

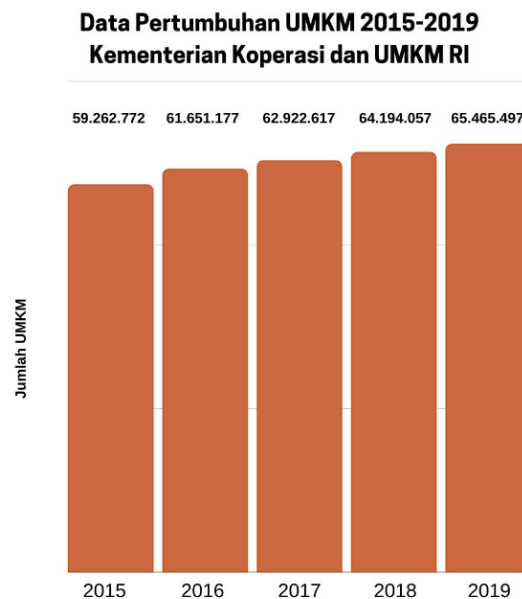
BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

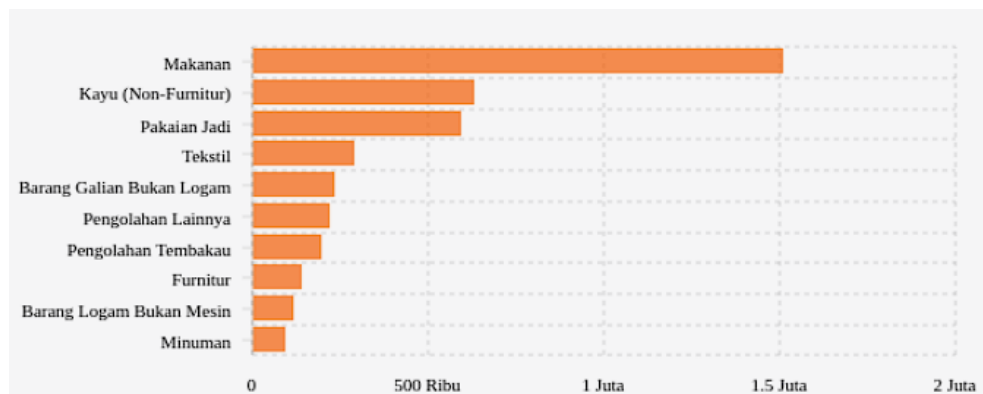
UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar pertumbuhan ekonomi. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM pada 1 Oktober 2022, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwa UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga dapat berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian.

Selain itu, jumlah UMKM juga mengalami peningkatan setiap tahunnya dari 2015 hingga 2019. Hal ini ditunjukkan oleh data dari Kementerian Koperasi dan UKM RI.



Gambar I. 1 Data Pertumbuhan UMKM

UMKM terbagi ke beberapa sektor mulai dari makanan, minuman, tekstil, dan lainnya. Sektor makanan menjadi cukup diminati bagi para penggerak UMKM. Hal ini ditunjukkan pada statistik data yang didapat dari Badan Pusat Statistik sebagai berikut.



Gambar I. 2 Data Sektor UMKM

Tabel diatas menunjukkan minat para pelaku usaha terhadap sektor makanan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha sektor makanan mencapai 1,51 juta unit usaha pada tahun 2020. Sektor paling dominan berikutnya adalah industri kayu dan barang dari gabus, rotan, dan bambu (non-furnitur) dengan jumlah 632 ribu unit usaha.

Dari banyaknya pelaku usaha yang mendirikan UMKM, masih banyak permasalahan yang harus dihadapi oleh UMKM. Permasalahan-permasalahan ini diungkapkan oleh Yustika (2005) yang berkaitan dengan permasalahan internal yaitu:

