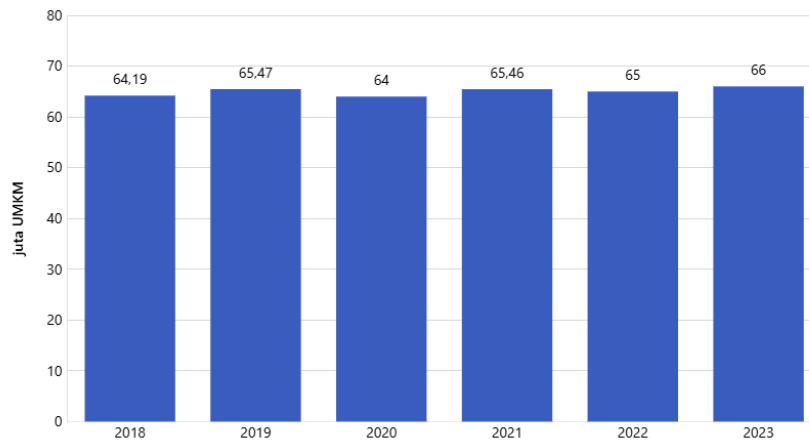


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah salah satu bentuk usaha yang pemiliknya berupa perorangan atau dapat berupa badan usaha yang telah memenuhi kriteria. Seiring berjalannya waktu pertumbuhan UMKM berjalan cukup cepat. Hal ini dapat dilihat dari pertumbuhan UMKM yang ada di Jawa Barat mengalami fluktuatif dari tahun 2018 hingga 2023. Dapat dilihat pada Gambar 1.1.

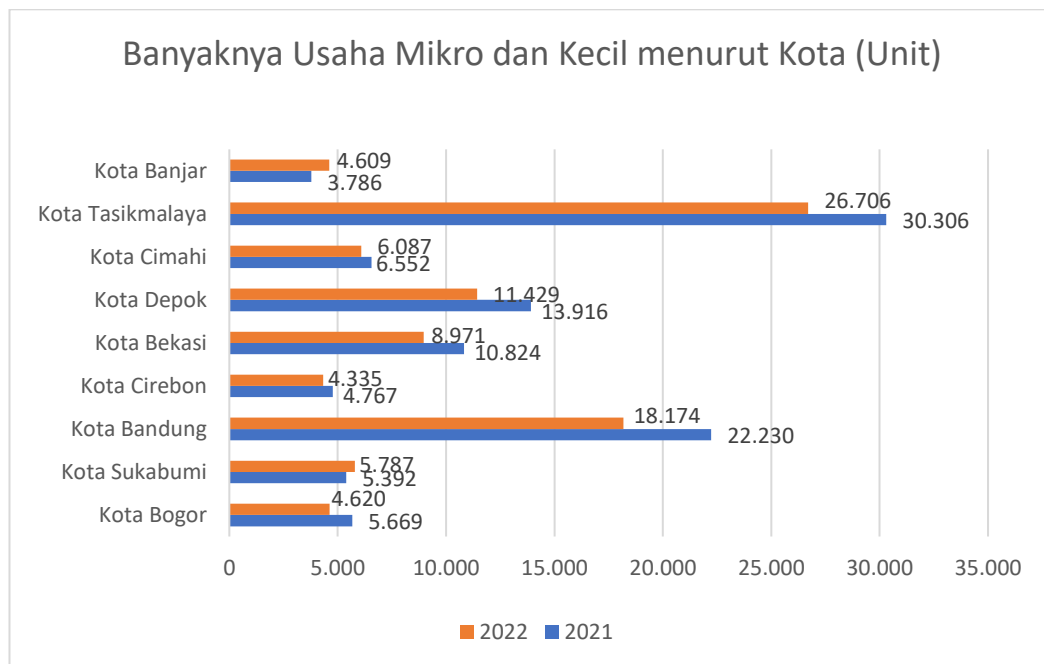


Gambar I. 1 Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM)

(Sumber: Databooks Jumlah UMKM di Indonesia, 2018-2023)

