

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran yang sangat signifikan terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. Saat ini, UMKM telah tumbuh pesat yang tersebar di seluruh penjuru Indonesia, mulai dari Sabang hingga Merauke.

Tabel I. 1 Jumlah UMKM di negara ASEAN

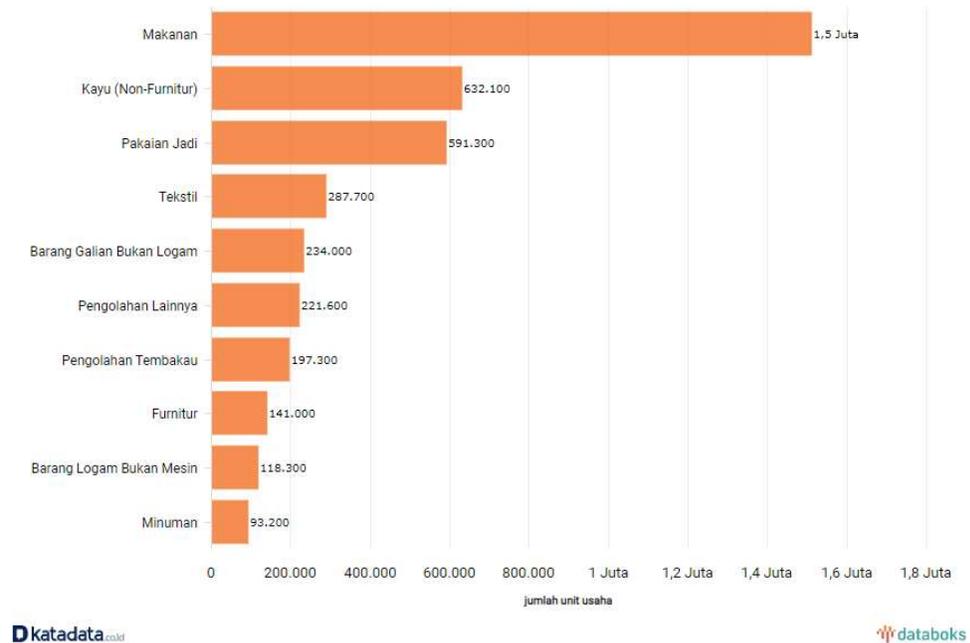
Negara	Jumlah UMKM (Ribuan)	Pangsa Pekerjaan (%)	Kontribusi UMKM terhadap GDP (%)
Brunei Darussalam	2.6	35.4	35.5
Kamboja	512.9	52.5	58
Indonesia	65465	97	60.3
Laos	133	82.4	15.7
Malaysia	1226	48	38.2
Myanmar	72.7	76	69.3
Filipina	996.7	63.2	45.5
Singapura	279	72	45
Thailand	3134	85.5	35.3
Vietnam	651	44.5	45

Sumber : ASEAN *Investment Report 2022*

Berdasarkan data dari ASEAN *Investment Report 2022*, Indonesia memiliki 65,5 juta UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah). Jumlah UMKM yang begitu besar ini memberikan kontribusi yang sangat penting dalam menciptakan lapangan kerja bagi masyarakat Indonesia, karena berhasil menyerap sebanyak 97% tenaga kerja di negara ini seperti yang terlampir pada Tabel I.1. Dengan demikian, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi yang kuat, mendorong kesejahteraan rakyat, dan berperan dalam meningkatkan stabilitas dan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan.

Menurut Badan Pusat Statistik, total penduduk Indonesia mencapai 275,77 juta jiwa. Angka tersebut membuat UMKM mempunyai pangsa pasar yang sangat besar terutama di bidang kuliner dan pakaian. Menurut Databoks (2020), Indonesia didominasi oleh usaha dengan skala mikro-kecil yang bergerak di sektor makanan.

Jika dibandingkan dengan sektor lain kayu, pakaian jadi, tekstil dan lainnya, usaha makanan masih mendominasi.



