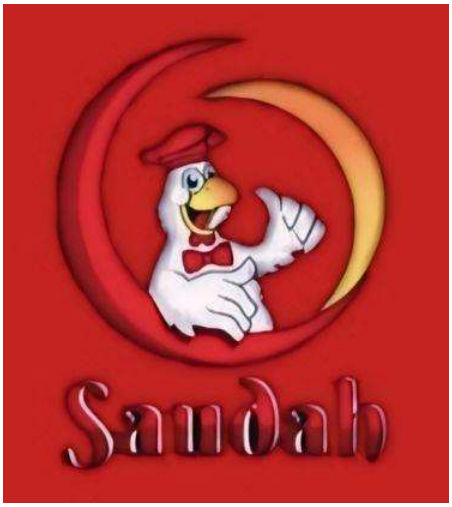
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

Geprek Saudah merupakan sebuah UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang didirikan pada tahun 2019 dan berlokasi di Ruko Pesona Bali, Jl. Raya Bojongsoang No.11A, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Usaha ini bergerak pada industri makanan dan minuman serta berfokus pada penyajian berbagai hidangan seperti ayam bakar, ayam geprek, ayam penyet, hingga mie geprek.



Gambar 1. 1 Logo Geprek Saudah

Sumber: Pemilik Geprek Saudah

Kesuksesan Geprek Saudah didorong oleh cita rasa sambal dan bumbu yang autentik serta penggunaan bahan baku yang berkualitas. di tempat strategis yang mudah diakses oleh masyarakat sekitar. Target konsumen utama pada Geprek Saudah yaitu adalah para keluarga dan mahasiswa yang membutuhkan makanan praktis, terjangkau, dan lezat untuk berbagai keperluan, seperti makan siang, makan malam, atau sekadar camilan di sela aktivitas.

Sebagian besar pelanggan berasal dari lingkungan sekitar Bojongsoang, terutama mereka yang tinggal di kawasan perumahan maupun mahasiswa yang

menetap di area kos. Pelanggan dari kalangan keluarga cenderung mencari makanan yang mudah diakses, berkualitas, dan cocok untuk dikonsumsi bersama anggota keluarga, sementara mahasiswa biasanya mengutamakan makanan yang sesuai dengan selera mereka, ramah di kantong, dan cepat disajikan.

Selain itu, lokasi Geprek Saudah yang berada di kawasan strategis dekat pemukiman dan kampus menjadikannya tempat makan yang relevan bagi pekerja, pelajar, dan masyarakat sekitar. Mereka mengutamakan hidangan yang memadukan cita rasa sambal yang kuat dengan porsi memadai. Dalam aspek penawaran produk, Geprek Saudah menyediakan beragam varian makanan dan minuman yang dirancang untuk memenuhi preferensi konsumen yang beragam. Berikut ini merupakan daftar menu yang tersedia di Geprek Saudah.

