

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Ayam Baik merupakan usaha dibidang kuliner, usaha ini termasuk dalam kategori Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Ayam Baik didirikan oleh Hiki Nurhikmah pada tahun 2016 di jl. Sukabirus no 63, Dayeuhkolot, Kabupaten Bandung.



Gambar 1.1 Logo Ayam Baik

Sumber: Pemilik Ayam Baik (2024)

Ayam Baik hingga saat ini memiliki lebih dari 30 variasi menu makanan dan minuman yang ditawarkan seperti ayam goreng, tumisan sayur, sate, dan lain-lain. Menu favorit pada Ayam Baik adalah ayam goreng jumbo kremes, ayam jumbo kremes merupakan ayam goreng dengan ukuran jumbo disajikan dengan nasi hangat dan taburan kremesan tepung goreng di atasnya.

Ayam		Gorengan	
Ayam Goceng	5k	Tahu	1k
Ayam Sedang	10k	Tempe	1k
Ayam Jumbo	15k	Kol Goreng	2k
(Baek/Kremes/Serundeng)		Mendoan	3k
Ayam Ranger	16k	Perkedel Jagung	3k
(Merah/Kuning/Hijau)		Perkedel Kentang	3k
		Telur Ceplok/Dadar	4k
		Telur Ceprek	6k
		Kulit Krispy	10k
Sayur		Minuman	
Cah Kangkung	5k	Es Teh Biasa	3k
Cah Toge Tahu	5k	Es Teh Tawar Jumbo	3k
Bening Bayam	5k	Es Nutrisari	3k
Sop Bakso	8k	Le Minerale	4k
Sop Sosis	8k	Es Teh Manis Jumbo	5k
Sop Ayam	10k	Es Teh Tarik	5k
Tongseng Ayam	15k	Es Lemon Tea	5k
		Es Jeruk	5k
Sate		Paket Baek	
Sate Usus	2k	3T (Nasi + Telur Ceplok/Dadar + Tahu + Tempe)	10k
Sate Kulit	3k	Tanggal Tua (Nasi + Ayam Goceng)	10k
		Petengahan Bulan (Nasi + Ayam Ceban)	15k
		Tanggal Muda (Nasi + Ayam Jumbo + Tahu + Tempe)	20k
		Paket Ranger (Ayam Merah/Kuning/Hijau + Nasi)	21k

+62 899-9559-000

AVAILABLE ON GOTOFOOD GRAB SHOPEE

Gambar 1.2 Daftar Menu Ayam Baek

Sumber: Pemilik Ayam Baek (2024)

Target pasar Ayam Baek Merupakan mahasiswa Telkom University dengan tujuan menciptakan suasana makanan rumah untuk mahasiswa yang rindu dengan kampung halamannya. Selain itu, Ayam Baek menawarkan bebas ambil nasi, sambal, dan juga kremes sebagai daya tarik untuk mahasiswa.

Jumlah karyawan saat ini sebanyak lima orang dengan pembagian tiga orang dibagian produksi dan dua orang dibagian jaga toko. Hiki Nurhikmah selaku pemilik Ayam Baek hingga saat ini menjalankan usahanya dengan mandiri dari awal permodalan hingga berjalannya usaha saat ini.

Ayam Baek beroperasi selama 11 jam dari jam 10.00 hingga jam 21.00. Penjualan saat ini Ayam Baek memiliki dua sistem, yaitu offline dan online. Penjualan offline berdasarkan pemesanan di tempat dan take away sedangkan penjualan online berdasarkan pesanan pada Go Food, Grab Food, dan Shopee Food.