Gambar I. 1 Sektor Usaha dengan Jumlah Industri Mikro-Kecil Terbanyak di Indonesia

Sumber: Databoks

Dapat dilihat pada Gambar I.1, proporsi usaha mikro-kecil (IMK) di bidang makanan 36% atau mencapai 1,5 Juta unit usaha dari seluruh usaha mikro-kecil di Indonesia. Industri kayu dan sejenisnya menyusul dengan proporsi sebanyak 15% dari total industri mikro-kecil nasional. Industri pakaian jadi dan tekstil juga menyumbang angka yang cukup besar yaitu sebanyak 879 ribu unit usaha.

UMKM di Indonesia kerap dihadapi dengan berbagai permasalahan. Permasalahan umum yang dialami UMKM adalah modal usaha yang minim, kurangnya pengetahuan terkait bisnis, kurangnya *branding*, dan pemasaran, serta kesulitan dalam membedakan diri di pasar UMKM yang sangat besar (StaffAny, 2022). Salah satu UMKM yang mengalami permasalahan tersebut yaitu Bypocut.

Bypocut merupakan UMKM bidang kuliner yang berdiri sejak 2019. Bypocut merupakan UMKM yang berada di kota Lhokseumawe, Provinsi Aceh. Bypocut menjual aneka produk makanan dimulai dari makanan khas Aceh yaitu Timpan, kue kering, kue basah, dan juga makanan beku. Produk andalan Bypocut adalah Timpan. Timpan merupakan kue yang terbuat dari tepung ketan dan pisang. Timpan sering dihidangkan di berbagai hari hari besar dan acara di budaya Aceh seperti Hari Raya, pernikahan, khitanan, dan beberapa acara lainnya.



Gambar I. 2 Timpan Bypocut

Sumber : Instagram @Bypocut

Pada tahun 2022, pendapatan usaha Bypocut mengalami penurunan pendapatan terutama dalam empat bulan terakhir. Hal ini dapat dilihat pada grafik pendapatan UMKM Bypocut tahun 2021 sampai 2022 berikut.



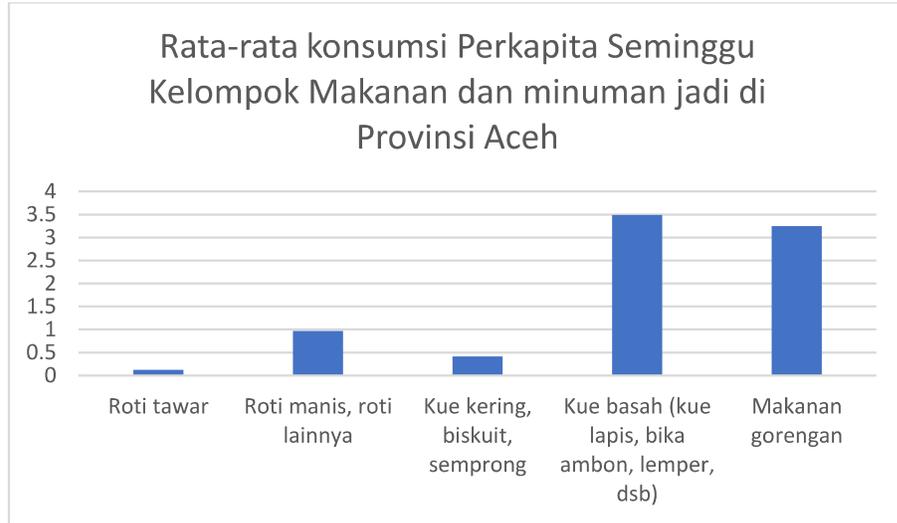
Gambar I. 3 Data Pendapatan ByPocut 2022

Sumber: Pemilik Bypocut

Dapat dilihat pada Gambar I.3 bahwa pendapatan Bypocut menurun terutama pada empat bulan terakhir. Pendapatan Bypocut turun dari Rp3.065.400,00 di bulan Juni menjadi Rp1.182.550,00 di bulan September. Jika dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu 2021, rata-rata pendapatan pada tahun 2021 yaitu pada Rp4.358.272,22 sedangkan pada 2022 sampai dengan bulan September hanya memperoleh rata-rata sebesar Rp2.991.322,22