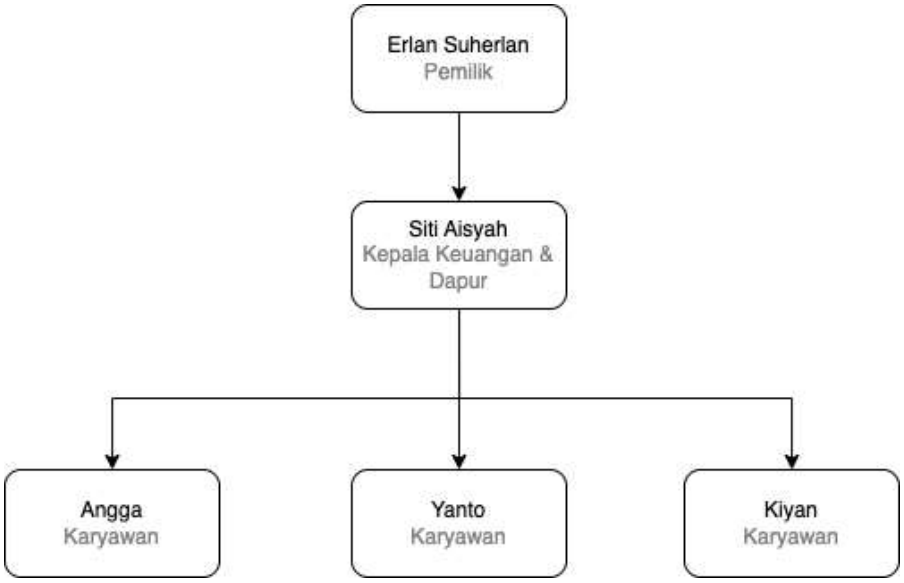
Tabel 1. 1 Produk Geprek Saudah

Menu	Harga
Paket Nasi Ayam Geprek	Rp 16.000,00
Paket Nasi Ayam Crispy Bakar	Rp 19.000,00
Paket Nasi Ayam Goreng	Rp 19.000,00
Paket Nasi Ayam Bakar Madu	Rp 20.000,00
Paket Nasi Ayam Penyet	Rp 20.000,00
Paket Nasi Ayam Penyet Bakar	Rp 21.000,00
Paket Mie Ayam Geprek	Rp 19.000,00
Indomie	Rp 8.000,00
Es Kelapa Muda	Rp 5.000,00
Es Teh	Rp 5.000,00
Es Jeruk	Rp 5.000,00
Air Mineral	Rp 5.000,00

Sumber: Pemilik Geprek Saudah

Geprek Saudah menyediakan layanan makan di tempat dan pemesanan untuk dibawa pulang, sehingga memberikan fleksibilitas kepada konsumen dalam memilih metode konsumsi. Selain itu, usaha ini juga melayani pemesanan dalam jumlah besar untuk berbagai keperluan, serta telah terintegrasi dengan layanan aplikasi daring seperti GoFood guna mempermudah pelanggan dalam melakukan pemesanan secara digital.

Sejak awal berdiri, Geprek Saudah telah berkomitmen untuk terus menyajikan hidangan yang berkualitas dan memberikan pelayanan terbaik. Mulai dari pengolahan ayam yang fresh hingga menjaga kepuasan pelanggan yang tercermin dari interaksi ramah dan cepat tanggap yang diberikan oleh seluruh staf. Adapun mengenai struktur organisasi yang ada pada Geprek Saudah adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Geprek Saudah

Sumber: Pemilik Geprek Saudah

1.2 Latar Belakang Penelitian

Menurut KEMENKOP UKM Republik Indonesia pada tahun 2023, jumlah unit usaha di Indonesia mencapai 65,5 juta, meningkat sebesar 1,7 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Dari total tersebut, usaha mikro mendominasi dengan porsi 97 persen, diikuti oleh usaha kecil sebesar 2 persen, dan usaha menengah sebanyak 1 persen. Berdasarkan informasi dari Badan Pusat Statistik pada tahun 2023, UMKM memberikan kontribusi signifikan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), mencapai 61 persen atau senilai Rp9.580 triliun, mengalami pertumbuhan sebesar 2,3 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Selain itu, UMKM juga menyerap 97 persen dari total tenaga kerja nasional, menegaskan peran pentingnya sebagai penggerak utama perekonomian Indonesia sekaligus pencipta lapangan pekerjaan. (KEMENKOP UKM RI, 2024).

Meskipun Indonesia menunjukkan perkembangan dalam bidang kewirausahaan, peringkatnya secara global masih tergolong pada kategori menengah. Berdasarkan data dari Global Entrepreneurship Development Institution (GEDI) tahun 2019, Indonesia menempati urutan ke-75 dari 137 negara, berada di bawah Vietnam. Sementara itu, dalam konteks ekonomi berbasis platform digital, Global Digital Platform Economy Index (GDPEI) menempatkan Indonesia pada posisi ke-76 dari 116 negara, tertinggal dari Filipina dan Kazakhstan. (KEMENKOP UKM RI, 2024).

Dengan banyaknya jumlah unit usaha di Indonesia tetapi tingkat kewirausahaan rendah menunjukkan ada persoalan kualitas kewirausahaannya. Sebagian besar kualitas kewirausahaan pelaku UMKM, termasuk koperasi masih rendah sehingga produktifitas rendah, kurang memiliki inovasi, tidak berkesinambungan, dan pada gilirannya tidak mampu bersaing (KEMENKOP UKM RI, 2024).

Pada sektor makanan dan minuman di Indonesia menunjukkan pertumbuhan sebesar 2,54 persen antara tahun 2020 dan 2021, mencapai nilai Rp775,1 triliun. Sementara itu, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat bahwa produk domestik bruto

(PDB) sektor makanan dan minuman nasional atas dasar harga berlaku (ADHB) pada tahun 2021 mencapai Rp1,12 kuadriliun. Angka ini menyumbang 38,05 persen dari total industri pengolahan nonmigas dan berkontribusi sebesar 6,61 persen terhadap PDB nasional yang tercatat sebesar Rp16,97 kuadriliun. Hal ini tentu mempertegas peranan UMKM dan sektor makanan-minuman sebagai salah satu tulang punggung ekonomi Indonesia (Kementerian Keuangan Republik Indonesia, 2022).

