

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sekitar 95% dari total unit usaha di dunia merupakan SMEs (*Small and Medium Enterprises*) atau UMKM, yang menyediakan lapangan kerja bagi 60% dari total tenaga kerja, dan memberikan kontribusi terhadap hampir 50% *Gross Domestic Product* (GDP). UMKM hampir menguasai lebih dari 90% dari total unit usaha di sejumlah negara, baik negara maju maupun negara berkembang. Pada tahun 2008, sebanyak 99% dari total unit usaha yang ada di China merupakan SMEs atau UMKM dan mampu menyerap 75% dari total tenaga kerja, serta berkontribusi sebesar 60% terhadap GDP dan 68% terhadap ekspor. Di India pada tahun 2012, lebih dari 90% dari total unit usaha merupakan UMKM dan berkontribusi sebesar 40% dari total ekspornya. Begitu juga halnya dengan di Jepang pada tahun 2007, dimana sebesar 99,7% dari total unit usahanya merupakan UMKM dan menyerap hampir 69% dari total tenaga kerja, serta berkontribusi sebesar 53% terhadap PDB. Di Korea Selatan pada tahun 2009, sebesar 99,9% dari total unit usahanya merupakan UMKM dan menyerap sekitar 75% dari total tenaga kerja, serta berkontribusi sekitar 60% terhadap PDB. Sedangkan di Singapura, 99% dari total unit usahanya merupakan UMKM dan menyerap sekitar 70% dari total tenaga kerja (7 dari 10 pekerja berada di sektor UMKM), serta berkontribusi sebesar 60% terhadap PDB. Malaysia, pada tahun 2012, memiliki UMKM sebanyak 99,2% dari total unit usahanya dan menyerap 56% tenaga kerja, serta berkontribusi sebesar 32% terhadap PDB dan sebesar 19% terhadap Ekspor. Begitu juga dengan Thailand, pada tahun 2010 Thailand memiliki UMKM sebanyak 99,8% dari total unit usahanya, serta berkontribusi sebesar 37,1% terhadap PDB dan sebesar 28,4% terhadap Ekspor. Sedangkan di Filipina pada tahun 2009, sebanyak 99,6% dari total unit usahanya merupakan UMKM yang mampu menyerap 61,2% tenaga kerja dan berkontribusi terhadap 35,7% PDB.(depkop.go.id). Kabupaten Bandung merupakan salah satu Kabupaten yang ada di Provinsi Jawa Barat. Berdasarkan kondisi geografisnya, Kabupaten Bandung terletak pada koordinat 1070 22' - 1080-50 Bujur Timur dan 60 41' - 70 19' Lintang Selatan. Wilayah ini terletak di

wilayah dataran tinggi dengan luas wilayah keseluruhan 176.238,67 Ha. Adapun sebagian besar wilayahnya berada diantara bukit-bukit dan gunung-gunung yang mengelilingi Kabupaten Bandung (Pemerintah Provinsi Jawa Barat, 2017).

UMKM Mitra Bahtera adalah salah satu UMKM peternak ikan lele yang berada di Soreang Kabupaten Bandung. Saat ini, UMKM Mitra Bahtera ini memiliki 3 kolam ikan lele. Produk yang ditawarkan oleh UMKM Mitra Bahtera adalah hanya berupa produk ikan lele mentah saja. UMKM Mitra Bahtera ini dikelola oleh Bapak Rezky Riandi, yaitu merupakan pemilik dari usaha ini. Saat ini, UMKM Mitra Bahtera yang berdiri pada 27 september 2016 ini, tercatat memiliki 3 anggota yang terdaftar dalam grup UMKM Mitra Bahtera ini.

Ikan lele (*Clarias sp*) saat ini merupakan salah satu komoditi perikanan yang memiliki prospek cukup baik untuk dikembangkan sebagai ikan konsumsi. Hal ini dikarenakan ikan lele tidak hanya untuk konsumsi rumah tangga semata dan memenuhi permintaan pedagang pecel lele, tapi juga telah menjadi salah satu menu utama di restoran-restoran besar. Selama ini, ikan lele menyumbang lebih dari 10% produksi perikanan budidaya nasional dengan tingkat pertumbuhan mencapai 17 hingga 18%. Departemen Kelautan dan Perikanan (DKP), menetapkan ikan lele sebagai salah satu komoditas budidaya ikan air tawar unggulan di Indonesia. Perkembangan produksi ikan lele selama lima tahun terakhir juga telah menunjukkan hasil yang sangat signifikan, yaitu sebesar 21,82% per tahun. Kenaikan rata-ratanya setiap tahun sebesar 39,66% (Wijaya, 2014). Adapun kenaikan produksi ikan lele per tahun ini dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Volume Produksi Lele Tahun 2009 -2013