Selain itu, pendapatan UMKM Bypocut dinilai sangat kecil jika dibandingkan dengan pendapatan UMKM dengan produk sejenis lainnya di daerah Aceh. Contohnya, yaitu usaha Kue Bhoi Pak Munir. Kue bhoi merupakan bolu khas Aceh yang terbuat dari tepung ketan dan dibentuk menggunakan cetakan ke dalam berbagai bentuk seperti ikan, bunga, maupun binatang. Kue bhoi ini diproduksi setiap hari sebanyak 120 kemasan dengan harga jual sebesar Rp 14.000,00. Keuntungan yang diperoleh oleh Usaha kue bhoi ini mencapai Rp 7.000.000,00/bulan (Umadiyah, 2021). Contoh lainnya, yaitu Kios Meugah. Kios Meugah merupakan usaha memproduksi olahan kue seperti kara-kara dan berbagai kue khas Aceh lainnya. Pendapatan yang berhasil diperoleh Kios Meugah yaitu Rp 45.000.000,00/bulan. Angka tersebut sama dengan pendapatan UMKM Asoe Jaro yang mampu memperoleh keuntungan kotor sebesar Rp 1.500.000,00/hari atau Rp 45.000.000,00-50.000.000,00/bulan (Andriani, 2022).

Dengan melihat data penjualan dan keuntungan usaha sejenis, dapat dikatakan bahwa usaha Bypocut memiliki peluang untuk mengembangkan bisnis dan meningkatkan pendapatan. Selain itu, peluang tersebut juga didukung oleh data yang dikeluarkan oleh Badan Pusat Statistik mengenai konsumsi masyarakat Aceh.



Gambar I. 4 Rata-rata konsumsi perkapita seminggu Provinsi Aceh

Sumber: Badan Pusat Statistik

Dapat dilihat pada Gambar I.4, Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa rata-rata konsumsi per kapita seminggu untuk kategori kue basah menjadi konsumsi tertinggi dengan angka 3.5 buah seminggu di Provinsi Aceh. Kategori makanan gorengan berada pada posisi kedua dan disusul oleh kategori roti manis, kue kering, dan roti tawar. Data tersebut menunjukkan bahwa masih terdapat pasar yang sangat besar untuk UMKM seperti Bypocut untuk berkembang dan memperoleh pendapatan yang lebih.

Terdapat beberapa permasalahan yang menyebabkan Bypocut kesulitan untuk meningkatkan pendapatannya. Pertama, masalah muncul karena lemahnya ketahanan produk saat pengiriman bisa mengakibatkan produk basi saat diterima oleh pelanggan, merugikan reputasi dan kepercayaan pelanggan. Kedua, ditemukan masalah strategi pemasaran *online* yang tidak optimal. Hal ini bisa merugikan potensi pertumbuhan bisnis. penjualan *online* Bypocut dilakukan dengan

menggunakan whatsapp dan instagram. *Engagement* Instagram Bypocut saat ini masih belum baik. Hal ini dapat dilihat dengan jumlah *like*, *comment* dan *view* unggahan Bypocut. Dengan jumlah *followers* sebesar 1874. Vidio/*Reels* rata-rata hanya mendapatkan sekitar 304 *view*, dengan yang terbanyak mencapai 833 *view*. Komentar untuk 10 unggahan terakhir juga tergolong sedikit, dengan jumlah paling banyak antara 0 hingga 7 komentar. Begitu pula dengan jumlah *like* yang rata-rata hanya berkisar antara 0 hingga 30, dengan paling banyak 30 *like* untuk 10 unggahan terakhir. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat potensi untuk meningkatkan engagement dengan lebih aktif berinteraksi dan menarik minat pengikut untuk memberikan respons lebih banyak pada konten yang diunggah. Sempitnya target pasar juga merupakan hambatan lain dalam mencapai pelanggan yang lebih luas dan beragam. Saat ini, Bypocut hanya menargetkan wilayah Aceh dan sekitarnya untuk berjualan karena limitasi pengiriman dan ketahanan produk. Produk Bypocut yaitu Timpan sangat berpotensi untuk menjadi produk seperti dodol yang dipasarkan keseluruh Indonesia dengan inovasi yang membuatnya tahan dalam perjalanan yang lama.

