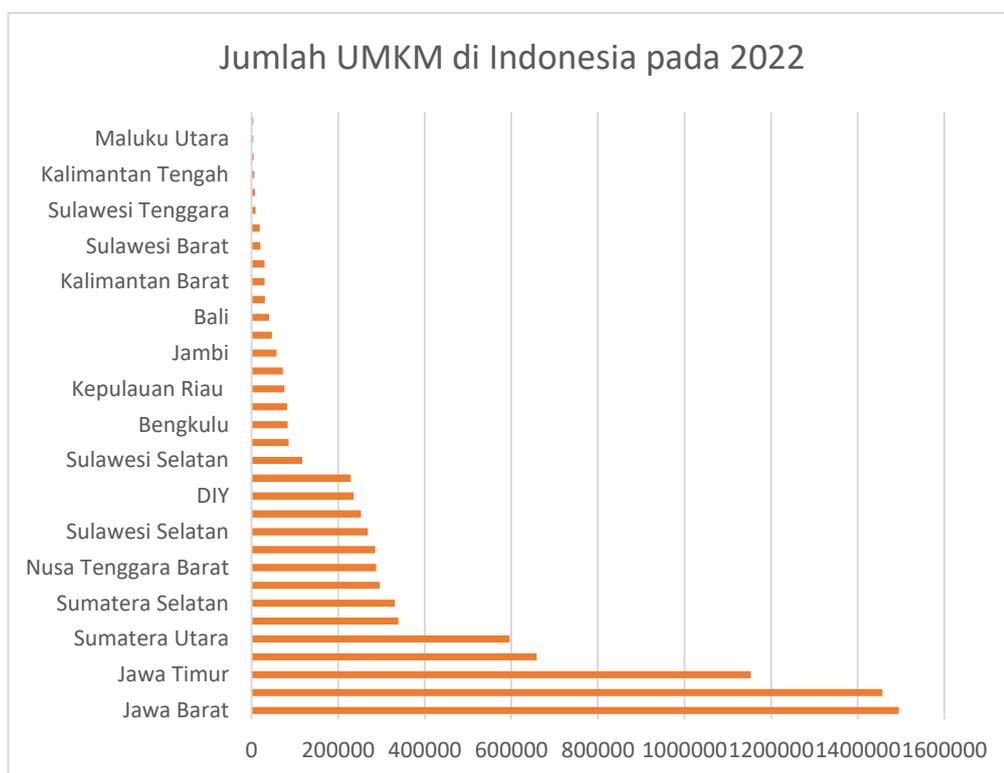


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil Menengah atau UMKM adalah kategori usaha yang banyak dijalani oleh masyarakat Indonesia dan menjadi salah satu penggerak roda perekonomian nasional. Berdasarkan UU 20/2008 UMKM, diketahui bahwa definisi dari UMKM adalah usaha produktif milik perorangan dan atau badan usaha perorangan yang memiliki aset maksimal sebesar 10 milyar rupiah dan omset maksimal sebesar 50 milyar rupiah. Jumlah pelaku UMKM yang tercatat sudah mendaftarkan bisnisnya di platform *Online Single Submission* (OSS) mencapai 8.71 juta pada 2022 dengan Jawa Barat sebagai provinsi dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia (Anastasya, 2023).