Pada tahun 2023, akan ada sekitar 66 juta usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia, menurut data Kamar Dagang dan Industri (Kadin). Jumlah ini mencapai titik tertinggi sejak 2018, tumbuh 1,5% dibandingkan 2022. Pada tahun 2023, UMKM akan menyumbang sekitar 61% PDB Indonesia, menurut Kadin Indonesia. Selain itu, mereka memperkirakan bahwa UMKM mempekerjakan sekitar 117 juta orang, atau 97% dari tenaga kerja nasional. Menurut Kadin Indonesia, saat ini UMKM menghadapi sejumlah tantangan, termasuk inovasi, teknologi, literasi digital, produktivitas, legalitas, pembiayaan, dan peningkatan kinerja dan kualitas sumber daya manusia. Kadin Indonesia dan pemerintah tengah saat ini mendorong peningkatan kinerja UMKM nasional

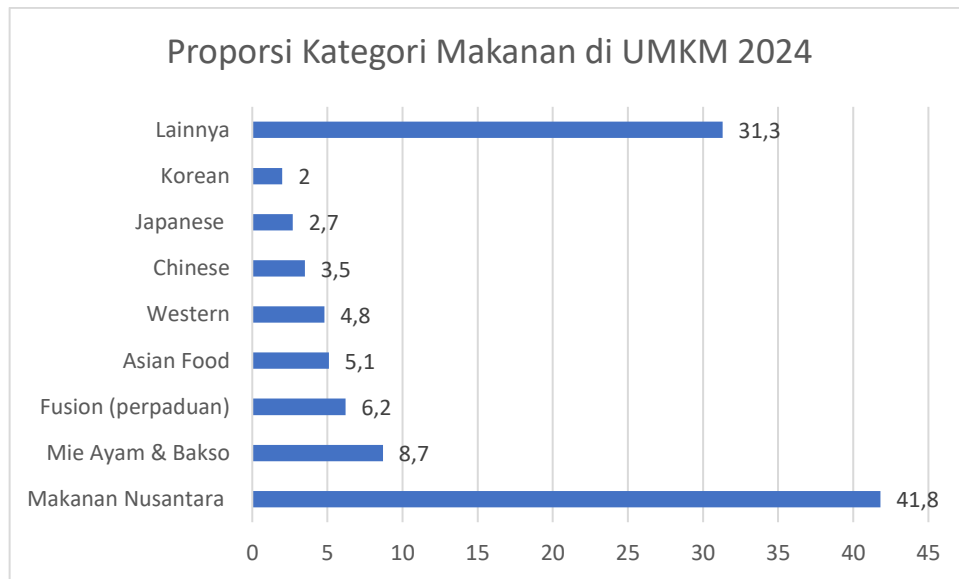
melalui strategi penerapan digitalisasi untuk meningkatkan daya saing, menjadi pemain global, dan berorientasi ekspor.



Gambar I. 2 Jumlah UMKM di Jawa Barat 2022

(Sumber: BPS Provinsi Jawa Barat , 2022)

Gambar I.2, data persebaran UMKM terbanyak di beberapa Kota dan Kabupaten di Jawa Barat, pertama ada Kota Tasikmalaya dengan data sebaran berjumlah 30.306 pada tahun 2021 dan 26.706 pada tahun 2022. Kedua ada Kota Bandung dengan data sebaran berjumlah 22.230 pada tahun 2021 dan 18.174 pada tahun 2022. Ketiga ada Kota Depok dengan data sebaran berjumlah 13.916 pada tahun 2021 dan 11.429 pada tahun 2022. Keempat ada Kota Bekasi dengan data sebaran berjumlah 10.824 pada tahun 2021 dan 8.971 pada tahun 2022. Kelima ada Kota Cimahi dengan data sebaran berjumlah 6.552 pada tahun 2021 dan 6.087 pada tahun 2022. Keenam ada Kota Bogor sebagai penyumbang berdirinya UMKM di Jawa Barat dengan data sebaran berjumlah 5.669 pada tahun 2021 dan 4.620 pada tahun 2022. Ketujuh ada Kota Sukabumi dengan data sebaran berjumlah 5.392 pada tahun 2021 dan 5.787 pada tahun 2022. Kedelapan Kota Sukabumi dengan data sebaran berjumlah 5.392 pada tahun 2021 dan 5.787 pada tahun 2022. Kesembilan ada Kota Banjar dengan data sebaran berjumlah 3.786 pada tahun 2021 dan 4.609 pada tahun 2022.