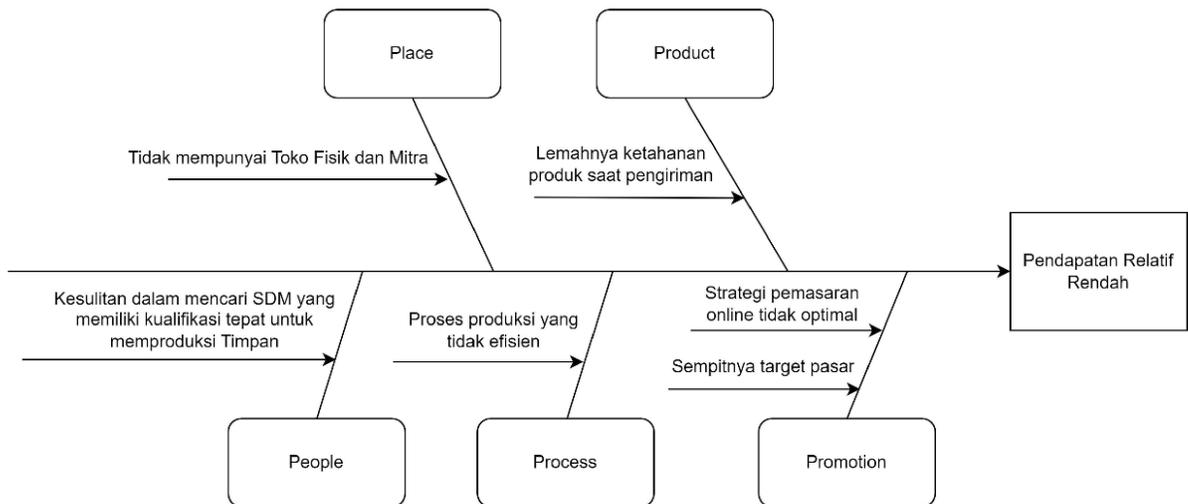
Di sisi Tempat, masalah muncul karena bisnis ini tidak memiliki toko fisik dan mitra sebagai titik penjualan. Selama ini, Bypocut bekerja sama hanya dengan satu mitra saja yaitu Hans Patisserie. Namun, karena efek berkepanjangan dari pandemi Covid-19 mitra tersebut harus tutup dan Bypocut terpaksa untuk berjualan penuh secara *online*. Hal ini membuat Bypocut kehilangan salah satu *channel* penjualan yang membuat pendapatan menurun. Ini mengurangi aksesibilitas produk bagi pelanggan, terutama mereka yang lebih memilih pembelian langsung atau melalui mitra.

Faktor proses juga menyumbang masalah, dengan identifikasi adanya proses produksi yang tidak efisien. Timpan merupakan makanan khas Aceh yang terbuat dari pisang, daun pisang, dan selai. Bahan baku tersebut harus dipesan oleh pemilik Bypocut kepada pemasok satu hari sebelum proses produksi dimulai di hari selanjutnya, sementara pelanggan banyak yang memesan secara mendadak. Hal ini dapat menyebabkan adanya peluang penjualan yang hilang. Ini dapat

memperlambat produksi dan menghambat kemampuan bisnis untuk memenuhi permintaan pasar dengan cepat dan efektif.