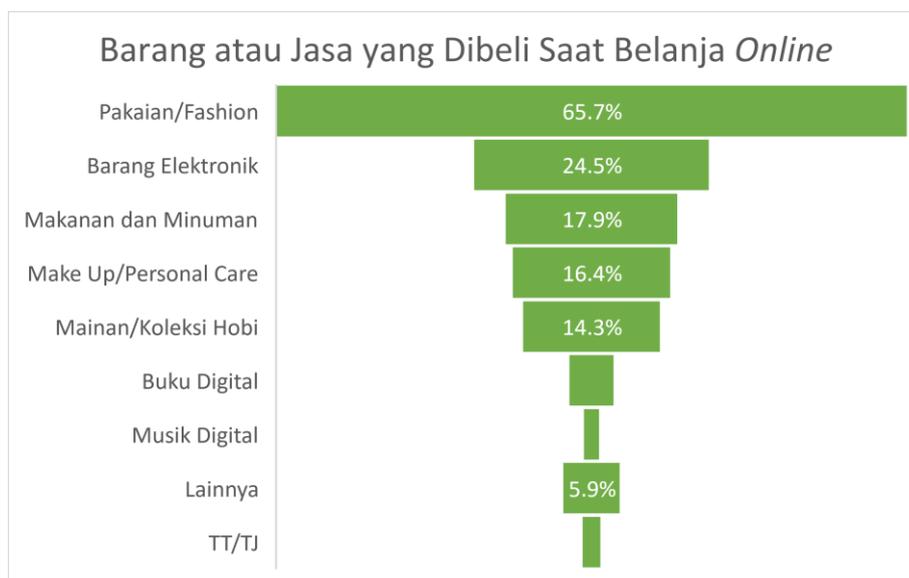


Gambar I. 1 Jumlah UMKM di Indonesia pada 2022

Sumber : UMKINDONESIA.ID (Anastasya, 2023)

Usaha bidang *fashion* di Indonesia terus berkembang setiap tahunnya dan menjadi salah satu perwujudan dari inovasi dan kreatifitas dari pelaku usaha dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Perkembangan teknologi juga menjadi faktor yang mendorong konsumsi masyarakat Indonesia terhadap *fashion* yang lebih luas dan beragam. Pertumbuhan ekonomi yang baik membuat daya beli masyarakat juga meningkat di pasar domestik. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (2022), diketahui bahwa komoditas pakaian dan alas kaki mengalami peningkatan permintaan pada April 2023 sebesar 0.61% dari sebelumnya.

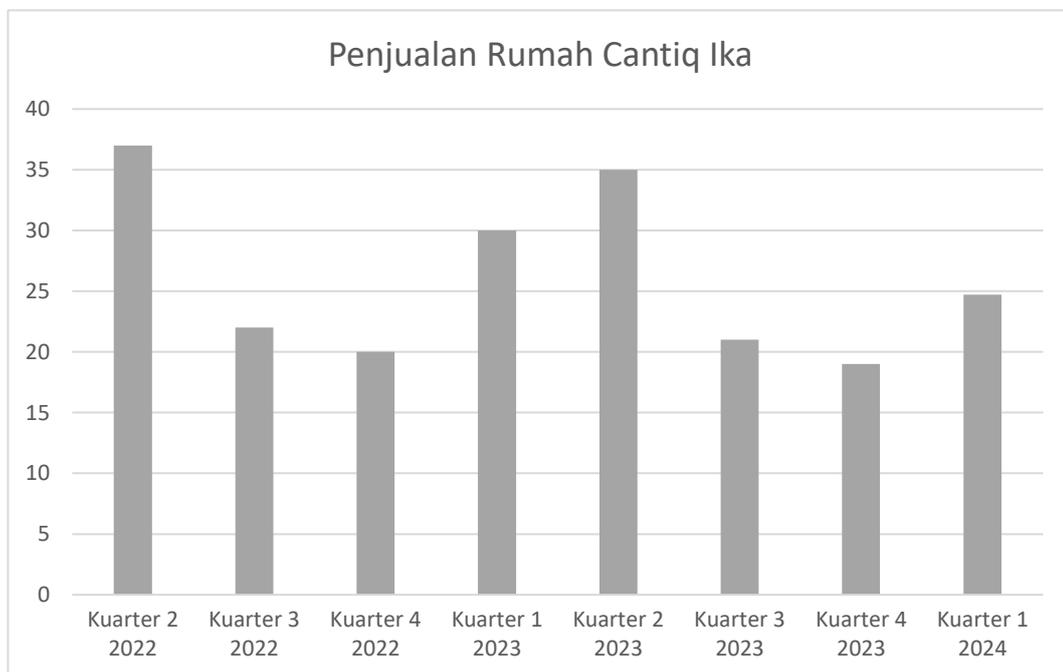
Perkembangan teknologi yang ada memungkinkan masyarakat untuk melakukan pembelian produk atau jasa lebih mudah dan efisien dengan adanya *e-commerce*. Jain, Malviya, dan Arya (2021) menyatakan bahwa *e-commerce* disebut juga sebagai perdagangan elektronik yang berarti bahwa sebuah media elektronik dan internet digunakan untuk bertransaksi barang atau jasa. Indonesia memiliki banyak *e-commerce* lokal yang berkembang pesat diiringi dengan perubahan metode konsumsi masyarakat. Hasil survei yang dilakukan oleh databoks.id mencatat bahwa Masyarakat Indonesia membeli pakaian/*fashion* sebagai produk yang paling banyak dibeli secara *online* pada tahun 2022.



