

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Sejarah CV Munjul Jaya

Pada penelitian ini objek studi yang dipilih peneliti adalah CV Munjul Jaya yaitu salah satu usaha yang bergerak dalam bidang argo industri tepatnya berada di kawasan Kabupaten Karawang. CV Munjul Jaya menawarkan beras premium dan medium yang telah diproduksinya. Fokus utama CV Munjul Jaya yaitu pengolahan dan penjualan beras premium dan medium yang menjadi pemasok di beberapa toko beras di Kabupaten Karawang yang nantinya akan dijual kembali kepada konsumen. CV Munjul Jaya tidak memiliki toko, karena hasil produksi yang telah diolah oleh CV Munjul Jaya akan langsung dikirim ke pemasok saat itu juga.



Gambar 1.1 Logo CV Munjul Jaya

Sumber: CV Munjul Jaya

Bapak Kamsan adalah pemilik CV. Munjul Jaya, usaha ini mulai beroperasi pada tahun 2017 yang terletak di Desa Malangsari Kecamatan Pedes Kabupaten Karawang. Kata Munjul Jaya sendiri diciptakan oleh beliau sendiri pada saat beliau mengurus CV hasil produksi CV Munjul Jaya lebih dikenal dengan Nama KMS sendiri berasal dari singkatan dari mana pemiliknya yaitu “Kamsan”.

Pada awalnya ayah dari Bapak Kamsan memiliki pabrik pengelolaan beras di daerah Karawang yaitu di Kecamatan Pedes yang telah berdiri sudah lama. Pabrik tersebut mengelola beras dari gabah hingga menjadi beras dimana pabrik tersebut mengelola beras membutuhkan waktu yang lama dikarenakan pabrik tersebut mengelola dengan pengeringan menggunakan sinar matahari sehingga membutuhkan waktu yang cukup lama. Setelah mempelajari usaha yang dijalani oleh ayahandanya pada tahun 2015 Bapak Kamsan memberanikan diri untuk menjalani usaha tersebut dimulai dari membeli gabah dari petani dan mengolahnya sendiri di pabrik milik orang tuanya. Setelah menjalani usahanya dan mendapatkan keuntungan beliau menabung dari keuntungannya untuk menyewa pabrik penggilingan beras yang terletak di Desa Malangsari dimana pabrik tersebut letaknya tidak jauh dari tempat tinggal beliau. Setelah menyewa pabrik pengolahan beras tersebut berjalan dengan lancar dan produksi yang dihasilkan juga tinggi, hingga saat habis kontrak sewa pabrik tersebut pengolahan beras di berhentikan untuk sementara waktu dikarenakan tidak adanya tempat untuk mengolahnya.

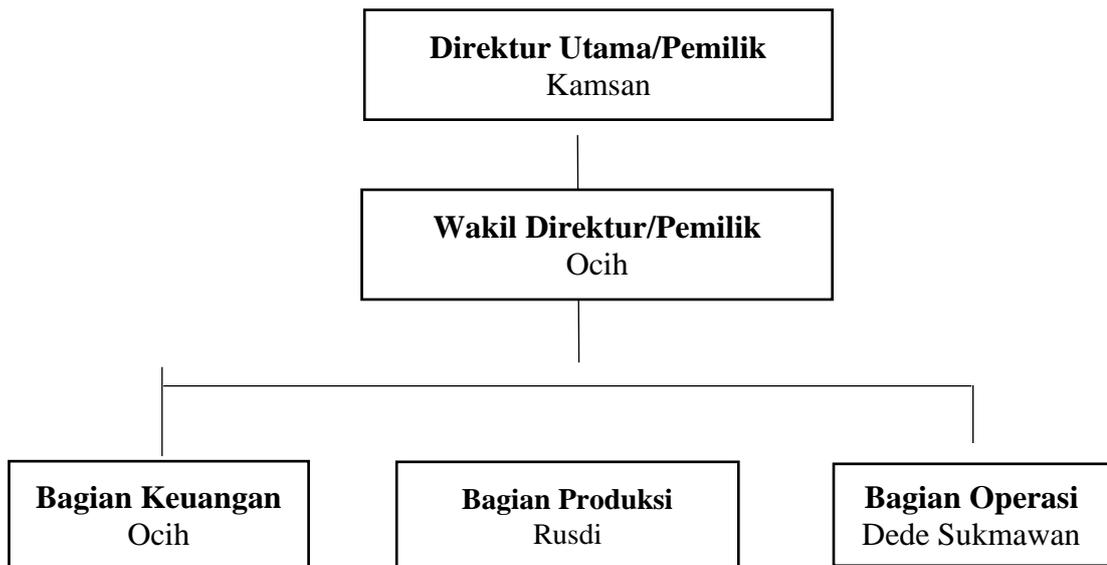
Pada bulan Desember 2016 beliau membangun pabrik pengolahan beras modern dimana pabrik tersebut tidak membutuhkan lahan yang luas untuk menjemur gabah, beliau menemukan metode pengolahan yang modern dan tidak membutuhkan waktu sehari-hari untuk menjemur gabah. Pabrik pengolahan beras tersebut hanya mengolah beras premium dan medium. Seiring dengan berjalannya pembangunan beliau mengurus surat perizinan usahanya. setelah menyelesaikan surat perizinan dan pembangunan pabrik pengolahan beras selesai beliau memulai lagi usahanya hingga pabrik yang didirikannya mampu mengolah padi 20ton/harinya menggunakan mesin modern yang beliau miliki.

