

BAB I PENDAHULUAN

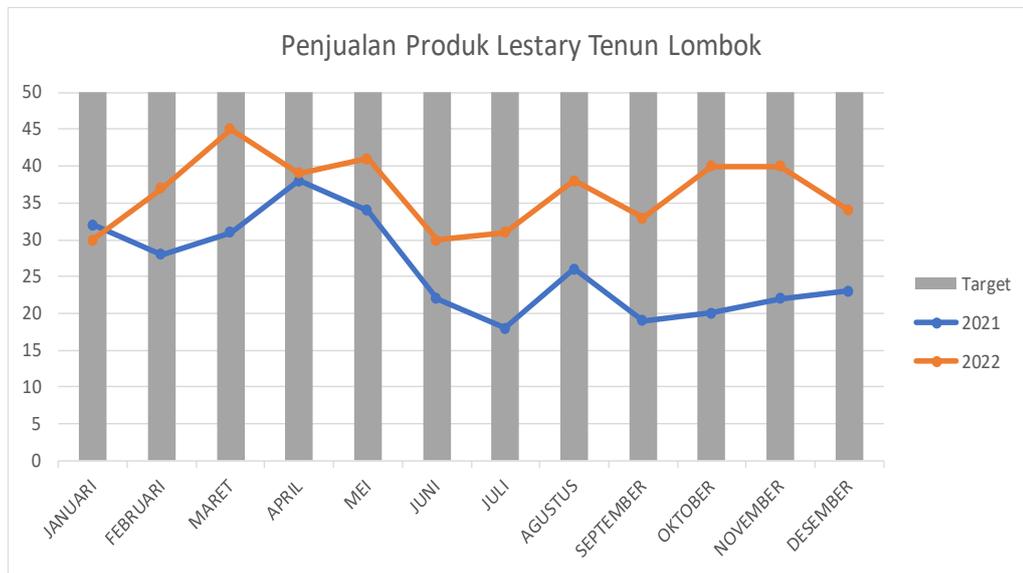
I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak perekonomian di Indonesia. Hal ini disebabkan karena UMKM memiliki *fleksibilitas* dan kemampuan menyesuaikan diri terhadap kondisi pasar yang berubah dengan cepat. Kementerian Koperasi dan UKM mencatat bahwa jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit. Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia. Sementara, usaha berskala besar hanya sebanyak 5.637 unit atau setara 0,01%. Secara rinci, sebanyak 64,6 juta unit merupakan usaha mikro. Jumlahnya setara dengan 98,67% dari total UMKM di seluruh Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan usaha kecil. Proporsinya sebesar 1,22% dari total UMKM di dalam negeri. Sementara, usaha menengah hanya sebanyak 65.465 unit. Jumlah itu memberi andil sebesar 0,1% dari total UMKM di Indonesia.

Kementerian Perindustrian (Kemenperin) mengategorikan industri kain tenun ke kategori industri pengolahan dengan Sektor industri tekstil dan pakaian. Sektor industri tekstil dan pakaian berkontribusi terhadap PDB industri pengolahan non-migas di tahun 2020 sebesar 6,76%. Di samping itu, secara kumulatif, nilai ekspor industri tekstil dan pakaian jadi sepanjang tahun 2020 mencapai USD10,62 miliar. Sedangkan pada periode Januari-Juni 2021, ekspor industri tekstil dan pakaian jadi menembus angka USD5,86 miliar. Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa industri tekstil dan pakaian tenun memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Salah satu UMKM yang bergerak pada sektor penghasil kain tenun yaitu UMKM Lestary tenun Lombok. UMKM lestary tenun Lombok berada di Jalan Jendral Sudirman no. 11, Rembiga, Kota Mataram, Nusa Tenggara Barat. Lestary tenun Lombok berdiri sejak tahun 2019. Produk yang dihasilkan dari tenun ini adalah dress, blouse, kemeja dan kain tenun. Lestary tenun Lombok memetakan target pasar yaitu warga Nusa Tenggara Barat dengan rentan usia 17-55 tahun. Untuk

harga produk yang ada di lestary tenun Lombok beragam mulai dari Rp.300.000-Rp.2.000.000 dan untuk kain tenunnya dimulai dari Rp.1.000.000-Rp.11.0000.000. Saat ini Lestary tenun Lombok memasarkan produknya secara *offline* dengan toko fisik dan *online* menggunakan sosial media seperti Instagram dan Facebook. Namun, terdapat beberapa permasalahan yang dihadapi oleh lestary tenun Lombok. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik lestary tenun Lombok, adapun kendala yang dialami adalah tidak tercapainya target penjualan yang telah ditentukan. Berikut merupakan data penjualan produk lestary tenun Lombok.