1.2 Latar Belakang

Pasca pandemi Covid 19 melanda Indonesia, pertumbuhan ekonomi mulai bertumbuh ke arah positif, salah satunya pada sektor Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) yang perlahan mulai bangkit (Kementerian Keuangan, 2022). UMKM merupakan pondasi ekonomi Indonesia dan salah satu sektor bisnis yang secara signifikan meningkatkan pertumbuhan ekonomi internal Indonesia (Wahyuningtyas dkk., 2018). Menurut (Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2022) UMKM berperan besar dalam pemulihan ekonomi nasional, 64,2 juta UMKM menyumbang 61% PDB Indonesia dan menyerap 97% tenaga kerja, sekitar 119,6 juta orang.

**Tabel 1.1 Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten (Unit)
Provinsi Jawa Barat, 2020-2022**

Kabupaten	Banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten (Unit)		
	2020	2021	2022
Bogor	52.852	45.013	43.138
Sukabumi	52.953	51.796	51.307
Cianjur	37.807	44.089	36.331
Bandung	42.385	40.136	41.220
Garut	54.630	62.842	69.365
Tasikmalaya	53.601	46.132	77.632
Ciamis	28.161	29.628	30.454
Kuningan	9.374	16.180	11.317
Cirebon	19.455	18.053	21.939

Majalengka	28.762	26.634	33.468
Sumedang	16.166	19.160	24.739
Indramayu	15.052	16.481	18.946
Subang	25.091	18.014	16.958
Purwakarta	11.566	14.504	13.486
Karawang	15.257	14.239	15.410
Bekasi	20.315	20.610	19.111
Bandung Barat	12.005	22.366	20.213
Pangandaran	28.111	12.906	32.043

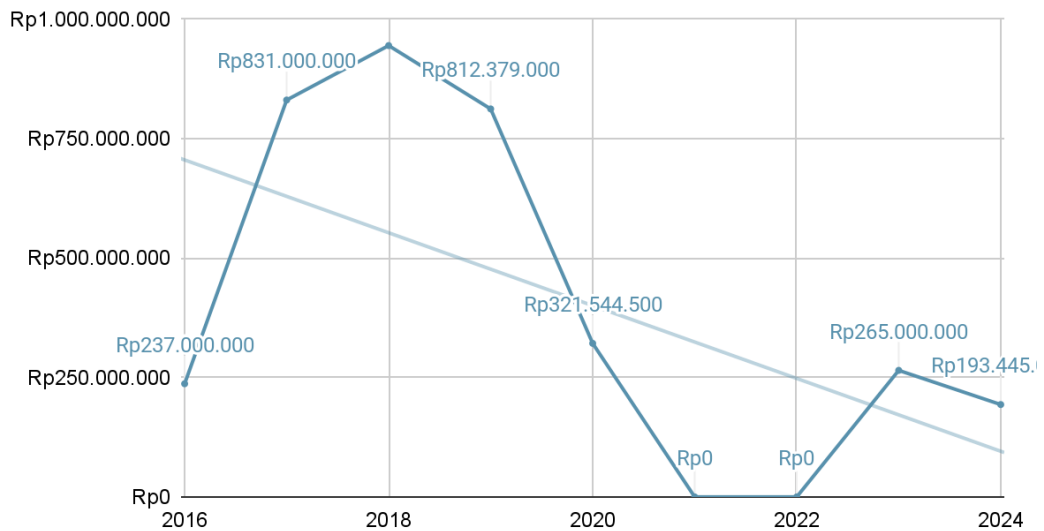
Sumber: jabar.bps.go.id

Berdasarkan Tabel 1.1 selama tahun 2020-2022 terjadi perubahan fluktuatif pasca Covid 19, terutama pada tahun 2021 banyak dari daerah Kabupaten mengalami penurunan pelaku usaha. Salah satunya Kabupaten Bandung pada tahun 2020-2022 mengalami penurunan sebesar 2.333 pelaku usaha. Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kabupaten Bandung (2021) penyebab dari fluktuatif pelaku usaha adalah banyak UMKM Kabupaten Bandung memiliki keterbatasan modal, kemampuan sumber daya manusia (SDM) yang rendah, pelaku usaha masih berbadan hukum perorangan dan permasalahan akuntabilitas (pelaku usaha belum memiliki administrasi keuangan dan manajemen yang baik).