1.1.2 Produk Beras CV Munjul Jaya

Produk yang kini diproduksi oleh CV Munjul Jaya yaitu beras premium dan medium. Akan tetapi produk yang diproduksi oleh CV Munjul Jaya ini lebih dominan ke Beras Jenis Premium.

1.1.3 Struktur Organisasi CV Munjul Jaya

CV Munjul Jaya berdiri pada tahun 2017 oleh Bapak Kamsan sebagai Direktur Utama, Ocih bertugas untuk mengatur keuangan, Rusdi bertugas sebagai kepala produksi, dan Dede Sukmawan bertugas sebagai kepala Operasi. Berikut adalah struktur organisasi CV Munjul Jaya:



Gambar 1.2 Struktur Organisasi CV Munjul Jaya

Sumber: CV Munjul Jaya

1.1.4 Visi CV Munjul Jaya

Visi dari CV Munjul Jaya adalah menjadikan CV Munjul Jaya dikenal oleh semua masyarakat dikalangan menengah maupun ke bawah. Dapat memberikan kualitas beras terbaik dibandingkan kompetitor lain dan memberikan pelayanan yang bisa membuat konsumen nyaman, dan juga CV Munjul Jaya akan memprioritaskan aktivitas bisnis untuk mendapatkan hasil yang lebih optimal.

1.1.5 Misi CV Munjul Jaya

Misi dari CV Munjul Jaya adalah mengembangkan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan kualitas perusahaan bagi konsumen dan memberikan

kualitas produk terbaik untuk konsumen. CV Munjul Jaya sangat mempertahankan hubungan antara konsumen untuk memperluas perusahaannya.

1.2 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia saat ini menjadi salah satu prioritas pemerintah dalam pembangunan ekonomi nasional (Juansah et al . 2020). Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berperan dalam pendistribusian hasil pembangunan dan penyerapan tenaga kerja, dilihat dari jumlah usaha dan penciptaan lapangan kerja. Selain itu peran UMKM sebagai penyumbang Produk Domestik Bruto (PDB) terbesar di Indonesia. Pada tahun 2007 hingga tahun 2012 menunjukkan peningkatan jumlah PDB UMKM dari Rp 2.107.868,10 Milyar menjadi Rp 4.869.568,10 Milyar atau rata-rata mengalami perkembangan sebesar 18,33 % pertahun (Hendrawan et al . 2019).

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah jenis usaha kecil yang memiliki kekayaan bersih paling banyak sebesar Rp 200.000.000 tidak termasuk tanah, dan memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak sebesar Rp 1.000.000.000. Berdasarkan Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia, perkembangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah di Indonesia mengalami perkembangan seiring berganti tahun. Berikut data perkembangan Usaha Kecil, Mikro dan Menengah di Indonesia berdasarkan jumlah unit dari tahun 2010 hingga 2017 dari Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia.