Namun, meskipun UMKM memiliki kontribusi besar terhadap perekonomian nasional, sektor ini tidak terlepas dari tantangan persaingan yang semakin ketat, khususnya di industri makanan dan minuman. Menurut Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Barat (2023), jumlah UMKM di provinsi tersebut pada tahun 2023 mencapai 641.639 unit usaha, di mana Kabupaten dan Kota Bandung menyumbang sebanyak 46.614 UMKM. Tingginya jumlah tersebut mencerminkan persaingan yang sangat ketat. Menurut data dari OECD (2021) banyak UMKM di Indonesia masih mengalami kesulitan dalam melakukan inovasi, baik dalam hal produk, proses bisnis, maupun pemanfaatan teknologi digital. Minimnya inovasi ini menyebabkan stagnasi bisnis, kesulitan menjangkau pasar baru, dan melemahkan daya saing, terutama ketika tren konsumen dan teknologi berubah dengan cepat. Sektor ini dituntut untuk terus adaptif dan kreatif agar tidak tertinggal oleh kompetitor yang lebih responsif terhadap dinamika pasar.

Sebagai contoh studi kasus, warung Ayam Geprek Bajek di Bandung menjadi contoh nyata dari dampak kurangnya inovasi dalam operasional bisnis. Hingga pertengahan tahun 2023, warung ini masih menggunakan metode pembayaran konvensional, yakni tunai, sehingga mengakibatkan antrean panjang dan lambatnya proses transaksi. Hal ini tidak hanya menurunkan kepuasan pelanggan, tetapi juga membatasi efisiensi pelayanan. Melalui intervensi program digitalisasi oleh mahasiswa Telkom University, warung ini akhirnya mengadopsi sistem pembayaran QRIS. Setelah implementasi sistem digital, operasional menjadi lebih

lancar dan pelanggan merasa lebih nyaman. Kasus ini menegaskan bahwa inovasi, meskipun sederhana, seperti digitalisasi pembayaran, sangat penting untuk mempertahankan keunggulan kompetitif, terutama di tengah persaingan yang semakin kompleks (Sugiharto et al., 2023).

Permasalahan yang sama juga terjadi pada UMKM Geprek Saudah. Di tengah banyaknya pelaku usaha di wilayah ini, Geprek Saudah menghadapi tantangan signifikan dalam menjaga daya saing, terutama mengenai inovasi. Dalam pemilihan lokasi, Geprek Saudah memiliki lokasi yang strategis, yaitu terletak di daerah padat pemukiman dan dekat dengan area kampus, yang memberikan keuntungan dari segi potensi pasar, terutama di kalangan mahasiswa dan penduduk sekitar. Namun, lokasi yang strategis ini juga meningkatkan tingkat persaingan, karena banyaknya usaha serupa yang beroperasi di kawasan yang sama. Meskipun telah berada di wilayah yang strategis dan memberikan peluang pasar yang besar, jika tidak didukung oleh strategi pemasaran yang efektif dan inovasi berkelanjutan dalam produk maupun layanan, Geprek Saudah tentu akan sulit mempertahankan daya saingnya.

Geprek Saudah saat ini menghadapi beberapa masalah signifikan yang memengaruhi pendapatannya. Beberapa permasalahan tersebut diantaranya sulitnya untuk menarik pelanggan baru dan pengelolaan keuangan yang belum optimal sehingga dapat mempengaruhi keberlanjutan pada bisnis ini. Dalam tiga tahun terakhir, penjualan Geprek Saudah juga cenderung stagnan dan menurun yang dimana hal ini menunjukkan perlunya perbaikan dalam aspek operasional dan strategi bisnis. Permasalahan ini tentu jika tidak segera diatasi dapat berpotensi menurunkan daya saing Geprek Saudah di pasar yang semakin kompetitif. Berikut adalah data omzet penjualan Geprek Saudah dalam tiga tahun terakhir:

Gambar 1. 3 Data Penjualan Geprek Saudah

Sumber: Pemilik Geprek Saudah (2025)

Putri & Utama (2017) menyatakan bahwa untuk mengevaluasi tingkat kinerja suatu bisnis, diperlukan analisis terhadap total penerimaan yang didapatkan bisnis tersebut dalam rentang waktu tertentu. Berdasarkan grafik total omzet tahunan Geprek Saudah periode 2021–2024, tampak penurunan yang konsisten setiap tahun. Pada 2021, total penjualan mencapai sekitar Rp 814 juta, lalu menurun menjadi Rp 756 juta pada 2022. Penurunan berlanjut ke Rp 674 juta pada 2023, dan sedikit turun lagi ke Rp 672 juta pada 2024. Tren ini menggambarkan tantangan yang semakin berat dalam mempertahankan dan meningkatkan penjualan dari tahun ke tahun. Penurunan ini menunjukkan tantangan yang dihadapi Geprek Saudah dalam mempertahankan daya saing dan performa penjualan di tengah persaingan pasar yang semakin ketat. Adanya penurunan omzet tersebut juga berdampak pada tutupnya beberapa cabang dan pemutusan hubungan kerja beberapa karyawan.