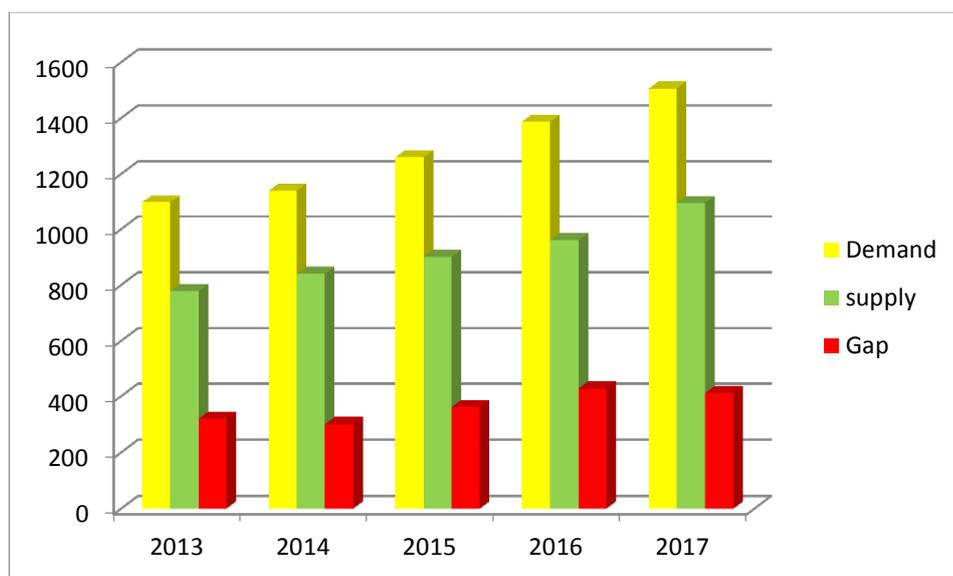
(Satuan Ton)

Nama Wilayah	2009	2010	2011	2012	2013
Sumatera	26.399	37.309	71.729	118.095	131.195
Jawa	115.205	200.186	256.962	307.631	393.254
Bali – Nusa Tenggara	449	891	2.427	5.781	5.250

Kalimantan	1.639	2.366	3.396	5.410	6.883
Sulawesi	836	1.892	2.560	3.770	5.999
Maluku – Papua	227	166	503	530	881
Total Produksi	144.755	242.811	337.577	441.217	543.461

Sumber : djpb.kkp.go.id

Melihat peningkatan volume produksi ikan lele setiap tahunnya seperti pada tabel 1.1 di atas, hal ini menjadikan prospek budidaya ikan lele sebagai peluang yang cukup menjanjikan. Selain itu, pada permintaan ikan lele, Fatimah dan Sari (2015) juga menyatakan bahwa permintaan pasar terhadap ikan lele setiap tahunnya meningkat, baik untuk permintaan lele segar, usaha olahan, maupun untuk usaha pemancingan ikan. Permintaan pasar ini bahkan bisa mencapai 2-4 ton per hari. Hingga terkadang petani ikan lele kewalahan menghadapi tingginya permintaan ikan lele harian. Adapun jumlah permintaan ikan lele di Kabupaten Bandung per tahun ini dapat dilihat pada Gambar 1.1

