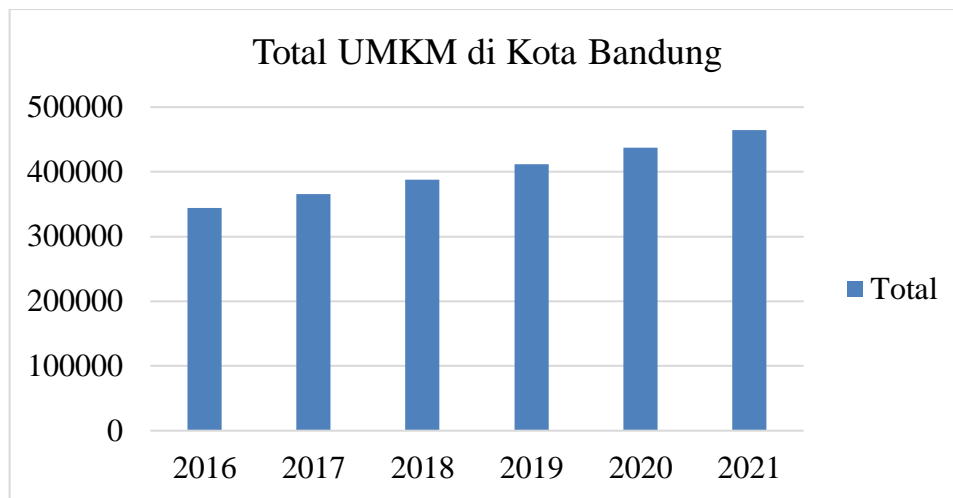


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

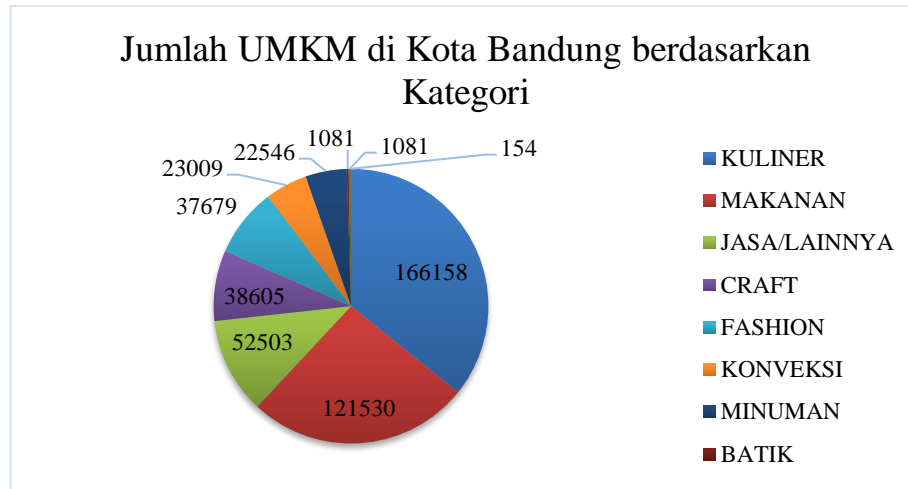
UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) merupakan salah satu bentuk usaha yang pemiliknya berupa perorangan atau dapat berupa badan usaha. Suatu usaha yang memenuhi kriteria untuk dikatakan sebagai usaha mikro sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan pada UU Nomor 20 Tahun 2008. Seiring berjalannya waktu, perkembangan UMKM semakin meningkat. Berdasarkan data dari Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, perkembangan UMKM di Kota Bandung mengalami kenaikan dari tahun 2016 hinggatahun 2021 seperti yang dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I. 1 Total Jumlah UMKM di Kota Bandung (Tahun 2016 – 2021)

(Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2022)

Berdasarkan Gambar I.1, UMKM di Kota Bandung mengalami peningkatan setiap tahunnya. Peningkatan jumlah UMKM per tahunnya mencapai lebih dari 20.000 unit. Dengan pertumbuhan yang meningkat setiap tahunnya, munculnya banyak usaha yang menjual produk dengan kategori yang sama. Kategori usaha yang dicatat oleh Dinas Koperasi dan Usaha Kecil dari tahun 2017 – 2021 di Kota Bandung dapat dilihat pada Gambar I.2.