Ayam Baik merupakan salah satu pelaku usaha yang terkena dampak dari Covid 19, terpaksa tutup selama dua tahun dari tahun 2020 hingga 2023. Pada tahun 2023 bulan Februari Ayam Baik Mulai mencoba beroperasi kembali dengan membuka gerai baru ditempat yang berbeda, setelah berjalan satu tahun dibukanya Ayam Baik, pendapatan usaha menurun dari tahun sebelum Ayam Baik tutup toko

karena Covid 19. Berikut merupakan grafik dari pendapatan Ayam Baek dari tahun 2016-2024:

Pendapatan Tahunan Ayam Baek Ekspres



Gambar 1.3 Pendapatan Tahunan Ayam Baek Tahun 2016-2024

Sumber: Pemilik Ayam Baek (2024)

Berdasarkan gambar 1.3 Ayam Baek mengalami tren penurunan selama delapan tahun berjalannya bisnis. Pada puncak tertingginya Ayam Baek dapat memiliki omset Rp.945.000.000 pada tahun 2018, namun Ayam Baek tidak dapat mempertahankan pendapatan di tahun berikutnya. Hal ini disebabkan berbagai faktor, salah satunya penutupan gerai pada bulan maret tahun 2020 yang disebabkan Covid-19, sehingga omset tahunannya menurun drastis hingga Rp.321.544.500.

Pada tahun 2023, saat Ayam Baek melanjutkan bisnisnya, mereka menghadapi masalah karena lokasi sebelumnya telah disewa oleh bisnis lain. Akibatnya, Ayam Baek harus mencari tempat baru di dekat lokasi lama. Perubahan lokasi ini berdampak signifikan karena lokasi baru tidak strategis, terhalang oleh gerobak-gerobak yang menghalangi pandangan orang ke toko.

Selain itu, persaingan bisnis makanan saat ini semakin ketat, terutama produk serupa dengan Ayam Baek yaitu menu ayam goreng. Perlu adanya inovasi yang dilakukan Ayam Baek untuk meningkatkan daya saing, sehingga tidak

tertinggal dengan yang lain. Menurut Astuti dkk. (2019) dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat saat ini diperlukannya manajemen yang sistematis dan dapat mengikuti perkembangan zaman dengan mengadopsi teknologi baru

Berdasarkan hasil *preliminary research* yang telah dilakukan penulis melalui wawancara dengan pemilik dari Ayam Baik, menghasilkan kesimpulan dugaan awal penyebab dari penurunan kinerja dan omset bisnis Ayam Baik. Berikut merupakan hasil dari *preliminary research* yang telah dilakukan:

1. **Penurunan Omset:** Terjadi penurunan omset yang signifikan setelah pandemi COVID-19. Sebelumnya, Ayam Baik mampu menjual hingga 300 potong ayam per hari, tetapi sekarang penjualannya hanya sekitar 60-70 potong ayam per hari.
2. **Lokasi yang Kurang Strategis:** Pindah ke lokasi baru yang kurang strategis mengakibatkan visibilitas yang rendah, dengan gerobak-gerobak di depan toko yang menghalangi pandangan. Hal ini mempengaruhi daya tarik dan jumlah pelanggan yang datang.
3. **Persaingan yang Meningkat:** Jumlah pesaing yang menjual ayam meningkat, sehingga Ayam Baik menghadapi kompetisi yang lebih ketat di area baru.
4. **Kurangnya Marketing:** Strategi pemasaran yang minim, terutama kurangnya pemasaran digital, menyulitkan Ayam Baik untuk menjangkau pelanggan baru dan meningkatkan penjualan. Sebelumnya, pemasaran hanya mengandalkan word of mouth, dan meski sudah menggunakan platform seperti Go Food dan Shopee, hasilnya belum optimal.
5. **Pengurangan Menu:** Menu yang tersedia saat ini lebih terbatas dibandingkan sebelumnya, yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan daya tarik produk.
6. **Masalah Distribusi:** Masalah dalam distribusi dan operasional, seperti macet dan masalah kesehatan pegawai, juga menjadi kendala tambahan.