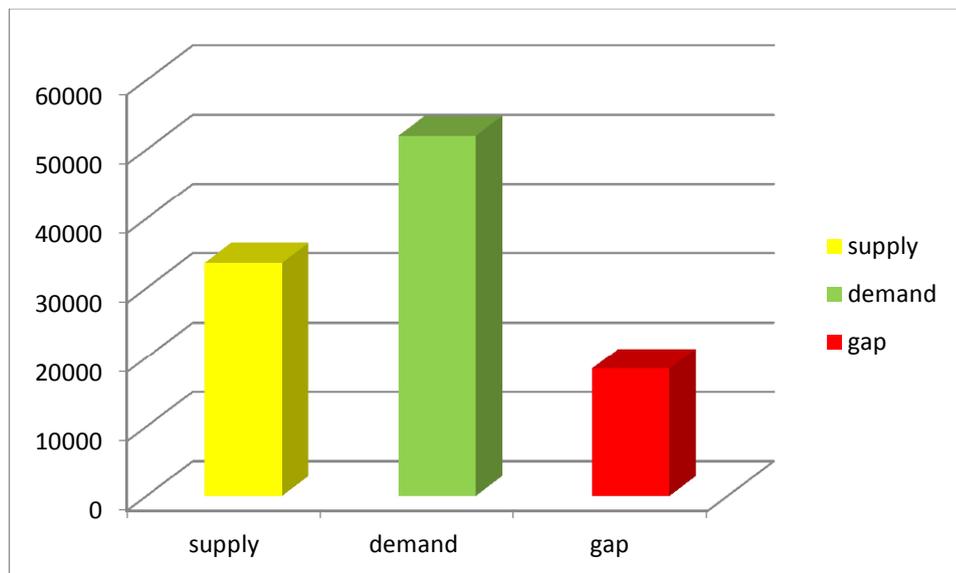


Gambar 1.1 Data Supply-Demand Ikan Lele (Ton)

(Sumber Dinas Peternakan dan Perikanan Kabupaten Bandung)

Berdasarkan data pada Gambar 1.1 mengenai data supply-demand ikan lele dapat diketahui bahwa permintaan ikan lele untuk wilayah Kabupaten Bandung terus meningkat untuk setiap tahunnya. Melihat kondisi yang demikian, maka hal ini menjadi peluang besar bagi pengusaha budidaya ikan lele. Demikian juga dengan

UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung, dengan melihat prospek ke depan serta peluang yang sangat menjanjikan, UMKM ini terus mengembangkan budidaya ikan lele. Kenaikan permintaan ikan lele di kabupaten Bandung juga berpengaruh terhadap permintaan ikan lele kepada UMKM Mitra Bahtera. Grafik 1.2 menunjukkan jumlah supply-demand dari UMKM Mitra Bahtera.



Gambar 1.2 supply-demand UMKM Mitra Bahtera

(Sumber: UMKM Mitra Bahtera)

Selanjutnya, dengan kondisi yang demikian tersebut, maka hal ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung untuk dapat terus berkembang dan meningkatkan produksi untuk memenuhi permintaan yang ada. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan strategi bisnis yang baik dimana salah satu cara untuk menentukan strategi bisnis adalah dengan membuat model bisnis untuk UMKM Mitra Bahtera ini. Saat ini, banyak pengusaha atau praktisi bisnis yang menggunakan model bisnis sebagai pendekatan ilmu pengetahuan dalam perencanaan, perancangan, dan pengembangan bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2014).

Model bisnis merupakan penggambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi atau pelaku bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder, 2009). Banyak manfaat yang dapat diperoleh jika menggunakan model bisnis. Pertama terkait dengan komponen-komponen yang digunakan,

model bisnis membantu dan memudahkan bagi para perencana dan pengambil keputusan di perusahaan untuk melihat hubungan logis yang ada antar komponen dalam bisnis, sehingga dapat menghasilkan nilai bagi konsumen dan nilai perusahaan. Kedua, model bisnis dapat digunakan untuk menguji konsistensi hubungan antar komponen. Ketiga, model bisnis dapat digunakan untuk membantu menguji pasar dan asumsi yang digunakan saat mengembangkan bisnis. Terakhir, model bisnis dapat digunakan untuk menunjukkan bagaimana radikal perubahan dilakukan dan konsekuensi yang dihadapi perusahaan (Tim PPM Manajemen, 2012).

Oleh karena banyaknya manfaat yang didapat jika menggunakan model bisnis, maka dapat dikatakan bahwa sebuah model bisnis sangat penting untuk mendapatkan perencanaan kedepannya dengan memperlihatkan hubungan antar variabel dalam bisnis, membantu dalam uji coba pasar atau segmen dan beberapa asumsi yang digunakan saat mengembangkan bisnis nantinya, dan menguji konsistensi dari beberapa komponen bisnis yang saling berkaitan atau berhubungan (Ekoputro, dkk, 2017). Terdapat berbagai model bisnis yang berkembang pada saat ini seperti model bisnis *Value Network from Verna Allee*, model bisnis *Henry Chesbrough*, model bisnis strategi *Diamond*, model bisnis *Patrick Steahler* dan model bisnis *Seizing The White Space* (Kastelle, 2012). Model bisnis yang diperlukan harus dapat dipahami oleh semua orang, yang dapat memfasilitasi dan diskusi. Tantangannya konsep ini harus sederhana, relevan, dan secara intuitif dapat dipahami (Pratama, dkk, 2017).