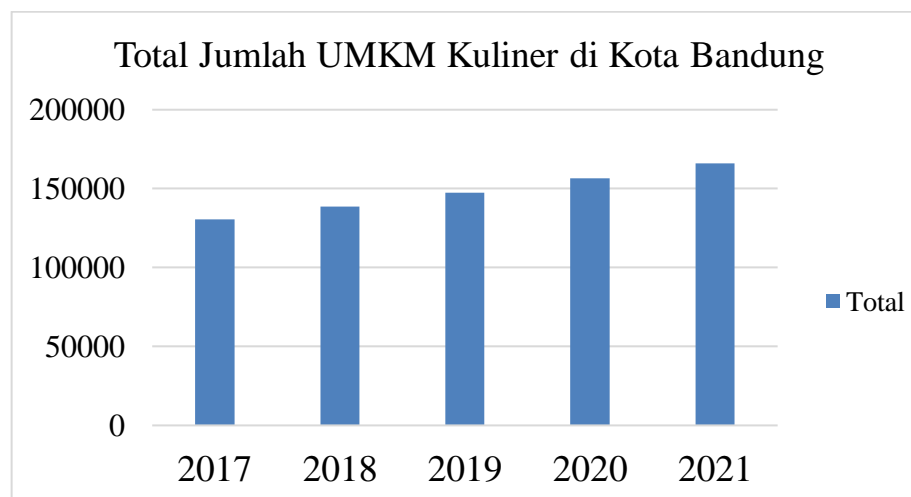


Gambar I. 2 Jumlah UMKM di Kota Bandung berdasarkan Kategori (2021)

(Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2022)

Berdasarkan Gambar I.2, tiga kategori usaha yang paling banyak di Kota Bandung yaitu usaha kuliner dengan jumlah sebanyak 166.518 unit, usaha makanan dengan jumlah sebanyak 121.530 unit, dan usaha jasa/lainnya dengan jumlah sebanyak 52.503.

UMKM kuliner merupakan usaha yang bergerak dalam usaha makanan kuliner siap saji, sementara UMKM makanan merupakan usaha yang bergerak dalam usaha kemasan olahan makanan, dan UMKM jasa/lainnya merupakan usaha yang bergerak dalam usaha jasa atau lainnya. Perkembangan UMKM Kuliner di Kota Bandung dapat dilihat pada Gambar I.3



Gambar I. 3 Jumlah UMKM Kuliner di Kota Bandung

(Dinas Koperasi dan Usaha Kecil, 2022)

Berdasarkan Gambar I.3, peningkatan usaha kategori kuliner di Kota Bandung terus meningkat setiap tahun. Peningkatan UMKM kategori kuliner mencapai lebih dari 8000 unit setiap tahunnya. Usaha kuliner merupakan usaha menjual makanan maupun minuman hingga penyajian ke konsumen, dapat berupa tempat makan tradisional, kedai kopi, maupun toko kue.

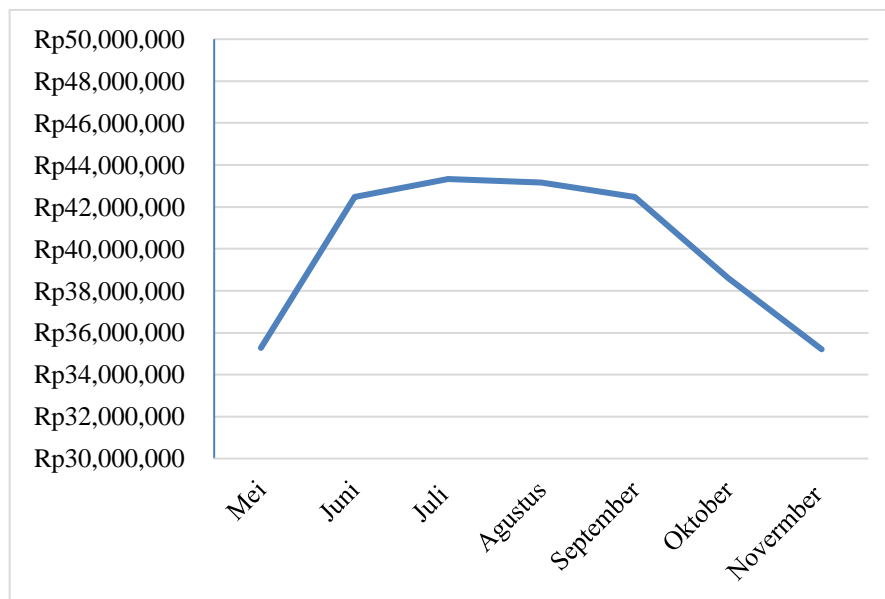
La Vie En Rose merupakan UMKM yang bergerak di bidang kuliner, produk yang menjadi fokus penjualannya yaitu donat dan kue dengan varian khusus seperti pada Gambar I.4. Selain itu, mereka juga menjual minuman sebagai hidangan pendamping. La Vie En Rose berlokasi di Jl. Cimbuleuit no. 107, Kota Bandung. Lokasi toko berada dekat dengan kampus salah satu universitas di Kota Bandung dan merupakan salah satu daerah yang sering dikunjungi wisatawan.