Gambar I. 2 Barang atau jasa yang dibeli saat belanja *online* tahun 2022

Sumber : databoks (Dihni, 2022)

Jawa Barat menjadi provinsi penghasil UMKM terbesar di Indonesia dan Rumah Cantiq Ika adalah salah satu usaha yang bergerak di bidang *fashion* yang terletak di Depok, Jawa Barat. Rumah Cantiq Ika sudah berdiri sejak 2013 dan menjual produk *handmade* mulai dari baju, celana, tas, dan lain sebagainya secara *online* lewat platform media sosial dan *e-commerce*. Produk yang dijual di Rumah Cantiq Ika lebih berfokus pada produk dengan corak batik, tetapi juga masih menerima pesanan *custom* sesuai dengan keinginan konsumen. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan bersama dengan pemilik dari Rumah Cantiq Ika, diketahui bahwa usaha ini telah mengalami penurunan penjualan. Berdasarkan tabel di bawah diketahui bahwa penjualan dari Rumah Cantiq Ika cenderung menurun dan hanya tinggi menjelang Idul Fitri. Penjualan pada akhir kuartar 1 pun tidak setinggi pada Idul Fitri tahun sebelumnya.



Gambar I. 3 Penjualan Rumah Cantiq Ika

Tabel I. 1 Pendapatan Beserta Kenaikan atau Penurunan

Bulan	Total Pendapatan	Kenaikan/Penurunan
Kuartar 2 2022	Rp 2,624,283	
Kuartar 3 2022	Rp 2,191,945	-16%
Kuartar 4 2022	Rp 2,012,727	-8%
Kuartar 1 2023	Rp 2,967,649	47%
Kuartar 2 2023	Rp 3,356,464	13%
Kuartar 3 2023	Rp 2,053,420	-39%
Kuartar 4 2023	Rp 2,042,352	-1%
Kuartar 1 2024	Rp 2,282,170	12%

Data pendapatan yang disajikan menunjukkan tren penurunan yang cukup signifikan dari waktu ke waktu. Meskipun terdapat beberapa periode peningkatan, secara keseluruhan, penurunan ini menjadi perhatian penting yang perlu segera ditindaklanjuti dengan terlebih dahulu mengidentifikasi akar pemasalahannya. Terdapat beberapa akar masalah yang menyebabkan UMKM Rumah Cantiq Ika mengalami penurunan pendapatan sebagai berikut.

1. Method

Pemanfaatan potensi Rumah Cantiq Ika masih kurang optimal dibandingkan dengan kompetitor yang sudah lebih unggul dalam memberikan informasi lengkap di Shopee, Instagram, Facebook, dan TikTok. Kompetitor telah mencantumkan detail produk, harga, cara pemesanan, dan sebagainya sedangkan Rumah Cantiq Ika belum menyediakan informasi serinci itu. Hal ini membuat calon pelanggan lebih mudah memilih kompetitor karena kemudahan akses informasi. Selain itu, Rumah Cantiq Ika belum hadir di TikTok, sementara kompetitor seperti Callie Tamami telah berhasil memanfaatkan platform tersebut dengan puluhan ribu pengikut dan penjualan tinggi. Berikut adalah perbandingan pengelolaan sosial media untuk memasarkan produk antara Rumah Cantiq Ika dengan kompetitor.