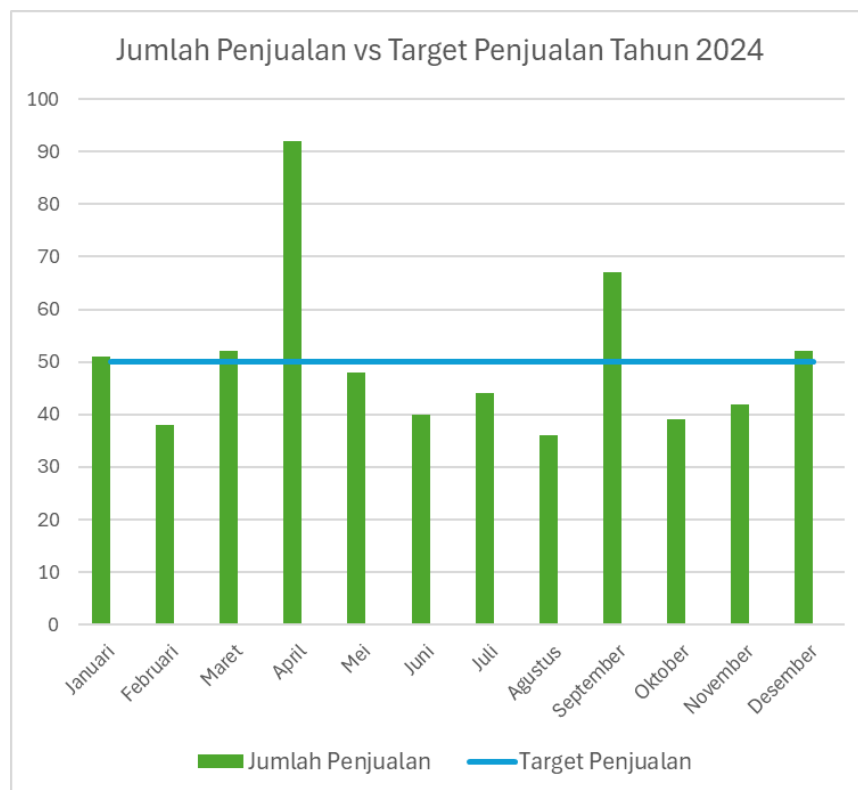
1. Rendahnya profesionalisme tenaga pengelola UMKM.
2. Keterbatasan permodalan dan kurangnya akses terhadap perbankan.
3. Kemampuan penguasaan teknologi yang masih kurang.

Permasalahan yang UMKM juga diungkapkan oleh Koncoro (2009) bahwa UMKM memiliki masalah dasar yaitu :

1. Kelemahan dalam memperoleh peluang pasar dan memperbesar pasar
2. Kelemahan dalam struktur modal dan keterbatasan untuk memperoleh jalur terhadap sumber permodalan
3. Kelemahan di bidang organisasi dan manajemen sumber daya manusia,
4. Keterbatasan jaringan usaha kerja sama antara pengusaha kecil
5. Iklim usaha yang kurang kondusif karena persaingan yang saling mematikan
6. Pembinaan yang dilakukan masih kurang terpadu dan kurangnya kepercayaan dan kepedulian masyarakat terhadap usaha kecil

Permasalahan diatas masih sering ditemui oleh UMKM sehingga dibutuhkan solusi dan strategi yang tepat untuk dapat menyelesaikan permasalahan tersebut. Salah satu UMKM yang juga menghadapi masalah tersebut ialah Maza Id.