Tabel 1.1
Perkembangan UMKM di Indonesia

| Tahun | Total Jumlah Unit (Kecil, Mikro, dan Menengah) |
|--------------|---|
| 2010 | 56.796.426 unit |
| 2011 | 54.119.971 unit |
| 2012 | 55.211.396 unit |
| 2013 | 56.539.560 unit |
| 2014 | 57.900.787 unit |

| | |
|------|-----------------|
| 2015 | 59.267.759 unit |
| 2016 | 61.656.547 unit |
| 2018 | 62.928.007 unit |

Sumber: Badan Pusat Statiska (BPS)

Berdasarkan data di atas UMKM di Indonesia terus menghadapi tantangan, pada dasarnya bisnis UMKM di Indonesia memang merupakan bidang yang sangat luas. Bidang UMKM sendiri dapat meliputi berbagai bidang seperti kuliner, *fashion*, pendidikan, otomotif, argoindustri, dan sebagainya. Salah satu bidang tersebut dapat dijadikan sebagai target usaha yang dapat menguntungkan yang disesuaikan berdasarkan dengan keahlian hingga ketersediaan sumber daya sekitarnya. Perkembangan UMKM tercatat lebih dari 62 juta UMKM yang tersebar di Indonesia.

Di Kabupaten Karawang sendiri UMKM belum sepenuhnya terintegrasi ke dalam rantai industri utama, sehingga belum berkembang pesat. Mayoritas pemilik UMKM di Kabupaten Karawang masih terkendala kendala finansial, disusul dengan pemahaman masyarakat yang kurang terhadap teknologi yang ada dan sulitnya promosi produk. Sementara itu, UMKM di Kabupaten Karawang semakin memiliki peningkatan dari tahun ke tahun. Melalui kemajuan UMKM di Indonesia dan UMKM di Kabupaten Bandung, tren ini akan terus berlanjut, berikut adalah perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang:

Tabel 1.2

Total UMKM di Kabupaten Karawang

| No | Total Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kabupaten Karawang | tahun | | | |
|----|--|--------|--------|--------|--------|
| | | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
| 1 | Jumlah UMKM Aktif | 36.729 | 43.446 | 43.825 | 44.035 |
| 2 | Jumlah UMKM Keseluruhan | 40.484 | 44.289 | 44.668 | 44.878 |
| 3 | UMKM Industri | 4.562 | 5.892 | 6.071 | 6.281 |

| | | | | | |
|---|-----------------------|--------|--------|--------|--------|
| 4 | UMKM Perdagangan | 32.284 | 34.268 | 34.340 | 34.340 |
| 5 | Jumlah Wirausaha Baru | 210 | 252 | 315 | 457 |

Sumber: Dinas Koperasi Kabupaten Karawang, 2020

Pada tabel diatas terlihat bahwa perkembangan UMKM di Kabupaten Karawang memang menunjukkan adanya kenaikan setiap tahunnya, mengenai jumlah UMKM pada tahun 2019 memenuhi 44.035 UMKM dan menurut Dinas Koperasi dan UMKM sebagian besar UMKM di Kabupaten Karawang ini bergerak disektor makanan dan minuman. Hal ini menghasilkan kompetisi yang ketat bagi para pemilik UMKM yang salah satunya bergerak di bidang Argoindustri dimana Indonesia merupakan negara agraris dan sebagian besar penduduknya adalah tani dengan didukungnya wilayah yang luas bahkan kaya akan lahan yang subur akan bertani hal ini sangat berpengaruh dalam perkembangan ekonomi di Indonesia, mereka harus proaktif untuk menumbuhkan transaksi bisnis-ke-bisnis.

Argoindustri merupakan suatu bidang UMKM yang ada di Indonesia. Argoindustri sendiri adalah kegiatan industri yang memanfaatkan hasil pertanian sebagai bahan baku, merancang, dan menyediakan peralatan serta jasa. Argoindustri beroperasi sebagai sektor berbasis sumber daya dan memiliki kemampuan untuk meningkatkan cadangan devisa dan menciptakan lapangan kerja. salah satu bidang argoindustri pengolahan yang dibutuhkan setiap harinya oleh setiap orang yaitu komoditi beras.

Sumber pangan utama bagi penduduk Indonesia, mayoritas penduduk Indonesia menanam padi sebagai tanaman utama. Dengan kondisi sumber daya alam dan sawah yang luas dari Sabang sampai Merauke seharusnya cukup untuk memenuhi kebutuhan lokal. Pemanfaatan teknologi memberikan peluang untuk mendongkrak hasil pertanian. Beras adalah pangan olahan yang terbuat dari produk pertanian yang berhubungan dengan padi. Beras adalah salah satu jenis pangan. Bangsa Asia, khususnya di Indonesia, Thailand, Malaysia, Vietnam, Jepang, dan Myanmar, memakannya sebagai pangan pokok.