Gambar I.4 Produk La Vie En Rose

(Website La Vie En Rose, 2021)

Data pada Gambar I.5 menunjukkan terjadinya penurunan pendapatan yang dialami oleh La Vie En Rose di mulai dari bulan September 2022 hingga November 2022. La Vie En Rose berdiri pada tahun 2021 saat pandemi Covid-19 sedang marak terjadi. Sebelumnya, donat sudah dikenal oleh masyarakat dan terdapat kompetitor yang sudah berdiri sejak lama. Kini, banyak pula kompetitor yang mulai bermunculan dengan produk yang serupa. Permasalahan yang terjadi perlu ditangani agar usaha La Vie En Rose tetap berjalan dengan persaingan yang semakin ketat. Dalam menanganinya, diperlukan proses untuk pemecahan masalah tersebut yaitu dengan pemetaan model bisnis.



Gambar I.5 Pendapatan La Vie En Rose bulan Mei – Nov 2022

(Data Internal La Vie En Rose, 2022)

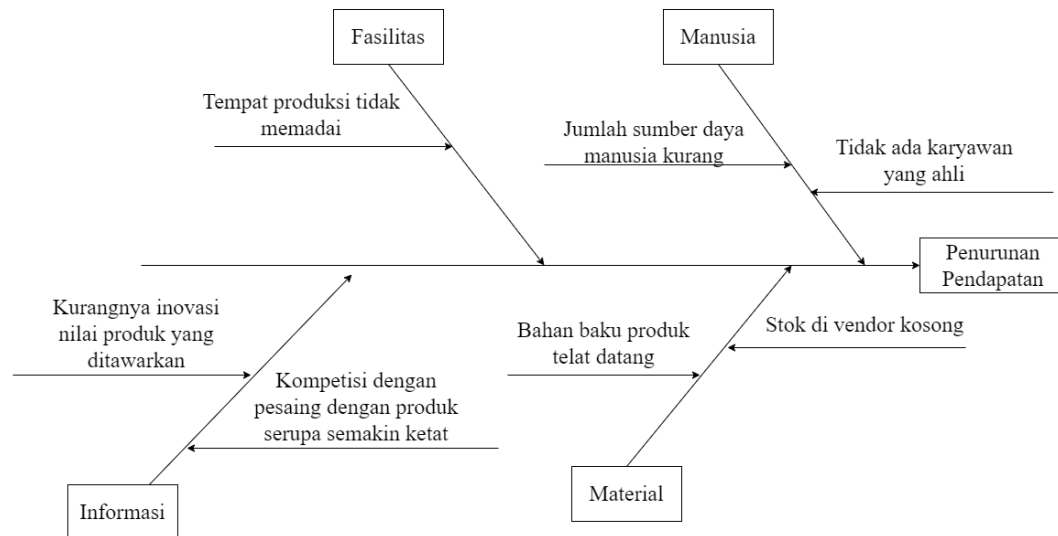
Business model canvas (BMC) adalah sebuah alat untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan mendesain model bisnis dari suatu perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Bisnis model kanvas membantu La Vie En Rose memetakan permasalahan yang ada dan mencegah permasalahan di masa depan dengan 9 blok BMC yaitu *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relation*, *Revenue Streams*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*.

Menurut hasil wawancara secara langsung dengan pemiliknya, La Vie En Rose mengalami penurunan pendapatan yang disebabkan dari beberapa permasalahan.