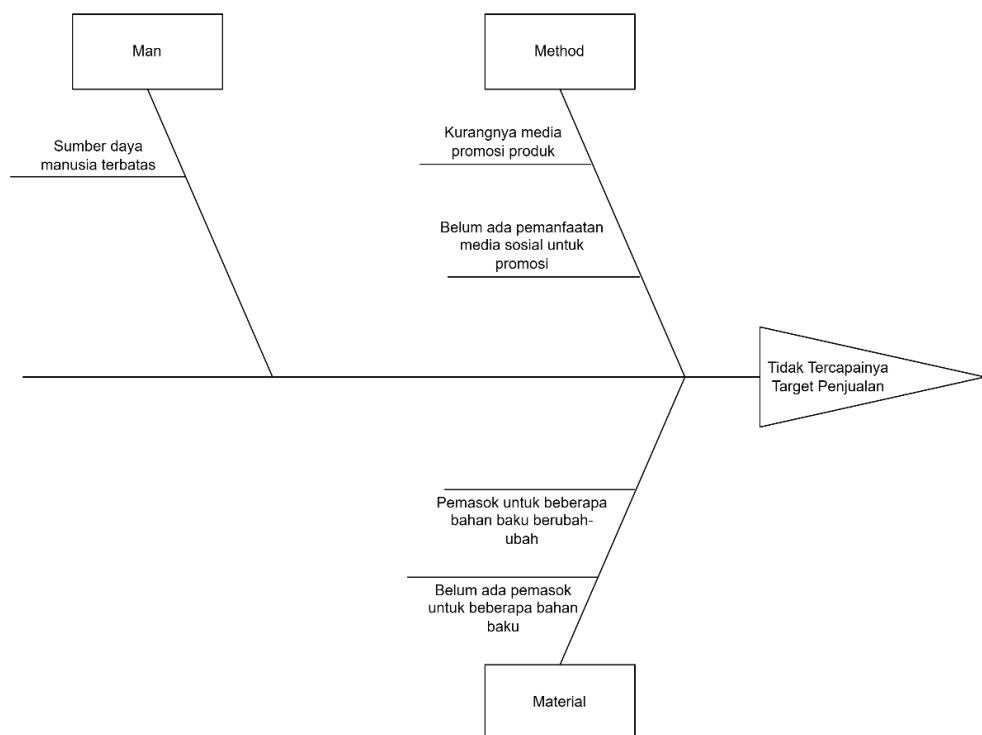
Maza Id merupakan salah satu UMKM yang ikut bergerak dalam sektor makanan. Maza Id berdiri sejak tahun 2020 dan bertempat di kota Bekasi, Jawa Barat. Produk utama yang dihasilkan dari Maza Id yaitu nasi kebuli instan, nasi briyani instan, dan juga bumbu instan. Harga yang dipasarkan pun beragam berikisar Rp.20.000 hingga Rp.40.000. Maza Id memasarkan produknya dengan cara *offline* berupa toko fisik maupun *online* dengan menggunakan toko *online*. Namun, Maza Id pun memiliki beberapa permasalahan yaitu ketidakstabilan dalam penjualan dan tidak tercapainya target penjualan. Ketidakstabilan bisnis itu sendiri disebabkan oleh tidak tercapainya target penjualan. Sesuai dengan data yang didapatkan dari wawancara yang dilakukan dengan pemilik, terdapat jarak antara target penjualan dan penjualan produk.



Gambar I. 3 Jumlah Penjualan vs Target Penjualan

Berdasarkan gambar yang menunjukkan perbedaan jumlah penjualan dengan target penjualan pada tahun 2024, jumlah penjualan terbanyak terjadi pada bulan April. Pada tahun 2024 dari bulan Januari hingga Desember masih banyak yang tidak mencapai target penjualan. Hal ini menunjukkan adanya penyebab permasalahan sehingga target penjualan tidak terpenuhi.

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, dilakukan identifikasi akar permasalahan yang menyebabkan target penjualan tidak tercapai. Identifikasi ini dilakukan dengan melakukan observasi, wawancara, dan analisis terhadap bisnis yang dijalankan. Sehingga akar permasalahan ditunjukkan pada diagram fishbone.



Gambar I. 4 *Fishbone Diagram*

Terdapat beberapa penyebab permasalahan sehingga Maza Id tidak dapat mencapai target penjualannya pada tahun 2022. Penyebab permasalahan terbagi menjadi tiga faktor yaitu faktor material, metode, dan manusia.

Pada faktor material, penyebab permasalahan ialah dikarenakan belum ada pemasok untuk beberapa bahan baku dan pemasok untuk beberapa bahan baku masih berubah-ubah. Beberapa bahan baku masih belum memiliki pemasok hingga sekarang sehingga mencari bahan baku dilakukan dengan mencari di pasar ataupun pusat perbelanjaan. Sementara itu, bahan baku beras sudah memiliki pemasok

namun sering mengalami pergantian pemasok. Hal ini menyebabkan biaya yang dikeluarkan untuk membeli material pun akan berubah-ubah sehingga mengakibatkan jumlah pendapatan maupun harga produk berubah dengan periode yang cukup cepat. Jika dilihat lebih dalam lagi, penyebab *supplier* berubah-ubah dikarenakan belum adanya standar pasti untuk mitra sehingga belum adanya kemitraan yang dilakukan dengan pihak pemasok.