Secara keseluruhan, masalah-masalah ini berdampak negatif pada performa bisnis Ayam Baik, baik dari segi omset maupun visibilitas pasar. Menurut Dinas

Koperasi dan Usaha Kecil Menengah dalam menghadapi masalah pada usaha UMKM, perlu adanya perencanaan strategi dalam melakukan inovasi, diferensiasi pasar, memperlebar jangkauan pasar, dan manajemen biaya (Kompasiana, 2023). Maka dari itu, perlunya analisis mendalam untuk mengetahui penyebab utama terkait masalah pada Ayam Baik dan menyusun strategi baru agar dapat meningkatkan kinerja bisnis secara keseluruhan. Untuk menyusun strategi baru penulis akan menggunakan Business Model Canvas (BMC) sebagai dasar media menyusun strategi baru yang akan diterapkan oleh Ayam Baik. BMC merupakan salah satu alat penyusun strategi untuk mengembangkan, mendesain, dan menggambarkan dari sebuah bisnis model.

Menurut Rahayu dalam (Septian & Yuliatwati, 2023) BMC dapat membantu dalam menghasilkan alternatif strategi seperti pengembangan pasar, peningkatan kualitas dan kuantitas, penambahan SDM, perluasan mitra potensial, dan penambahan modal usaha. BMC sangat cocok digunakan dalam lingkup usaha kecil menengah seperti UMKM Ayam Baik. BMC akan memetakan sembilan blok kunci dalam model bisnis, sehingga nantinya pemilik mudah dalam memahami bisnisnya secara keseluruhan.

Pada penelitian ini, penulis akan merujuk pada penelitian Pasaribu dkk. (2023) yang berisikan mengenai perencanaan strategi baru pada studi kasus XYZ unit usaha *gift-wrapping* yang terletak di Bandung. hasil penelitian ini menunjukkan bahwa BMC dapat merencanakan 11 strategi baru untuk mempertahankan keunggulan kompetitif bisnis XYZ. Disisi lain, pada penelitian ini penulis akan memfokuskan Ayam Baik sebagai objek penelitian ini. maka dari itu penulis mengajukan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Business Model Canvas Pada UMKM Studi Kasus Ayam Baik Di Kabupaten Bandung” sebagai judul penelitian ini. Adanya penelitian ini, diharapkan dapat membantu dalam memecahkan masalah yang sedang dihadapi Ayam Baik saat ini.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, berikut adalah rumusan masalah yang akan diteliti oleh penulis:

1. Bagaimana Business Model Canvas Ayam Baik saat ini?
2. Bagaimana usulan Business Model Canvas yang baru berdasarkan analisis PESTEL, analisis Five Force, dan Analisis SWOT?
3. Bagaimana Business Model Canvas yang baru berdasarkan strategi pengembangan bisnis yang telah dirumuskan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, berikut adalah tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh penulis:

1. Untuk mengetahui Business Model Canvas yang digunakan Ayam Baik saat ini.
2. Untuk mengetahui usulan Business Model Canvas yang baru berdasarkan analisis PESTEL, analisis Five Force, dan Analisis SWOT.
3. Untuk mengetahui Business Model Canvas yang baru berdasarkan strategi pengembangan bisnis yang telah dirumuskan

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis sebagai berikut:

1. Bagi Pemilik Usaha (Ayam Baik)

Penelitian ini dapat memberikan wawasan mendalam tentang kondisi bisnis saat ini dan strategi pengembangan yang efektif. Dengan menggunakan Business Model Canvas, pemilik usaha dapat memahami lebih baik kekuatan dan kelemahan bisnis mereka, serta peluang dan ancaman di pasar. Hasil penelitian ini diharapkan membantu dalam pengambilan keputusan strategis untuk meningkatkan daya saing dan pertumbuhan usaha.