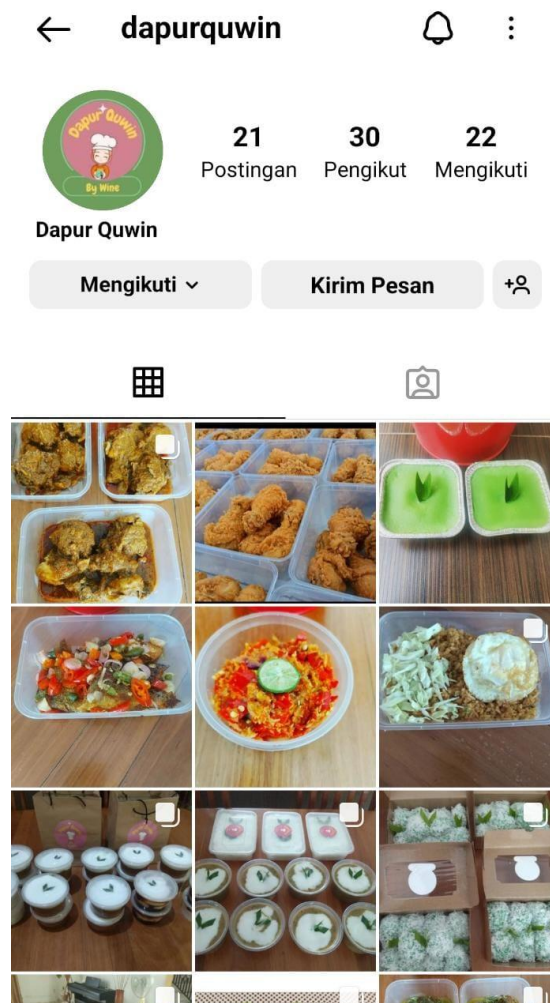
Gambar I. 3 Proporsi Kategori Makanan yang Dijual UMKM Indonesia
(Sumber: databoks, 2024)

Gambar I.3, menunjukkan makanan nusantara atau makanan daerah jadi kategori makanan yang paling banyak dijual oleh pengusaha Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Indonesia. Proporsi jenis makanan ini menyentuh 41,8% dari total responden yang diwawancarai oleh lembaga riset databooks. Di urutan kedua dengan jarak cukup jauh, ada aneka mie ayam dan bakso sebesar 8,7%. Ketiga, ada perpaduan makanan atau *fusion* dengan torehan 6,2%. Sementara urutan keempat ditempati makanan Asia atau *Asian food* (India, Thailand, dan Timur Tengah) dengan torehan 5,1%. Tipis di urutan kelima ada makanan barat atau *western* dengan capaian 4,8%. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur perkembangan digitalisasi UMKM kuliner di Indonesia dengan menggunakan *platform online food delivery* (OFD) atau ojek *online*. Sedikitnya 1.887 pedagang yang terlibat dalam survei tersebar di lima daerah besar di Indonesia, di antaranya Jabodetabek, Surabaya, Medan, Makassar, dan Bandung.