Menurut Kepala Bidang Tanaman Pangan Dinas Pertanian Karawang Pada tahun 2021 Kabupaten Karawang sendiri memproduksi padi mencapai 1,3 juta ton

beras dengan luas lahan pertanian seluas 94.517 hektar dan dalam satu tahun terdapat dua kali tanam padi di area Kabupaten Karawang. Jika produksi padi di Kabupaten Karawang sendiri mencapai 1,3 juta ton dengan asumsi dua kali tanam dalam satu tahun, maka produksi padi selama satu tahun mencapai 1,3 juta ton gabah kering panen atau setara beras 800 ribu ton. Untuk kebutuhan beras di Kabupaten Karawang sendiri dalam satu tahun mencapai 300 ribu ton. Maka Kabupaten Karawang bisa memasok beras ke luar wilayah Karawang.

Melihat sumber pangan utama penduduk Indonesia adalah beras dan kebutuhan beras di Kabupaten Karawang mencapai 300 ribu ton pertahun sedangkan beras yang diproduksi di Kabupaten Karawang mencapai 1,3 juta ton pertahunnya, maka CV Munjul Jaya memproduksi beras dan memasarkan beras agar usaha yang dijalani bisa memenuhi kebutuhan beras di Kabupaten Karawang dan juga memasok beras keluar wilayah Karawang. Selain itu Bapak Kamsan selaku pemilik CV Munjul Jaya juga ingin mempermudah dan mengenalkan kepada masyarakat bahwa beras yang diproduksi dari Kabupaten Karawang juga memiliki kualitas yang terbaik. Untuk menghasilkan kualitas terbaik CV Munjul Jaya melakukan pengecekan hasil produksinya berkali-kali dari mulai pembelian gabah dari petani hingga pengemasan. Untuk pemasaran CV Munjul Jaya ini hanya mengandalkan mulut ke mulut tanpa adanya media promosi.

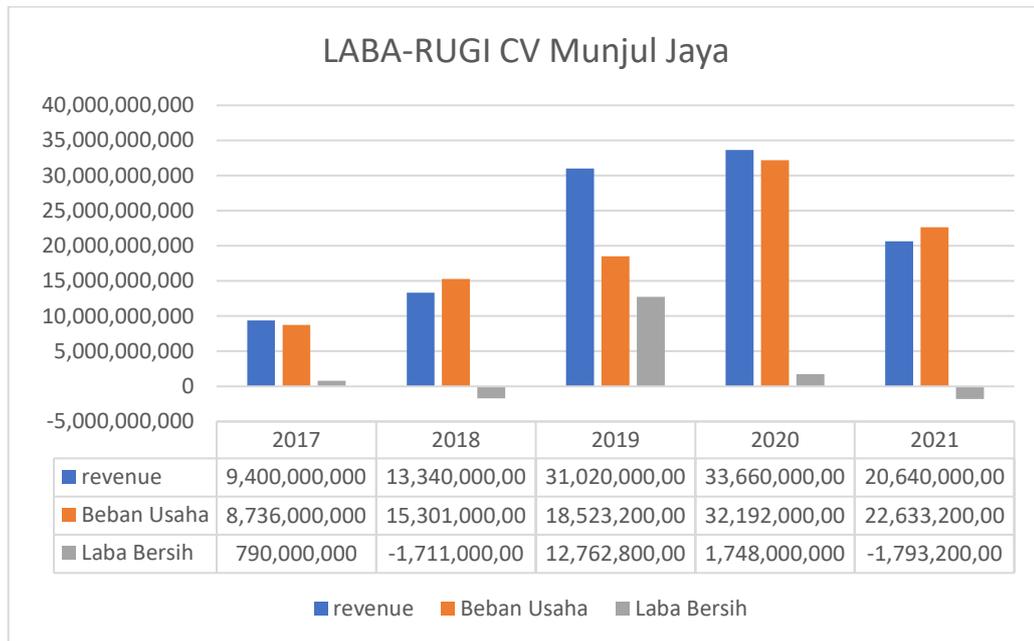
Melihat peluang yang cukup besar CV Munjul Jaya akhirnya membuka usaha bisnis agroindustri yaitu memproduksi padi hingga menjadi beras dengan memberikan kualitas terbaik kepada konsumen. Dengan pemasaran mulut ke mulut CV Munjul Jaya dapat meningkatkan penjualan yang signifikan, karena kebanyakan konsumen sebelumnya untuk membeli beras yang dijual di toko tidak semuanya berkualitas baik. Akan tetapi dengan keterbatasannya komunikasi dan pengetahuan konsumen harus membeli beras yang berkualitas kurang baik di suatu toko yang menjual beras. Beras yang berkualitas baik biasanya tidak banyak pecahan pada butirannya, aromanya tidak bau, dan tidak ada kotoran (batu, butiran beras yang belum terkupas, cangkang padi). Menurut bapak kamsan selain menjual hasil produksinya ke toko beras CV Munjul Jaya juga menjadi salah satu