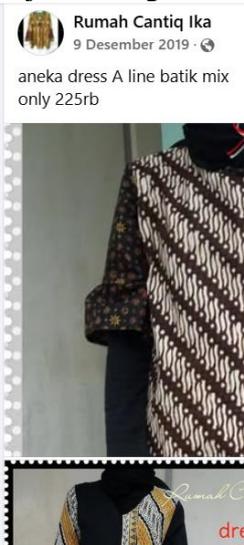
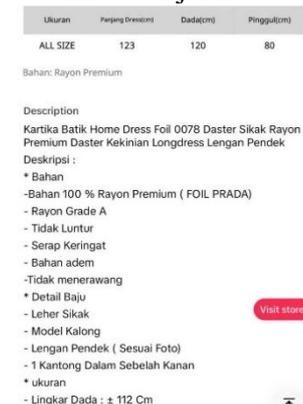
Tabel I. 2 Perbandingan Pengelolaan Sosial Media

Sosial Media	Rumah Cantiq Ika	Kartika Batik Collection	Callie Tamami
Shopee	Shopee - 130 pengikut - 17% performa chat Pengelolaan Shopee	Shopee - 1,3 ribu pengikut - 4,9/5,0 rating - 93% performa chat Kartika Batik Collection	Shopee - 132,7 ribu pengikut - 4,9/5,0 rating 88% performa chat Akun Shopee dari

Tabel I. 2 Perbandingan Pengelolaan Sosial Media (Lanjutan)

	<p>untuk produk Rumah Cantiq Ika hanya menuliskan jenis batik dan sedikit sekali penjelasan terkait ukuran, jenis bahan, dan sebagainya.</p> 	<p>melengkapi informasi produk pada akun Shopeenya dengan sangat lengkap seperti ukuran produk, penjelasan bahan yang digunakan, sampai dengan catatan tambahan untuk pelanggan yang akan membeli produk tersebut.</p> 	<p>Callie Tamami menyediakan informasi terkait dengan ukuran serta bahan yang digunakan oleh produk terkait.</p> 
<p>Instagram</p>	<p>Instagram : 539 pengikut Rumah Cantiq Ika hanya memberikan informasi terkait dengan ukuran produk tersebut.</p> 	<p>Instagram - 4.083 pengikut - Ada linktree Kartika Collection menambahkan informasi terkait bahan dan informasi berat yang n yang direkomendasikan. Kartika Collection juga menambahkan informasi terkait linktree yang berisi website usaha dan link Shopee.</p> 	<p>Instagram - 294 ribu pengikut - Ada linktree Callie Tamami memberikan informasi produk dengan lengkap mencakup ukuran produk, jenis bahan yang dipakai, dan informasi terkait pengiriman produk. Callie Tamami menambahkan linktree yang berisi akun WA, TikTok, Shopee, sampai Tokopedia dari bisnis.</p>

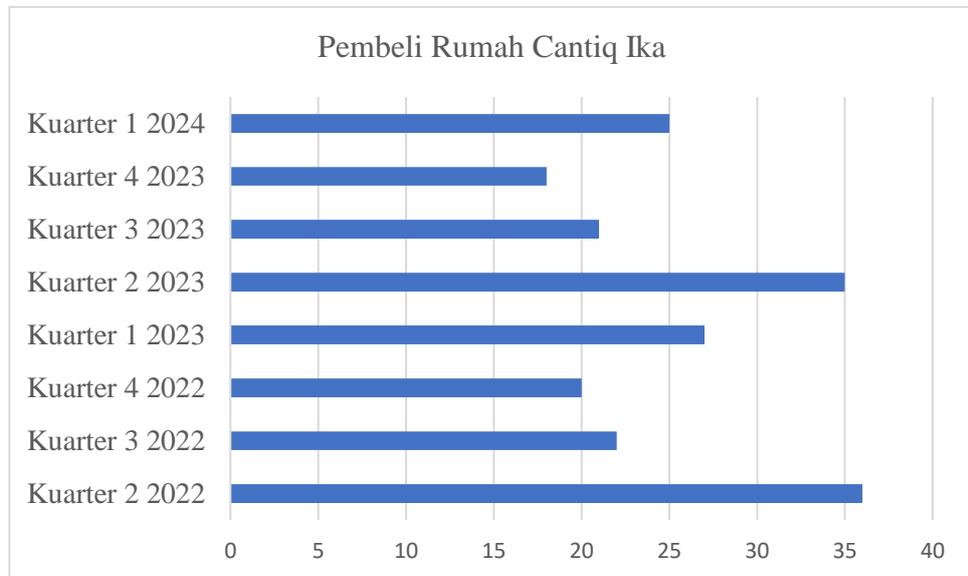
Tabel I. 2 Perbandingan Pengelolaan Sosial Media (Lanjutan)