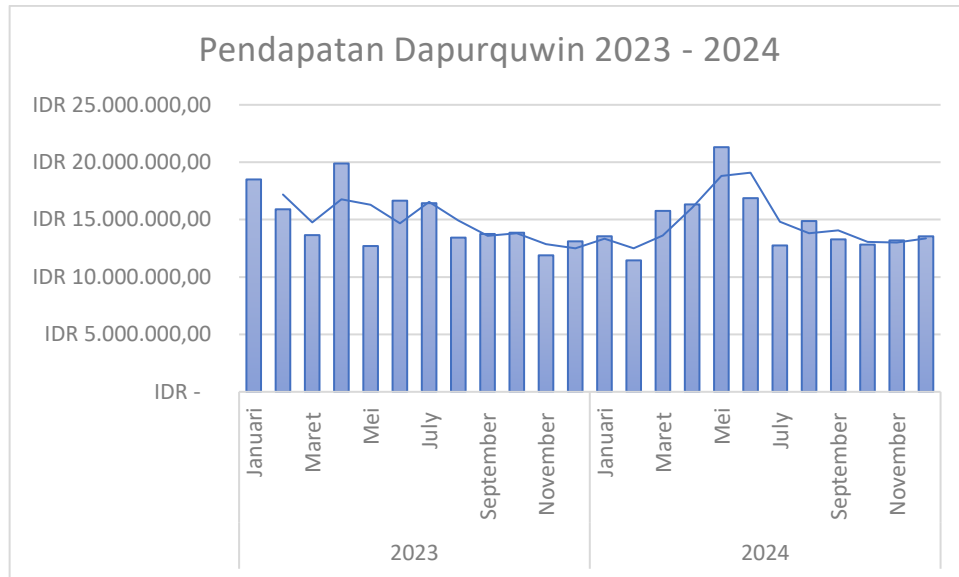
Dapur Quwin merupakan sebuah bisnis yang bergerak di bidang usaha makanan kuliner yang berdiri pada tahun 2020 pada tanggal 10 agustus yang didirikan oleh 3 orang. Dapur Quwin merupakan salah satu UMKM yang bergerak di sektor kuliner di Kota Bogor. Dapur Quwin tersebut bertempat di Jl. Situpete Pulo, RT.05/RW.01, Sukadamai, Kec. Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat. Dapur

Quwin dapat dikatakan sebagai salah satu bisnis yang masih baru di Bogor karena baru dibuka pada bulan Mei 2021.

Dapur Quwin dengan menggunakan *platform* penjualan *online* yaitu Instagram. Pada Instagram Dapur Quwin memiliki pengikut sebanyak 30, mengikuti sebanyak 22 dan untuk postingan sebanyak 21, dikarenakan masih baru dibuat untuk sosial media tersebut. Pada platform terdapat informasi mengenai gambar produk, testimoni penjualan produk. Dapat dilihat pada Gambar I.4.



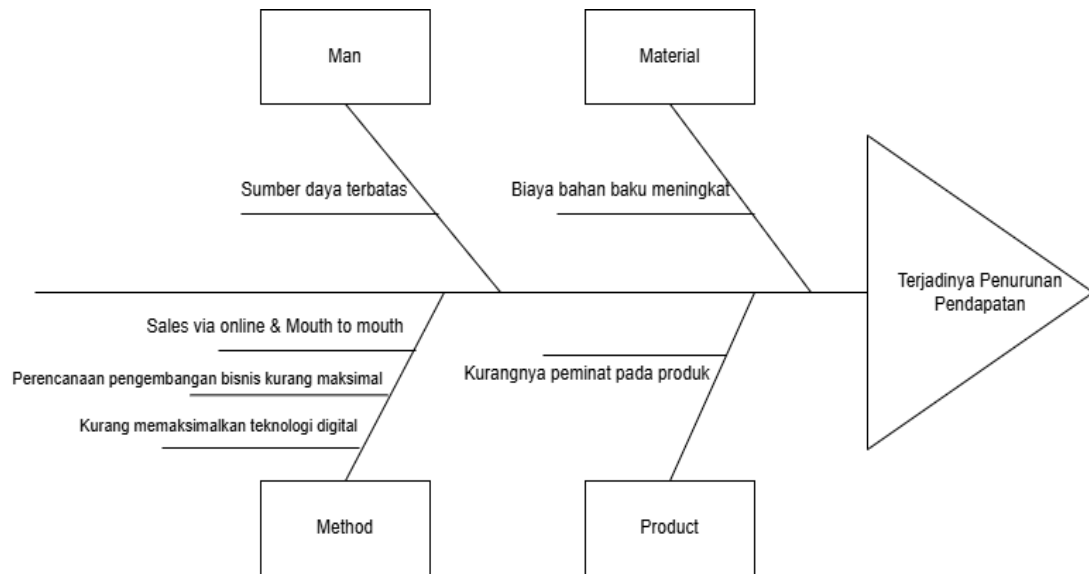
Gambar I. 4 *Social Media* Dapur Quwin



Gambar I. 5 Pendapatan 1 Tahun Terakhir

Sumber: (Owner Dapur Quwin)