2. Bagi Pelaku UMKM di Bandung

Studi kasus ini dapat menjadi referensi bagi pelaku UMKM lain di Bandung dalam mengembangkan bisnis mereka. Dengan memahami penerapan Business Model Canvas pada Ayam Baik, pelaku UMKM lain

dapat mengadopsi atau memodifikasi strategi yang relevan untuk diterapkan pada bisnis mereka masing-masing.

3. Bagi Pemerintah dan Lembaga Terkait

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai acuan dalam merumuskan kebijakan dan program pendampingan bagi UMKM. Pemerintah dan lembaga terkait dapat mengidentifikasi kebutuhan dan tantangan yang dihadapi UMKM serta memberikan dukungan yang lebih efektif.

1.5.2 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis sebagai berikut:

1. Pengembangan Literatur Business Model Canvas

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur tentang penggunaan Business Model Canvas dalam konteks UMKM. Dengan studi kasus Ayam Baik, penelitian ini menambah bukti empiris mengenai efektivitas Business Model Canvas dalam membantu UMKM mengidentifikasi dan merancang strategi bisnis yang lebih baik.

2. Pengayaan Pengetahuan di Bidang Manajemen Strategi

Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memperkaya pengetahuan di bidang manajemen strategi, khususnya dalam konteks pengembangan bisnis UMKM. Temuan dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi akademisi dan praktisi dalam mengkaji dan mengembangkan strategi bisnis untuk UMKM.

3. Dasar untuk Penelitian Lanjutan

Penelitian ini dapat menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengeksplorasi lebih dalam tentang penerapan Business Model Canvas pada berbagai jenis usaha dan sektor industri lainnya. Selain itu, penelitian ini dapat menginspirasi studi komparatif antara UMKM di berbagai daerah atau negara.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan. Latar belakang menjelaskan alasan pemilihan topik dan relevansinya. Rumusan masalah memuat pertanyaan yang akan dijawab. Tujuan penelitian merinci sasaran yang ingin dicapai. Manfaat penelitian menguraikan kontribusi praktis dan teoritis, sedangkan sistematika penulisan memberikan gambaran umum tentang struktur laporan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Menyajikan kajian teori dan penelitian terdahulu yang relevan. Landasan teori mencakup konsep-konsep utama seperti Business Model Canvas dan strategi pengembangan bisnis. Penelitian terdahulu mengulas studi yang sudah ada untuk mengidentifikasi kesenjangan. Kerangka pemikiran menyusun alur analisis masalah, dan hipotesis penelitian diuraikan jika diperlukan.

BAB III METODE PENELITIAN

Menjelaskan metode yang digunakan, termasuk desain penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan prosedur penelitian. Desain penelitian merinci jenis dan struktur penelitian. Subjek dan objek penelitian menjelaskan siapa dan apa yang diteliti. Teknik pengumpulan data dan analisis data menjelaskan cara mendapatkan dan mengolah data, sementara prosedur penelitian menguraikan langkah-langkah pelaksanaan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Menyajikan hasil yang diperoleh dari penelitian dan pembahasannya. Hasil penelitian berisi data dan temuan yang dihasilkan. Analisis dan pembahasan mengaitkan hasil dengan teori dan kerangka pemikiran yang telah diuraikan di bab sebelumnya, serta menginterpretasi data dan implikasinya.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Memberikan kesimpulan dari penelitian dan saran-saran yang relevan. Kesimpulan menjawab rumusan masalah berdasarkan temuan penelitian. Saran memberikan rekomendasi praktis bagi Ayam Baik dan pelaku UMKM lainnya serta usulan untuk penelitian lanjutan.