			 <p>callie_tamami ORDER : Klik link di Bio (Stock rebutan) A 6705 Kaluna Tops Harga WA : IDR 145.000- (khusus Wa beli 2 ke atas disc @ 10rb boleh mix model) SHOPEE/ TOKPED/ TIKTOK : IDR 135.000 per pcs Bahan : Katun Poplin (Polos), Batik (Motif) Size : Standard dan bigsize STANDARD Ld : 110 cm Kerung lengan : 54 cm Panjang : 65 cm BIGSIZE Ld : 120 cm Kerung lengan : 56 cm Panjang : 68 cm SETIAP HARI ADA PENGIRIMAN (SENIN - MINGGU)</p>
FB	<p>FB : 533 pengikut Informasi pada FB Rumah Cantiq Ika berisi tentang jenis baju dan harga.</p>  <p>Rumah Cantiq Ika 9 Desember 2019 · 🌐 aneka dress A line batik mix only 225rb</p>	<p>FB : 3 ribu pengikut Kartika Collection mengelola produknya pada FB lengkap seperti ukuran baju, seru warna, bahan, berat badan yang direkomendasikan, dan cara membuat pesanan kepada calon pelanggan.</p>  <p>Kartika Batik collection 22 Juni 2023 · 🌐 ✦ Klok Tangan Kancing ✦ Code: 0807 Klok Tgn Kcg Seri: 5 Warna ✔ LD: 124 cm ✔ PB: 102 cm ✔ Bb Model 65 kg ✔ Muat sampai 88 75 kg ✔ Bahan: Rayon Viscose Order Now Wa: 0812 9033 282 Shopee: KARTIKABATIK_OFFICIALSTOREA Tokped: Kartika batik official TikTok: Kartika_batikcollection Untuk info lebih lanjut bisa langsung chat ad Model dan motif terbaru di Wa status Terima kasih Happy shopping 🥰🥰🥰 #kartikabatikcollection #dastercantik #dasterkartikabatik #cintaprodukIndonesia</p>	<p>FB : 5,8 ribu pengikut Callie Tamami menambahkan informasi sangat lengkap dalam produknya mulai dari nama, harga, pemesanan, ukuran standar, dan informasi terkait pengiriman serta sosial media yang berkait</p>  <p>Callie Tamami Fashion 24 Januari pukul 18.58 · 🌐 ORDER : Klik link di Bio (Stock rebutan) A 6705 Kaluna Tops Harga WA : IDR 145.000- (khusus Wa beli 2 ke atas disc @ 10rb SHOPEE/ TOKPED/ TIKTOK : IDR 135.000 per pcs Bahan : Katun Poplin (Polos), Batik (Motif) Size : Standard dan bigsize STANDARD Ld : 110 cm Kerung lengan : 54 cm Panjang : 65 cm BIGSIZE Ld : 120 cm Kerung lengan : 56 cm Panjang : 68 cm SETIAP HARI ADA PENGIRIMAN (SENIN - MINGGU) ORDER KLIK LINK DI BIO atau : TOKPED : Callietamami SHOPEE : Callietamami</p>
TikTok	Tidak ada	<p>TikTok : - 3.467 pengikut - 128 item terjual</p>  <p>Bahan: Rayon Premium Description Kartika Batik Home Dress Foil 0078 Daster Sikak Rayon Premium Daster Kekinian Longdress Lengan Pendek Deskripsi : * Bahan - Bahan 100 % Rayon Premium (FOIL PRADA) - Rayon Grade A - Tidak Luntur - Serap Keringat - Bahan adem - Tidak menerawang * Detail Baju - Leher Sikak - Model Kalong - Lengan Pendek (Sesuai Foto) - 1 Kantong Dalam Sebelah Kanan * ukuran - Lingkar Dada : ± 112 Cm</p>	<p>TikTok : - 69 ribu pengikut - 23,9 ribu terjual</p>  <p>Description REAL PIC! MANUFACTURED BY CALLIETAMAMI Harga di TIKTOK SHOP sudah dipotong 10rb (tida minimum order) Selama kuantitas barang masih ada artinya masih boleh langsung Checkout. Bahan full cotton, motif cantik, unik design origina CallieTamami Bahan : Katun Poplin (Polos), Batik (Motif) Size : Standard dan Bigsize STANDARD Ld : 108 cm Kerung lengan : 52 cm</p>