supplier dari program bantuan pemerintah, dimana hanya 1-5 pabrik dari 50 lebih pabrik pengolahan beras yang beroperasi.

Usaha bidang argoindustri yang berjalan membutuhkan suatu strategi pengembangan yang kokoh dan perlu melibatkan elemen-elemen besar sampai terkecil yang bisa meningkatkan usaha bidang argoindustri sendiri. Oleh karena itu dibutuhkan suatu strategi dalam pengembangan usaha khususnya di bidang argoindustri. Salah satu strategi yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan bisnis dan mencapai tujuannya sangat beragam, salah satunya dengan pengadaaan *Business Model Canvas* (BMC). (Osterwalder & Pigneur, *Business Model Canvas*, 2014, 40) mengatakan bahwa sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Dapat dikatakan bahwa sebenarnya sebuah organisasi bisnis membutuhkan sebuah model untuk membantu organisasi tersebut agar dapat menciptakan, memberikan, dan mengembangkan bisnis serta menangkap nilai yang berkaitan dengan suatu aktivitas organisasi.

Dalam pengolahan produk CV Munjul Jaya sudah memiliki *Business Model Canvas* tetapi dalam hal *Business Model Canvas* yang sudah CV Munjul Jaya buat belum berjalan dengan baik terlebih dalam *Customer Segment* dari CV Munjul Jaya nya, karena dalam penelitian ini akan lebih menekankan pada Sembilan blok model canvas agar kedepannya bisnis yang dijalankan bisa meningkatkan profit dan memperluas pasar guna mengembangkan usaha yang telah CV Munjul Jaya jalani.

Pendapatan yang diperoleh perusahaan besarnya dapat dilihat dari banyaknya jumlah orderan yang terdapat pada daftar profit CV Munjul Jaya. Dengan melihat banyaknya jumlah orderan maka dapat diketahui kekuatan, kekurangan, serta nilai jual perusahaan untuk konsumen.



Gambar 1.3 Laba-Rugi CV Munjul Jaya

Sumber. CV. Munjul Jay

Berdasarkan grafik diatas dapat diketahui bahwa laba bersih CV Munjul Jaya mengalami naik turun setiap tahunnya. Pada tahun 2017 adalah awal CV Munjul Jaya berOperasi tetap menjalani bisnis Argoindustri, CV Munjul Jaya mendapatkan *revenue* Rp 9.4000.000.000, lalu pada tahun 2018 mengalami kenaikan senilai Rp. 13.340.000.000, ditahun 2019 juga mengalami kenaikan sebesar Rp. 31.020.000.000, pada tahun 2020 juga mengalami kenaikan sebesar Rp. 33.660.000000, dan pada tahun 2021 *revenue* CV Munjul Jaya mengalami penurunan sebesar Rp. 20.640.000.000. Sementara itu laba bersih yang diperoleh oleh CV Munjul Jaya mengalami penurunan pada Tahun 2018 dan Tahun 2020 mengalami penurunan dikarenakan pada tahun tersebut penyusutan dalam biji padi merosot hingga 65%. Pada tahun 2019 mengalami kenaikan dikarenakan CV Munjul Jaya menjadi salah satu pemasok program BPNT (Bantuan Pangan Non Tunai) yang diselenggarakan oleh Dinas Pangan Kabupaten Karawang oleh karena hal itu CV Munjul Jaya mengalami kenaikan laba bersih pada tahun 2019. Pada tahun 2021 mengalami penurunan laba bersih dikarenakan menurunnya harga beras dan meningkatnya harga padi dipetani dan juga padi tersebut mengalami

penyusutan setelah menjadi beras sehingga CV Munjul Jaya mengalami penurunan pada tahun 2021.