Berdasarkan kajian dari permasalahan dan perkembangan model bisnis yang ada, maka penelitian ini akan difokuskan untuk merancang model bisnis UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Hal tersebut dilakukan karena *Business Model Canvas* dirasa dapat memfasilitasi deskripsi dan diskusi serta kesederhanaan konsep penyampaiannya melalui kesembilan komponen yang dimiliki, yaitu *customer segment*, *channels*, *customer relationship*, *value proposition*, *key activities*, *key resources*, *partnership networks*, *cost structure*, dan *revenue streams* (Osterwalder & Pigneur, 2014). Sehingga nantinya melalui penelitian ini dapat membantu UMKM Mitra Bahtera dalam mengembangkan bisnis budidaya ikan lelenya tersebut.

I.2 Perumusan Masalah

Usaha yang dijalankan oleh UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung dapat dikatakan masih berada dalam *fase introduction*, mengingat usia UMKM ini baru menginjak tahun kedua sejak berdiri pada 27 September 2016 lalu. Oleh karena itu, UMKM ini membutuhkan suatu gambaran strategi pengembangan bisnis untuk dapat terus mengembangkan usahanya ditengah-tengah ketatnya persaingan antar sesama pengusaha budidaya ikan lele. Gambaran strategi pengembangan bisnis ini harus dapat menampilkan komponen-komponen apa saja yang dibutuhkan, sehingga nantinya dapat tergambarkan hal-hal apa saja yang harus diperhatikan dan menjadi faktor penentu keberhasilan budidaya ikan lele. Selain itu, dalam pengembangan bisnis ini, UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung membutuhkan panduan atau arahan bagaimana UMKM ini dapat mencapai tujuannya, mulai dari apa yang dibutuhkan hingga bagaimana dapat meningkatkan pendapatan melalui system penjualan yang ada. Untuk itu, dapat ditarik perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peta *Business Model Canvas* dari UMKM Mitra Bahtera?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi peta *Business Model Canvas* dari UMKM Mitra Bahtera.

I.4 Batasan Masalah

Batasan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian ini dilakukan hanya sampai tahap perancangan, dan tidak sampai ke tahap implementasi.

1. Penelitian ini tidak membahas secara mendetail mengenai aspek teknis dan strategi pelaksanaan dari kesembilan komponen model bisnis UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung.

2. Penelitian ini tidak membahas penentuan harga dan biaya dengan angka yang pasti, sehingga tidak dapat ditarik kesimpulan mengenai aspek kelayakan.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat membantu pemahaman secara menyeluruh terhadap seluruh komponen yang terlibat dalam mensukseskan bisnis ini.
2. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif berupa masukan bagi UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung untuk mengembangkan bisnis dalam mengoptimalkan nilai bagi UMKM dan konsumen.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini akan diuraikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori-teori yang relevan dengan penelitian yang diteliti serta hasil-hasil penelitian terdahulu. Selanjutnya, pada bagian kedua akan diuraikan mengenai hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini akan diuraikan mengenai model konseptual dan sistematika pemecahan masalah yang meliputi tahap identifikasi, tahap pengumpulan dan pengolahan data, serta tahap kesimpulan dan saran.

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini akan diuraikan mengenai proses pengumpulan serta pengolahan data-data yang dibutuhkan untuk penelitian dan digunakan untuk memecahkan masalah yang diangkat pada penelitian ini.

BAB V Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini akan diuraikan mengenai analisis dan pembahasan model bisnis UMKM Mitra Bahtera Kabupaten Bandung dengan pendekatan model bisnis kanvas berdasarkan hasil pengolahan data dalam penelitian ini.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan diuraikan mengenai kesimpulan atas analisa yang telah diuraikan, serta saran yang berisi masukan guna perbaikan penelitian ke depannya.