2. *Man*

Jumlah pembeli produk Rumah Cantiq Ika, dari Kuartar 2 tahun 2022 hingga Kuartar 1 tahun 2024 mengalami penurunan. Jumlah pembeli tinggi tercatat pada Kuartar 2 tahun 2022, mendekati 40 pembeli, dan kembali meningkat signifikan pada Kuartar 2 tahun 2023. Peningkatan ini disebabkan oleh momen Idul Fitri, ketika permintaan baju batik meningkat untuk keperluan perayaan. Namun, di luar momen tersebut, jumlah pembeli secara keseluruhan menunjukkan tren menurun dari waktu ke waktu. Pada kuartar terakhir di grafik, momen Idul Fitri tidak memberi kenaikan seperti pada tahun-tahun sebelumnya.

Tabel I. 3 Pembeli Rumah Cantiq Ika



3. *Measurement*

Salah satu alasan penurunan penjualan di Rumah Cantiq Ika adalah karena belum ada analisis kinerja usaha yang dilakukan secara sistematis. Dalam wawancara dengan pemilik, diketahui bahwa selama ini tidak ada evaluasi yang mendalam terkait kinerja usaha, baik itu dari sisi penjualan, pemasaran, maupun operasional. Tanpa adanya analisis yang memadai, akan sulit untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap penurunan penjualan. Hal ini membuat pengambilan keputusan yang tepat menjadi lebih sulit, sehingga strategi yang diterapkan kurang optimal.

4. Environment

Berdasarkan analisis perbandingan harga pada aplikasi Shopee, menunjukkan bahwa kisaran harga pakaian Rumah Cantiq Ika yaitu Rp95.000,00 hingga Rp190.000,00, merupakan yang tertinggi dibandingkan kompetitornya. Kartika Batik Collection menawarkan harga lebih terjangkau di kisaran Rp71.249,00 hingga Rp104.500,00, sementara Callie Tamami berada di rentang Rp112.100,00 hingga Rp137.750,00, dan Batik Buana Rp97.850,00 hingga Rp144.400,00. Hal ini menunjukkan bahwa Rumah Cantiq Ika memiliki variasi harga yang lebih luas, tetapi menghadapi persaingan dari kompetitor dengan segmen harga lebih rendah. Hal ini dapat berarti bahwa memang banyak kompetitor Rumah Cantiq Ika yang menawarkan harga yang lebih rendah. Berikut adalah perbandingan untuk harga khusus pakaian dari Rumah Cantiq Ika dan kompetitor bisnisnya.