Selanjutnya, untuk memahami permasalahannya, dilakukan wawancara dengan pemilik CV Munjul Jaya yaitu Bapak Kamsan sebagai Pemilik CV Munjul Jaya. Karena dari informasi yang diperoleh dari pihak CV Munjul Jaya mereka masih kesulitan untuk mengontrol jumlah orderan yang masuk dan masih kekurangan tenaga kerja. Melalui penelitian ini, peneliti akan menggali informasi mengenai ke Sembilan blok Business Model Canvas (BMC) yang dimiliki oleh CV Munjul Jaya. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) Business Model Canvas adalah bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai dan mengubah model bisnis. Konsep ini dapat membuat perusahaan dapat mendeskripsikan dan menggambarkan model dari bisnis yang dijalankan secara sederhana untuk kemudian memanipulasinya sesuai dengan kondisi perusahaan dan menghasilkan alternatif strategi baru, dengan demikian konsep *Business Model Canvas* sangat cocok digunakan untuk usaha yang sudah berjalan. Oleh karena itu peneliti akan melakukan analisis mengenai Sembilan blok tersebut, sehingga peneliti dapat mengetahui kekurangan dari *Business Model Canvas* (BMC) yang dimiliki CV Munjul Jaya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti memilih judul penelitian “**Analisis Business Model Canvas (BMC) Pada CV Munjul Jaya**”.

1.3 Perumusan Masalah

Dari penjelasan di atas peneliti akan menganalisis Business Model Canvas (BMC) yang sudah dimiliki oleh CV Munjul Jaya, agar CV Munjul Jaya dapat mengetahui kekurangan yang terdapat dalam *Business Model Canvas* (BMC) nya, terlebih agar CV Munjul Jaya dapat lebih mengembangkan pasarnya khususnya dari sembilan blok yang ada yaitu *Customer Segment*, *Channel*, *Value Proposition*, *Customer Relationship*, *Revenue Stream*, *Key Resource*, *Key Activities*, *Key Partnership*, *Cost Structure* sehingga CV Munjul Jaya dapat mengevaluasi terhadap *Business Model Canvas* (BMC) yang dimiliki dan menjadikan landasan untuk menjadikan perusahaan semakin berkembang dan juga lebih terarah dalam menjalankan bisnisnya.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, terdapat beberapa permasalahan pokok yang akan diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana Sembilan blok *Business Model Canvas* (BMC) pada CV Munjul Jaya saat ini?
2. Bagaimana Analisis SWOT dalam *Business Model Canvas* (BMC) CV Munjul Jaya?
3. Bagaimana *Business Model Canvas* (BMC) baru CV Munjul Jaya?

1.5 Tujuan Penelitian

Maka dapat dilakukan identifikasi terkait dengan tujuan dari penelitian, sebagai berikut:

1. Mengetahui sembilan blok *Business Model Canvas* pada CV Munjul Jaya saat ini
2. Mengetahui Analisis SWOT dalam *Business Model Canvas* (BMC) CV Munjul Jaya
3. Mengetahui *Business Model Canvas* (BMC) baru CV Munjul Jaya

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan ilmu sosial, khususnya di bidang *Entrepreneur* dalam hal perencanaan *Business Model Canvas* untuk bisnis argoindustri.

1.6.2 Aspek Praktis

Diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi CV Munjul Jaya dalam Menyusun strategi bersaing serta sebagai masukan yang mungkin diperlukan perusahaan di masa yang akan datang.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1 Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada CV Munjul Jaya, yang bertempat di Desa Malangsari Kecamatan pedes Kabupaten Karawang. Penelitian ini berfokus pada *Business Model Canvas* (BMC) CV Munjul Jaya

1.7.2 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini terbatas pada waktu, tidak dilakukan secara berkala. Waktu penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara hingga perekapan yang diselesaikan dalam waktu enam bulan.

1.8 Sistematika Penelitian Tugas Akhir

Berikut ini merupakan sistematika Penelitian tugas akhir yang dibuat untuk menggambarkan secara umum mengenai Penelitian hasil penelitian.

a. **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi mengenai penjelasan umum mengenai penelitian seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi mengenai tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

c. **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi mengenai jenis penelitian, variable operasional, tahap penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas, dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Pada bab ini berisi pembahasan mengenai karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan hasil penelitian.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini membahas mengenai kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penelitian tugas akhir.