Gambar I.5 menunjukkan pendapatan rincian pendapatan bersih seluruh produk usaha Dapur Quwin mulai dari masakan khas nusantara sejak tahun 2021 hingga 2024 di usaha Dapur Quwin. Dapat terlihat bahwa selama hampir 1 tahun terakhir pendapan bersih cenderung mengalami penurunan pada beberapa bulan terakhir. Pada bulan September 2023 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 13.750.000, Bulan Oktober 2023 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 13.860.000, bulan November 2023 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 11.890.000, Bulan Desember 2023 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 13.109.000, Bulan Januari mendapatkan pendapatan sebesar Rp 13.550.000, Bulan Februari 2024 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 11.450.000, Bulan Maret 2024 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 15.760.000, Bulan April 2024 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 16.325.000.



Gambar I.6 *Fishbone Diagram*

Gambar I.6 merupakan *fishbone diagram* dari permasalahan-permasalahan yang terjadi pada UMKM Dapur Quwin. Dari permasalahan yang dihadapi pada UMKM Dapur Quwin, telah didapatkan hasil pada *fishbone diagram* yang terdapat empat akar permasalahan, yaitu: *Man*, *Promotion Material*, Produk dimana dari setiap permasalahan yang ditemukan memiliki masalahnya sendiri. Berikut penjelasan dari setiap kategori pada gambar I.6, yaitu:

1. *Man*

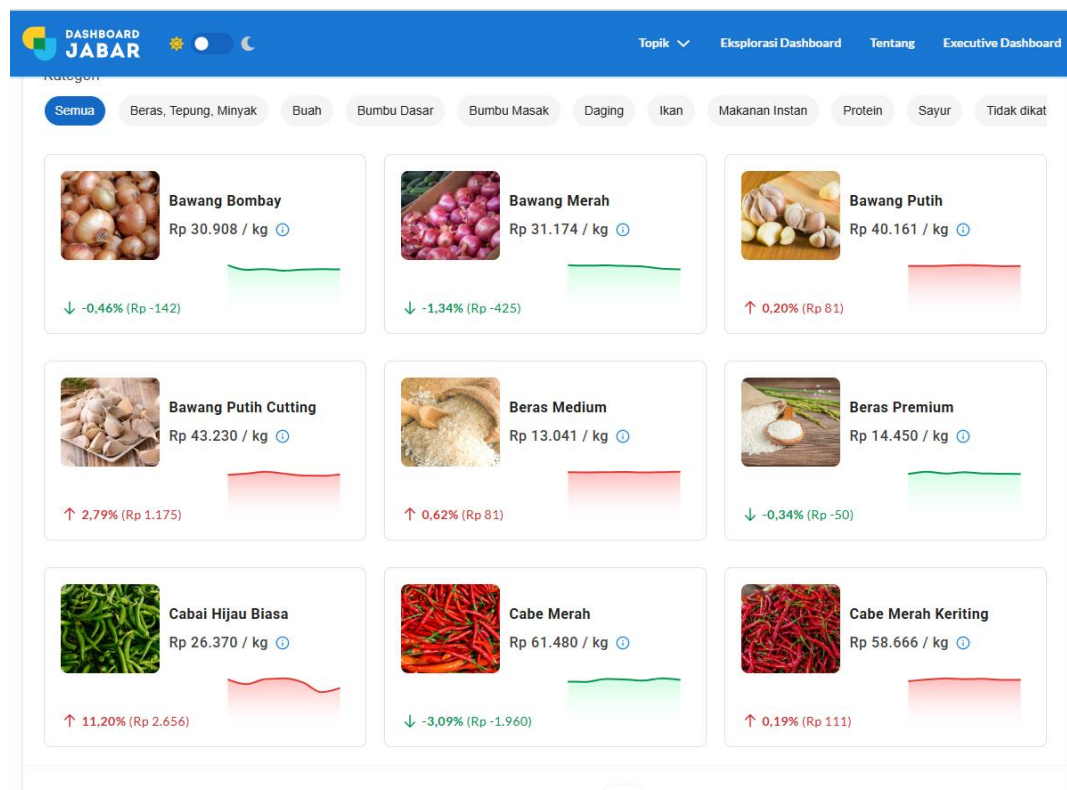
Dalam aspek Sumber Daya Manusia (SDM), Dapur Quwin menghadapi kendala signifikan. Saat ini, Dapur Quwin hanya didukung oleh 2-3 tenaga kerja, yang keberadaannya tidak selalu konsisten karena sebagian besar proses produksi masih mengandalkan bantuan dari keluarga atau kerabat dekat pemilik usaha. Kondisi ini mengakibatkan ketidakefektifan dalam pelayanan, sehingga seringkali tidak mampu memenuhi permintaan pesanan secara optimal.