Tabel I. 4 Perbandingan Harga Kompetitor

	Rumah Cantiq Ika	Kartika Batik Collection	Callie Tamami	Batik Buana
Kisaran harga pakaian	Rp95.000,00 – Rp190.000,00	Rp71.249,00 – Rp104.500,00	Rp112.100,00 – Rp137.750,00	Rp97.850,00 – Rp144.400,00
	 <p>blus asimetris unik Rp95.000</p>	 <p>Kartika Batik Daster Chibi 0160 Tali 4 Lengan P... Rp71.249 -5%</p>	 <p>CallieTamami - A 6626 Charmaine Flory Tops Rp112.100</p>	 <p>Eleanor Batik Top - Batik Wanita - Atasan Batik... Rp97.850</p>
	 <p>Tunic wayang Rp189.050</p>	 <p>Kartika Batik Home Dress Yb 0011 Sackdress K... Rp104.500</p>	 <p>CallieTamami - R 6614 Kate Knit Tops (Bahan lem... Rp137.750</p>	 <p>Gisele Batik Skirt - Rok Batik Wanita - Batik premiu... Rp144.400</p>

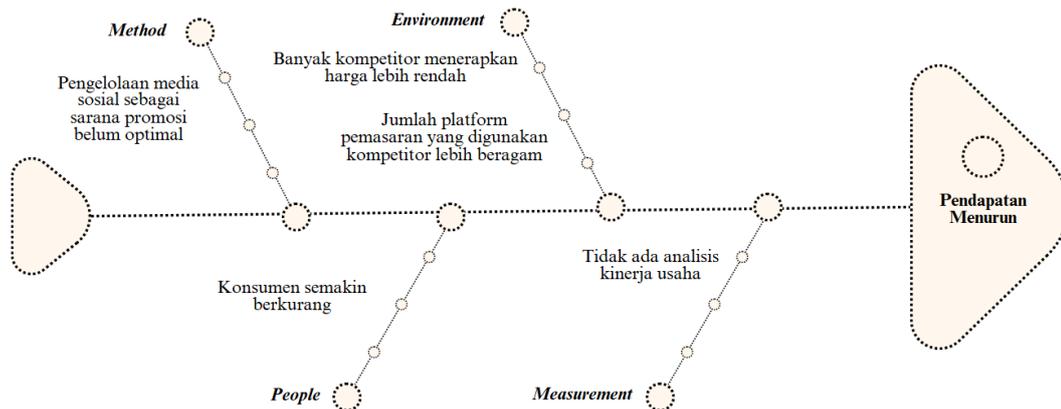
Berdasarkan tabel di bawah, terlihat bahwa kompetitor Rumah Cantiq Ika, seperti Kartika Batik Collection, Callie Tamami, dan Batik Buana, memanfaatkan lebih banyak platform media sosial untuk pemasaran. Sementara Rumah Cantiq Ika

hanya menggunakan Facebook, Instagram, dan Shopee, kompetitor lainnya juga aktif di platform TikTok dan WhatsApp Business. Hal ini menunjukkan bahwa kompetitor memiliki strategi pemasaran yang lebih luas, dengan memanfaatkan berbagai saluran untuk menjangkau konsumen yang lebih beragam. Dengan keberadaan di lebih banyak platform, mereka berpotensi meningkatkan visibilitas merek dan menarik lebih banyak pelanggan dibandingkan Rumah Cantiq Ika.

Tabel I. 5 Perbandingan Sosial Media Kompetitor

	Rumah Cantiq Ika	Kartika Batik Collection	Callie Tamami	Batik Buana
Sosial Media	Facebook	Facebook	Facebook	Facebook
	Instagram	Instagram	Instagram	Instagram
	Shopee	TikTok	TikTok	TikTok
	WhatsApp biasa	Shopee	Shopee	Shopee
WhatsApp Business		WhatsApp Business		

Permasalahan tersebut di atas kemudian dipetakan dalam Fishbone Diagram berikut ini.



Gambar I. 4 Diagram Fishbone

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan dari lima akar permasalahan yang telah diidentifikasi lewat analisis fishbone diagram, dibuatlah potensi alternatif solusi yang bisa digunakan untuk menyelesaikan masalah tersebut. Berikut adalah alternatif solusi dari tiap akar masalah.