Gambar I.1 Grafik Penjualan produk lestary tenun lombok

Sumber: Pemilik Lestary tenun Lombok

Seperti yang terlihat pada Gambar I.1 menunjukkan grafik penjualan produk pada lestary tenun Lombok pada Januari 2021 hingga Desember 2022 menampilkan bahwa penjualan pada produk dress, blouse, kemeja, dan kain tenun mengalami fluktuatif dengan penjualan tertinggi pada bulan Maret, Mei, dan Agustus. Penjualan ini dapat meningkat disebabkan oleh adanya event Hari raya Idul Fitri, dan Hari kemerdekaan Indonesia.

Tabel I.1 Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Tahun 2021

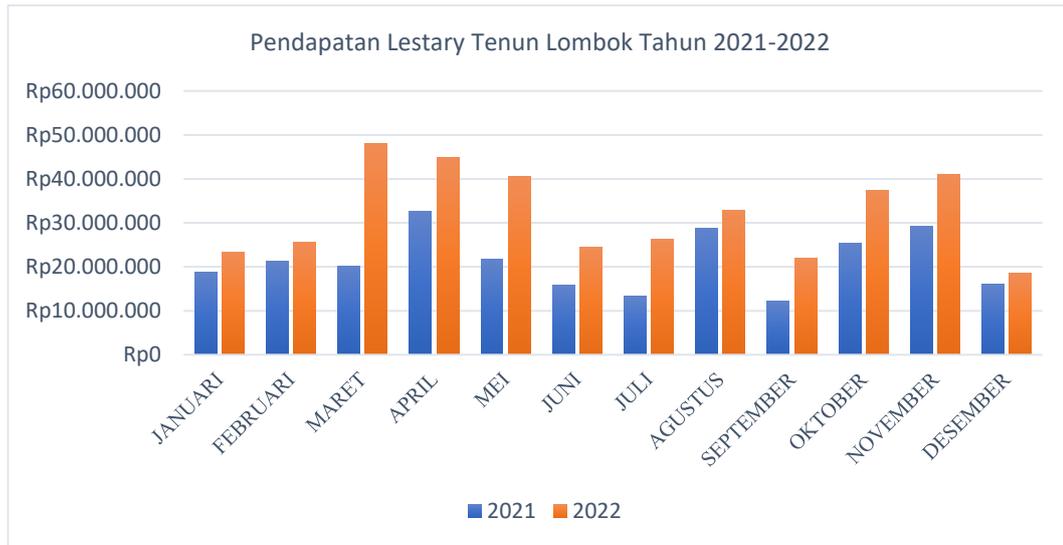
Produk	Tahun 2021	
	Target	Realisasi
Dress	120	75

Blouse	120	71
Kemeja	180	105
Kain Tenun	180	58

Tabel I.2 Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Tahun 2022

Produk	Tahun 2022	
	Target	Realisasi
Dress	120	95
Blouse	120	83
Kemeja	180	141
Kain Tenun	180	119