Terjadi kesulitan dalam mencari SDM yang memiliki kualifikasi tepat untuk memproduksi Timpan. Kekurangan tenaga kerja yang sesuai bisa berdampak pada konsistensi dan kualitas produk. Menurut pemilik Bypocut, memproduksi Timpan memerlukan keahlian khusus terutama dalam mengolah adonan pisang dan tepung ketan. Tingkat ketebalan adonan akan mempengaruhi rasa Timpan itu sendiri. Sampai saat ini, Bypocut kesulitan untuk mencari SDM yang mampu menyamai kemampuan pemilik Bypocut dalam membuat Timpan. Bypocut sempat merekrut karyawan baru untuk membantu memproduksi Timpan, namun pelanggan Bypocut merasa keberatan dengan Timpan yang diproduksi karyawan tersebut karena alasan ukuran, tingkat ketebalan adonan serta tekstur dari Timpan itu sendiri. Bypocut terkadang kewalahan dengan permintaan yang banyak, terutama pada hari besar seperti Hari Raya Idul Fitri karena alasan tersebut.

Berikut ini merupakan akar-akar permasalahan yang digambarkan melalui diagram *fishbone* :



Gambar I. 5 Fishbone Diagram

Sumber: Wawancara bersama pemilik Bypocut

Berdasarkan identifikasi masalah pada Gambar I.5 diatas, salah satu potensi solusi yang muncul adalah dengan melakukan evaluasi model bisnis, di mana beberapa permasalahan yang digambarkan dalam diagram tulang ikan di atas dapat dianalisis dan dicarikan solusinya secara simultan. Model bisnis dapat menunjukkan cara sebuah bisnis menyalurkan nilai kepada pelanggan dan memperoleh keuntungan. Ada beberapa kerangka dalam memetakan dan menganalisis model bisnis, dan yang akan digunakan dalam tugas akhir ini adalah kerangka *Business Model Canvas*.

Dengan menyajikan model bisnis dalam bentuk visual, BMC memungkinkan pemilik Bypocut untuk melihat secara keseluruhan elemen bisnisnya dengan lebih jelas, sehingga memudahkan dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan, serta peluang dan ancaman yang ada. Selain itu, BMC membantu dalam mengidentifikasi dan mencari solusi masalah yang tengah dihadapi oleh Bypocut, seperti penurunan omzet penjualan dan faktor-faktor yang mempengaruhinya, seperti pemasaran, produksi, dan kemitraan bisnis. Dengan demikian, pemilik usaha dapat lebih terfokus pada permasalahan yang perlu diatasi. Berdasarkan dari uraian tersebut, maka penelitian ini akan membahas mengenai evaluasi model bisnis dan perancangan model bisnis Bypocut yang baru.

I.2 Perumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Bypocut saat ini jika dipetakan dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis Bypocut dengan menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana usulan model bisnis Bypocut yang baru jika dirancang dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Tugas Akhir

Penelitian yang dilakukan dalam tugas akhir ini memiliki beberapa tujuan, yakni:

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

I.4 Manfaat Tugas Akhir

Dari penelitian yang dilakukan, diharapkan ada beberapa manfaat, baik bagi perusahaan maupun masyarakat pada umumnya. Manfaat tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Membantu Bypocut dalam meningkatkan kinerja perusahaan, dalam hal ini adalah meningkatkan pendapatannya.

I.5 Sistematika Penulisan

BAB I Pendahuluan

Bab ini berisikan penjelasan rinci mengenai latar belakang masalah yang diangkat. Selanjutnya akan dijelaskan rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini tercantum teori-teori atau kajian pustaka yang sesuai dan sejalan dengan topik yang diangkat. Pada bab ini juga tercantum metode apa yang dipilih beserta alasan yang mendukungnya.

BAB III Metodologi Penyelesaian Masalah

Bab ini menjelaskan penyelesaian masalah secara lengkap dan rinci. Pada bab ini terdapat penjelasan mengenai pendefinisian tahapan penyelesaian masalah, mekanisme pengumpulan data, serta mekanisme pengujian dan evaluasi usulan model bisnis dan penjelasan penerapannya

BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data serta Perancangan Model Bisnis

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

BAB V Analisis

Bab ini berisikan penjelasan mengenai tahapan verifikasi dan validasi serta analisis hasil.

BAB IV Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian serta terdapat saran yang ditujukan kepada objek penelitian.