Pada faktor manusia, penyebab terjadinya permasalahan ialah kurangnya sumber daya manusia baik itu dalam hal produksi maupun penjualan. Berdasarkan data yang didapatkan, hingga sekarang ini hanya ada dua orang yang melakukan. Pada faktor manusia, penyebab terjadinya permasalahan ialah kurangnya sumber daya manusia baik itu dalam hal produksi maupun penjualan. Pekerjaan dalam bisnis ini dilakukan termasuk oleh pemilik sendiri. Kurangnya jumlah sumber daya manusia menyebabkan tidak adanya sumber daya manusia yang bisa berfokus kepada bagian pemasaran.

Pada faktor metode, permasalahan muncul dikarenakan karena 2 hal yaitu kurangnya promosi produk dan belum ada pemanfaatan media sosial untuk promosi. Kurangnya promosi produk disebabkan oleh belum adanya keunikan maupun *branding* yang dapat diperlihatkan sehingga menarik banyak minat pelanggan. Hingga saat ini, promosi yang dilakukan oleh Maza Id hanya berupa toko *online* dan *offline*. Lalu, faktor kedua yaitu belum adanya pemanfaatan media sosial. Berdasarkan data yang didapatkan, belum ditemukan akun-akun media sosial yang dimiliki oleh usaha tersebut.

Berdasarkan faktor-faktor penyebab permasalahan yang sudah dijelaskan, Solusi alternatif yang dapat digunakan ialah membangun dan mengembangkan sebuah model bisnis yang tepat. Salah satu pengembangan dari model bisnis yang dapat dilakukan ialah dengan metode *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* dapat membantu dalam mengidentifikasi dan memahami setiap aspek penting dalam bisnis. Model bisnis ini juga membantu dalam analisa kekuatan, ancaman, peluang, dan kelemahan yang mempengaruhi bisnis. Melakukan analisis terhadap setiap aspek dalam *Business Model Canvas* akan memberikan evaluasi dan perbaikan yang dapat dilakukan untuk mengatasi permasalahan yang dihadapi. Setelah dilakukan analisis dan perbaikan, Maza Id diharapkan mampu untuk

membuat bisnis menjadi lebih stabil baik itu dalam hal penjualan maupun biaya yang dikeluarkan untuk menjalankan bisnis. Dari latar belakang permasalahan, penelitian Tugas Akhir ini ditujukan untuk mengevaluasi dan memperbaiki model bisnis eksisting lalu merancang usulan model bisnis pada Maza Id dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah dari Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis eksisting Maza Id jika dilakukan pemodelan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis eksisting menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana model bisnis usulan Maza Id jika dirancang menggunakan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian Tugas Akhir berdasarkan Rumusan Masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui model bisnis eksisting dengan menggunakan pemodelan *Business Model Canvas*
2. Untuk mengevaluasi model bisnis eksisting dengan metode analisis SWOT
3. Untuk memberikan usulan model bisnis yang telah dievaluasi menggunakan *Business Model Canvas*?

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari penelitian Tugas Akhir adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari Tugas Akhir membantu dalam peningkatan nilai jual bisnis
2. Hasil dari Tugas Akhir memberikan wawasan serta referensi bagi penelitian yang akan dilakukan selanjutnya.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan untuk penelitian Tugas Akhir secara struktural adalah sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisikan penjabaran latar belakang dan mengidentifikasi masalah, tujuan, manfaat, serta sistematika penulisan dari penelitian Tugas Akhir.

Bab II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab ini berisikan teori-teori yang berkaitan untuk digunakan sebagai landasan yang membantu dalam penyelesaian penelitian Tugas Akhir.

Bab III METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab ini berisikan langkah-langkah yang dilakukan dalam penyelesaian masalah Tugas Akhir. Hal ini meliputi sistematika perancangan serta batasan dan asumsi dalam Tugas Akhir.

Bab IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA SERTA PERANCANGAN MODEL BISNIS USULAN

Pada Bab ini berisikan proses pengumpulan data dan pengolahan data yang didapat sehingga dapat mencapai tujuan penelitian. Dalam Bab ini juga berisikan analisis SWOT serta perancangan model bisnis usulan.

Bab V ANALISIS

Pada Bab ini berisikan penjelasan dari analisis yang dilakukan terhadap tahapan validasi serta analisis hasil.

Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisikan kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang dilakukan.