2. *Method*

Pada aspek *method* kendala yang dihadapi adalah masih menggunakan *Mouth to Mouth* serta *sales via online*, karena masih UMKM baru dikarenakan orang tidak mengetahui apa yang dijual produknya. Dengan kendala yang dihadapi menjadi masalah bagi Dapurquwin.

3. *Material*

Berdasarkan pada aspek material kendala yang dihadapi adalah Biaya bahan baku meningkat, karena kenaikan harga memang terkadang tidak dibendung. Menjadi masalah bagi Dapurquwin dikarenakan dengan *cost production* yang meningkat akan membuat harga jual dari Dapurquwin menjadi meningkat secara tidak langsung, dan dapat mempengaruhi dari penjualan dari Dapurquwin.

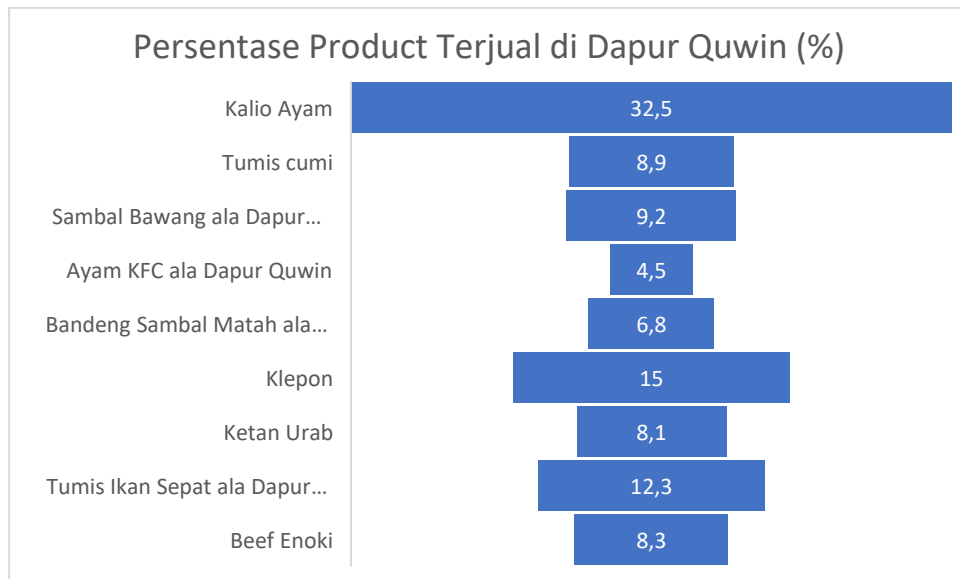


Gambar I. 7 Harga bahan baku *product*

(Sumber: Dashboard Jawa Barat, 2024)

4. *Product*

Pada aspek *product* kendala yang dihadapi adalah kurangnya peminat pada produk, karena orang-orang masih belum mengetahui apa yang saja jual untuk produk dari Dapur quwin. Masih kurang nya *research & development* dari Dapurquwin membuat kurangnya peminat dari product yang akan di jual oleh Dapurquwin.