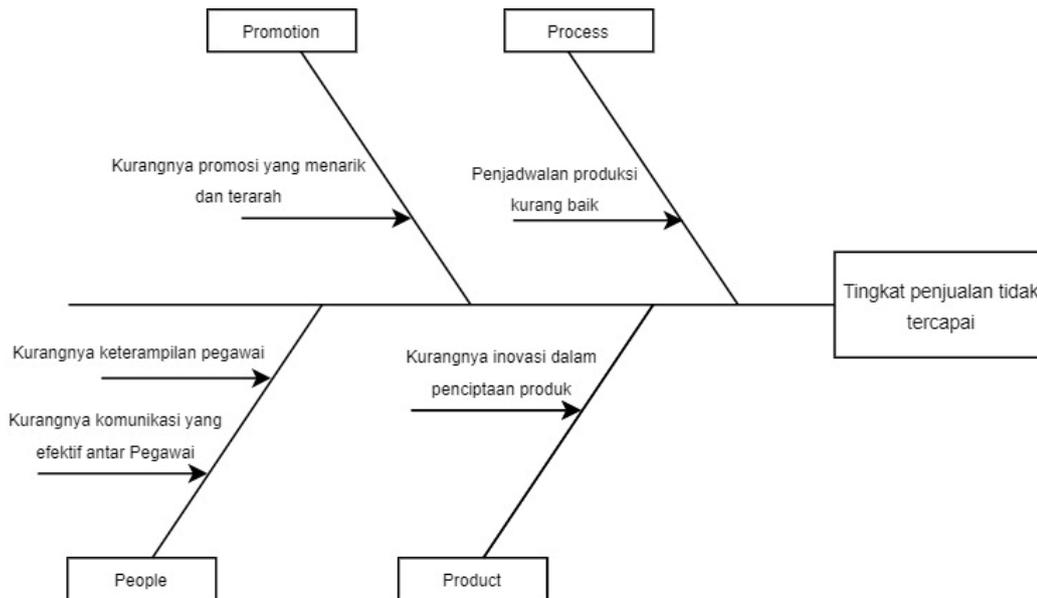
Berdasarkan Tabel I.1 terdapat perbandingan antara target dan realisasi penjualan per tahun 2021 dan 2022 pada setiap produk. Pada produk dress, target penjualan sebesar 120 pieces per tahun namun yang terealisasi hanya terjual sebesar 75 pieces. Untuk produk Blouse, target penjualan 120 pieces, namun yang terealisasi hanya 71 pieces. Pada produk Kemeja, target penjualan 180 pieces, namun yang terealisasi hanya 105 pieces. Sedangkan untuk kain tenun, target penjualan 180 pieces namun yang terealisasi hanya 58 pieces. Selain itu, dalam Tabel I.2 Perbandingan target dan realisasi penjualan tahun 2022 pada setiap produknya dress, target penjualan sebesar 120 pieces per tahunnya namun yang terealisasi hanya terjual sebesar 95 pieces. Untuk produk Blouse, target penjualan 120 pieces, namun yang terealisasi hanya 83 pieces. Pada produk Kemeja, target penjualan 180 pieces, namun yang terealisasi hanya 141 pieces. Sedangkan untuk kain tenun, target penjualan 180 pieces namun yang terealisasi hanya 119 pieces. Ketidackapaian antara target dan realisasi penjualan ini berpotensi mempengaruhi pendapatan yang diperoleh Lestary tenun Lombok. Berikut merupakan data pendapatan Tahun 2021 hingga 2022 Lestary Tenun lombok yang terlampir pada gambar I.2 Data Pendapatan Lestary Tenun Lombok.



Gambar I.2 Data Pendapatan Lestary Tenun Lombok

Sumber: Pemilik Lestary tenun Lombok

Berdasarkan Tabel I.1 Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Tahun 2021 dan Tabel I.2 Perbandingan Target dan Realisasi Penjualan Tahun 2022 dan Gambar I.2 Data Pendapatan Lestary Tenun Lombok diidentifikasi bahwa Lestary tenun lombok tidak dapat mencapai target penjualan yang telah ditentukan perbulannya. Berdasarkan identifikasi akar masalah yang dilakukan dengan wawancara bersama pemilik Lestary tenun lombok, observasi dan analisis target serta pendapatan, maka diketahui bahwa tidak tercapainya target penjualan dapat disebabkan oleh beberapa hal. Berikut ini merupakan akar permasalahan yang digambarkan melalui diagram *fishbone*:



Gambar I.3 *Fishbone Diagram* Lestary tenun Lombok

Sumber: Wawancara bersama pemilik Lestary tenun Lombok

Terdapat beberapa permasalahan yang menyebabkan Lestary tenun Lombok tidak tercapainya target penjualan. Pada faktor *process* yaitu penjadwalan produksi kurang baik yang disebabkan karena ketidakseimbangan antara produksi dan permintaan, yang bisa mengakibatkan stok berlebih atau kekurangan bahan baku. Tidak adanya sistem penjadwalan ini dapat mempengaruhi loyalitas pelanggan, memungkinkan mereka untuk beralih kepada pihak lainnya. Hal ini akan berakibat tingkat penjualan pada Lestary Tenun Lombok akan menurun. Kemudian pada faktor *product* yaitu kurangnya inovasi dalam penciptaan produk-produk pada lestary tenun lombok yang tidak mengalami perkembangan atau perubahan yang signifikan dari waktu ke waktu. Kurangnya variasi dan model ini membuat pelanggan kurang tertarik akan produk yang dihasilkan. Karena pelanggan selalu mencari produk yang segar, menarik, dan sesuai dengan tren terkini.