Tabel I. 6 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Pengelolaan media sosial sebagai sarana promosi belum optimal	Perancangan model bisnis dengan <i>Business Model Canvas</i> untuk Rumah Cantiq Ika.
2	Banyak kompetitor menerapkan harga lebih rendah.	
3	Konsumen semakin berkurang.	
4	Jumlah platform pemasaran yang digunakan kompetitor lebih beragam	
5	Tidak ada analisis kinerja usaha.	Mengevaluasi kinerja usaha dari berbagai aspek mulai dari keuangan, operasional, produk, dan sumber daya manusia.

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa terdapat lima akar permasalahan yang didapat dari wawancara terhadap pemilik dari Rumah Cantiq Ika. Dari ke lima poin tersebut dipilih potensi solusi yang memungkinkan untuk menyelesaikan masalah. Berdasarkan potensi solusi di atas, dipilihlah solusi yang paling banyak menyelesaikan akar permasalahan yaitu perancangan model bisnis dengan *Business Model Canvas*.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana model bisnis Rumah Cantiq Ika saat ini jika dipetakan dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana Customer Profile dan analisis SWOT pada Rumah Cantiq Ika?
3. Bagaimana rancangan model bisnis baru untuk Rumah Cantiq Ika?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitiannya adalah sebagai berikut.

1. Memetakan model bisnis Rumah Cantiq Ika saat ini dengan *Business Model Canvas*.
2. Mengidentifikasi Customer Profile dan analisis SWOT pada Rumah Cantiq Ika.

3. Merancang model bisnis baru untuk Rumah Cantiq Ika.

I.5 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian di atas, maka manfaat penelitiannya adalah sebagai berikut.

1. Diharapkan dapat memberikan kontribusi yang positif untuk keberlangsungan usaha Rumah Cantiq Ika.
2. Dapat menjadi referensi untuk penelitian sejenis.

I.6 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka batasan penelitiannya adalah sebagai berikut.

1. Variabel penelitian berfokus pada poin yang ada pada *Business Model Canvas* dan aspek pemasaran TikTok.
2. Penelitian ini tidak sampai pada implementasi terhadap model bisnis saat ini.
3. Penelitian ini tidak membahas tentang kelayakan usaha.
4. Penelitian ini tidak membahas aspek finansial.
5. Jangka waktu penelitian adalah Bulan Mei 2024 sampai dengan Januari 2025.

I.7 Sistematika Penulisan

1. Bab 1 Pendahuluan

Pendahuluan menjelaskan tentang latar belakang dari masalah dan kaitannya dengan objek yang akan diteliti. Bagian ini juga berisi juga tentang rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan batasan masalah yang ada pada tugas akhir.

2. Bab 2 Landasan Teori

Landasan teori berisi tentang literatur dan kerangka pemikiran yang sesuai dengan metode yang digunakan dalam tugas akhir. Bagian ini menyertakan konsep dan teori yang relevan dengan topik yang dibahas pada tugas akhir.

3. Metodologi Penyelesaian Masalah

Metodologi penyelesaian masalah adalah bab yang berisi tentang tahap-tahap penyelesaian masalah secara sistematis dan terstruktur. Tahapan pada bagian ini dimulai dari pendefinisian masalah sampai kepada hasil penyelesaian masalah.

4. Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pengumpulan dan pengolahan data adalah bab yang berisi tentang data-data yang telah dikumpulkan dan diolah sedemikian rupa sesuai tahapan pada metode yang telah dipilih.

5. Analisis

Analisis adalah bab yang berisi proses verifikasi dan validasi mengenai hasil dari rancangan yang telah dibuat pada bab sebelumnya. Bagian ini juga berisi tentang dampak dari usulan yang telah dirancang.

6. Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan dan saran berisi tentang kesimpulan dari hasil pembahasan yang sudah dibahas. Saran ditujukan untuk penelitian berikutnya.