Gambar I. 8 Persentase *Product* Terjual di Dapur Quwin

Sumber: (*Owner* Dapur Quwin)

Pada alternatif solusi dalam proses bisnis yang dijalankan Dapur Quwin saat ini terdapat beberapa penyebab yang menjadikan bisnis Dapur Quwin menjadi tidak efektif. Berikut merupakan daftar alternatif solusi yang disajikan pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Daftar Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Sumber daya terbatas	Penambahan sumber daya dan evaluasi
2	<i>Mouth to Mouth sales via online</i>	Perancangan dan pemanfaatan dalam media sosial
3	Biaya bahan baku meningkat	Mengganti atau mencari alternatif bahan baku dengan produk atau harga yang lebih murah
4	Kurangnya peminat pada produk	Perancangan Model Bisnis
5	Kurang memaksimal peran teknologi di zama digital sampai sekarang	
6	<i>Planning</i> untuk merencanakan pengembangan bisnis kurang maksimal	

Berdasarkan alternatif solusi yang tercantum dalam Tabel I.1, terdapat enam akar permasalahan utama yang dihadapi oleh Dapur Quwin, sebagaimana dianalisis melalui diagram fishbone. Permasalahan tersebut dapat diatasi dengan menerapkan satu alternatif solusi, yaitu Perancangan Model Bisnis. Setiap akar permasalahan yang teridentifikasi saling terkait dan berhubungan dengan elemen-elemen dalam model bisnis, yang pada akhirnya memengaruhi blok-blok lainnya dalam model tersebut. Oleh karena itu, solusi yang direkomendasikan untuk diterapkan oleh Dapur Quwin adalah merancang model bisnis yang komprehensif agar dapat mendukung perkembangan usaha secara berkelanjutan.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang serta langkah evaluasi model bisnis diatas, maka dapat dikatakan bahwa rumusan masalahnya adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana rancangan model bisnis Dapur Quwin saat ini?
2. Bagaimana strategi model bisnis untuk Dapur Quwin?
3. Bagaimana rancangan model bisnis usulan?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian tugas akhir adalah sebagai berikut:

1. Melakukan perancangan model bisnis saat ini dari Dapur Quwin.
2. Merumuskan model bisnis Dapur Quwin.
3. Melakukan perancangan model bisnis Dapur Quwin usulan.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian diharapkan dapat membantu Dapur Quwin untuk meningkatkan pendapatan.
2. Memberikan referensi model bisnis bagi industri sejenis.
3. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang membantu penelitian di masa yang akan datang.

I.5 Sistematika Penulisan

Berisi tentang sistematika dan penjelasan ringkas laporan penelitian yang terdiri dari Bab I sampai Bab VI dalam laporan penelitian.

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I ini penulis menjelaskan secara umum, ringkas, jelas, dan padat yang menggambarkan dengan tepat dan benar isi penelitian dari Dapur Quwin dengan latar belakang revenue yang masih fluktuatif.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab II ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Teori dan literatur pada bab ini akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian mengenai evaluasi model bisnis. Teori yang digunakan pada model bisnis Dapur Quwin yakni menggunakan pendekatan serta teori dari *Bussines Model Canvas* dan SWOT.

BAB III METOLOGI PERENCANAAN

Pada bab III ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian Dapur Quwin, merumuskan hipotesis, dan mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, merancang pengumpulan dan pengolahan data Dapur Quwin, merancang analisis pengolahan data dari Dapur Quwin.

BAB IV PERENCANAAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada Bab IV menjelaskan tentang proses dan metode penyelesaian masalah yang dikaji dalam pengumpulan data Dapur Quwin, pengolahan data Dapur Quwin dan perencanaan penyelesaian tugas akhir.

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada Bab V menganalisis dan mengevaluasi hasil desain yang dibahas dan diimplementasikan dalam tesis untuk menjawab pertanyaan dan mencapai tujuan. penelitian sesuai dengan urutan dan langkah-langkah pengerjaan. Pada bab ini Dapur Quwin fokus terhadap hasil dari rancangan penelitian.

BAB VI KESIMPULAN dan SARAN

Pada BAB VI menarik kesimpulan dari hasil analisis Dapur Quwin dan penelitian serta memberikan saran, termasuk rekomendasi bagi pelaku usaha. Pembaca dan peneliti selanjutnya sebagai kesimpulan penelitian.