Berikut merupakan identifikasi permasalahan yang dihadapi oleh La Vie En Rose:

- a. Persaingan dalam UMKM kuliner semakin meningkat setiap tahunnya, semakin banyak pula pesaing yang menjual produk serupa dengan La Vie En Rose dan memiliki segmen pelanggan yang serupa. Perlu adanya perencanaan strategi baru dalam penentuan segmen pelanggan yang dapat meningkatkan pendapatan.
- b. Saat ini, salah satu keunggulan yang dimiliki oleh La Vie En Rose adalah rasa dari produknya yang tidak terlalu manis. Namun, persaingan yang semakin ketat dalam UMKM kuliner memerlukan adanya rencana perencanaan strategi yang dapat meningkatkan *Value Proposition* dari La Vie En Rose.
- c. Pendapatan La Vie En Rose berasal dari pendapatan toko utama dan toko CASA. Namun, pendapatan dari toko mengalami penurunan karena munculnya kompetitor di sekitar toko yang memiliki kemiripan konsep. Kemudian, pendataan mengenai pendapatan pun masih belum tertata sehingga menyulitkan La Vie En Rose untuk mengetahui kekurangan sumber dayanya.
- d. Sumber daya di toko masih kurang, terutama sumber daya manusia dalam produksi, administrasi, dan finansial. Terdapat 3 *baker* yang bekerja, namun masih kurang memiliki wawasan dalam proses produksinya. Selain itu, tempat produksi makanan dan minuman yang dimiliki tidak memadai karena masih bergabung dengan toko penjualan sehingga menyebabkan terganggunya produksi setiap harinya.
- e. Saat ini La Vie En Rose memiliki *supplier* dari beberapa vendor, bahan produksi yang diperlukan didapatkan dari vendor yang berbeda-beda. Namun, mitra yang bekerja sama saat ini sering mengalami keterlambatan kedatangan sehingga membuat stok produk kosong dan berakibat kepada aktivitas yang dilakukan.

Permasalahan yang telah dijabarkan di atas, dapat digambarkan dengan menggunakan *fishbone diagram* pada Gambar I.6



Gambar I. 6 *Fishbone Diagram* Analisis Akar Permasalahan

Mengetahui hal tersebut, La Vie En Rose memerlukan tindakan untuk menangani permasalahan yang dihadapi dengan mengevaluasi bisnis model agar tetap bisa berdiri dan bersaing diantara kompetitor lainnya. Agar strategi bisnis yang sesuai dapat tercapai dan didapatkan usulan rancangan model bisnis baru, maka dilakukan analisis lingkungan dan analisis SWOT. Dalam mengevaluasi dan merancang bisnis modelnya, digunakan *Blue Ocean Strategy* pada penelitian ini karena melihat persaingan yang sangat ketat dalam bisnis UMKM Kuliner. Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul “Evaluasi dan Rancangan Usulan Model Bisnis pada La Vie En Rose dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*.”

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan identifikasi akar permasalahan yang telah dipetakan pada *fishbone diagram* Gambar I.6, didapatkan beberapa alternatif solusi pada Tabel I.1.

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Jumlah sumber daya manusia kurang	Penambahan karyawan yang sesuai dengan kebutuhan
2	Tidak ada karyawan yang ahli	
3	Tempat produksi tidak memadai	Perancangan pabrik produksi
4	Bahan baku produk telat datang	Mengubah mitra pemasok bahan baku

Tabel I. 2 Alternatif Solusi (Lanjutan)

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
5	Stok di vendor kosong	Mengubah mitra pemasok bahan baku
6	Kurangnya inovasi nilai produk yang ditawarkan	Perancangan model bisnis
7	Kompetisi dengan pesaing dengan produk serupa semakin ketat	

I.3 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis La Vie En Rose saat ini dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana rancangan usulan model bisnis pada La Vie En Rose menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dengan menggunakan *Blue Ocean Strategy*?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan evaluasi terhadap model bisnis eksisting La Vie En Rose
2. Membuat rancangan model bisnis untuk La Vie En Rose dengan pendekatan *business model canvas*

I.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti
Menambah wawasan dan melaksanakan pengaplikasian pengetahuan mengenai model bisnis menggunakan *Business Model Canvas*
2. Bagi Objek Penelitian
Sebagai referensi untuk pertimbangan kelangsungan bisnis La Vie En Rose

I.5 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini memuat penjelasan mengenai referensi atau studi literatur yang digunakan dan dapat mendukung penelitian.

Bab III Metodologi Penyelesaian

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam melakukan penelitian.

Bab IV Pengolahan Dan Pengumpulan Data

Bab ini menjelaskan tentang proses pengumpulan data dan pengolahan data secara rinci.

Bab V Analisis dan Perancangan Model Bisnis

Bab ini akan menjelaskan hasil dari pengolahan data yang didapat dari bab sebelumnya, kemudian dilakukan analisis SWOT dan perancangan usulan model bisnis menggunakan *blue ocean strategy*

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi kesimpulan yang didapatkan setelah melakukan penelitian dan saran untuk objek penelitian.