Salah satu metode untuk mengatasi adanya masalah ini adalah dengan menggunakan metode pendekatan *Business model canvas (BMC)*. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010) *BMC* dapat membantu untuk menganalisis sembilan

elemen kunci bisnis secara sistematis, mulai dari segmentasi pelanggan hingga struktur biaya. Hal ini sangat relevan mengingat permasalahan Geprek Saudah yang mencakup berbagai aspek, seperti penurunan omzet dari 70 juta menjadi 55-58 juta rupiah per bulan, kesulitan menarik pelanggan baru, dan pengelolaan keuangan yang belum optimal. Selain itu, *BMC* memungkinkan visualisasi yang jelas tentang keterkaitan antar komponen bisnis, sehingga memudahkan identifikasi pada area yang membutuhkan perbaikan dan pengembangan. Disamping itu, peneliti juga menggunakan metode analisis lainnya yaitu analisis *PESTLE, Porter's Five Forces*, Analisis *VRIO*, dan Analisis *SWOT*, dan untuk mendukung rancangan *BMC* yang baru. Dengan adanya *BMC* yang baru, maka Geprek Saudah diharapkan dapat merancang strategi bisnis yang lebih efektif dengan mempertimbangkan *value proposition* yang unik, mengoptimalkan saluran distribusi, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggan untuk membangun keunggulan kompetitif yang berkelanjutan

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, adapun perumusan masalah terkait penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis UMKM Geprek Saudah saat ini jika dianalisa menggunakan metode pendekatan *Business model canvas*?

2. Bagaimana usulan dari rancangan model bisnis yang dapat diterapkan oleh Geprek Saudah melalui pendekatan *Business model canvas*?

1.4 Tujuan Penelitian

Dengan adanya rumusan masalah tersebut, maka berikut merupakan tujuan dari penelitan yang dilakukan pada UMKM Geprek Saudah:

1. Mengetahui model bisnis UMKM Geprek Saudah saat ini menggunakan metode pendekatan *Business model canvas*.

2. Merancang usulan rancangan model bisnis yang dapat diterapkan oleh Geprek Saudah melalui pendekatan *Business model canvas*.

1.5 Manfaat Penelitian

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen bisnis yang berfokus pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dengan mengintegrasikan pendekatan *Business model canvas*, penelitian ini diharapkan akan memperkaya pemahaman tentang model bisnis yang efektif dan relevan dalam UMKM. Hasil penelitian ini nantinya diharapkan dapat menjadi referensi bagi akademisi dan peneliti lain yang ingin mendalami aspek-aspek manajerial dalam pengelolaan UMKM, khususnya di sektor makanan dan minuman.

Penelitian ini juga secara praktis diharapkan dapat memberikan manfaat melalui strategi bisnis UMKM Geprek Saudah untuk meningkatkan daya saing dan kinerja penjualannya. Melalui analisis yang dilakukan, Geprek Saudah diharapkan dapat mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam model bisnisnya dan

menerapkan perubahan model bisnis yang dapat menarik lebih banyak pelanggan serta merancang penawaran produk yang lebih relevan dan menarik, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penyusunan tugas akhir ini diantaranya:

BAB 1: PENDAHULUAN

Bab ini menggambarkan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan juga sistematika penulisan tugas akhir.

BAB 2: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menggambarkan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian dan juga menguraikan tentang penelitian terdahulu serta memberikan kerangka kerja penelitian untuk mempermudah peneliti melakukan penulisan penelitian.

BAB 3: METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menggambarkan mengenai deskripsi tentang karakteristik penelitian, alat pengumpulan data, dan teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data serta menganalisis data penelitian yang didapatkan.

BAB 4: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menggambarkan pemaparan analisis dari penelitian yang dikerjakan, serta membahas mengenai faktor-faktor yang akan mempengaruhi strategi bisnis yang akan dipilih.

BAB 5: KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan yang didapatkan dari hasil penelitian serta pembahasan pada bab sebelumnya, dan juga memberikan saran-saran sesuai dengan penelitian ini.