Pada faktor *promotion* yang diakibatkan karena lestary tenun Lombok tidak optimal mengelola social media dengan baik sehingga promosi yang dilakukan belum menarik minat para pelanggan. Saat ini Lestary tenun lombok aktif pada platform Instagram dan Facebook yang digunakan sebagai saluran pemasaran. Namun, penggunaan Instagram oleh Lestary tenun lombok saat ini belum dimaksimalkan dengan baik. Hal ini dilihat dari video/reels dengan terbanyak mencapai 1.160 *view*.

Komentar untuk setiap unggahan tergolong masih sedikit, dengan jumlah antara 0-10 komentar untuk setiap unggahannya . Begitu pula dengan *like* berkisar antara 5-25 *like* per unggahan. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat potensi untuk meningkatkan keterlibatan dengan pelanggan dengan menyajikan konten yang lebih relevan dan menarik. Dan pada faktor *people* yaitu kurangnya keterampilan pegawai dalam proses produksi dapat mempengaruhi kualitas produk yang dihasilkan. Saat ini hanya ada 2 pegawai yang dapat menenun. Hal ini perlu adanya pelatihan atau pengembangan dalam menenun sehingga dapat menghasilkan produk yang lebih bervariasi dan berkualitas. Serta komunikasi antar pegawai yang kurang baik dapat menyebabkan target penjualan tidak tercapai. Hal ini diakibatkan para pegawai kurang koordinasi antar pekerjaan yang dilakukan.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan tersebut memerlukan penyelesaian dengan melakukan inovasi yang berfokus pada 9 elemen *Business Model Canvas*. Dengan memvisualisasikan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* pemilik Lestary Tenun Lombok dapat dengan mudah memahami semua aspek bisnis. *Business Model Canvas* dapat membantu dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan bisnis serta melihat peluang dan ancaman yang mungkin ada. Selain itu *Business Model Canvas* dilakukan dengan mengevaluasi dan memperbaiki model bisnis dan memperkecil akan resiko gagal dalam bisnis serta diharapkan dapat menarik minat pelanggan dalam membeli produk Lestary Tenun Lombok. Berdasarkan dari uraian tersebut, maka penelitian ini melakukan evaluasi dan perancangan usulan model bisnis pada lestary tenun lombok dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.2 Rumusan Masalah

Berikut ini adalah rumusan masalah dari Tugas Akhir adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Model bisnis Lestary Tenun Lombok saat ini jika dipetakan dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis Lestary Tenun Lombok menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana usulan model bisnis Lestary Tenun Lombok jika dirancang dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Berikut merupakan tujuan penelitian dari Tugas Akhir ini berdasarkan rumusan masalah adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui bagaimana model bisnis Lestary Tenun Lombok saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk mengevaluasi model bisnis Lestary Tenun Lombok dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Untuk memberikan usulan model bisnis Lestary Tenun Lombok dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat Tugas Akhir yang diharapkan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil Tugas Akhir ini dapat membantu meningkatkan kinerja bisnis Lestary Tenun Lombok
2. Hasil Tugas Akhir ini dapat memberikan wawasan, referensi, dan sumber informasi bagi penelitian Tugas Akhir selanjutnya.

I.5 Sistematika Penulisan

Secara struktural, Tugas Akhir ini memiliki uraian sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I PENDAHULUAN

Pada Bab ini, penulis menjabarkan tentang latar belakang penelitian dan mengidentifikasi masalah pada objek penelitian yaitu Lestary Tenun Lombok, rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

Bab II LANDASAN TEORI

Pada Bab ini berisi dasar teori yang berhubungan dengan tugas akhir pada Lestary Tenun Lombok yang akan digunakan sebagai landasan dalam penyelesaian penelitian. Landasan teori ini mengenai *Business Model Canvas*.

Bab III METODOLOGI PENYELESAIAN MASALAH

Pada Bab ini berisi mengenai langkah-langkah penyelesaian masalah yang digunakan untuk menyelesaikan tugas akhir sesuai dengan tujuan dari permasalahan yang dibahas sebagai kerangka utama. Komponen pada bab ini meliputi sistematika perancangan, batasan dan asumsi tugas akhir.

Bab IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA SERTA PERANCANGAN MODEL BISNIS

Pada Bab ini berisi bagian proses pengumpulan dan pengolahan data tersebut sehingga dapat mencapai tujuan penelitian. Di dalam bab ini dilakukan analisis SWOT dan perancangan model bisnis usulan.

Bab V ANALISIS

Pada Bab ini menjelaskan mengenai analisis yang dilakukan mengenai tahapan validasi serta analisis hasil.

Bab VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan pemberian saran pada penelitian tugas akhir ini.