

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1. Profil Mirrando Foods and Beverages

PT. Mirrando Foods and Beverages merupakan perusahaan yang berlokasi di Jalan Aduma Bukit Merapin Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia. Usaha MIRRANDO mulai berdiri pada tahun 2013. Pada awalnya, usaha ini muncul karena melimpahnya Jeruk Kunci di wilayah tersebut, yang sebelumnya hanya digunakan sebagai bahan pelengkap makanan. Buah jeruk kunci adalah tanaman lokal asli spesifik yang hanya bisa ditemukan tumbuh dan berkembang baik di Kepulauan Bangka Belitung. Manfaat dari buah jeruk kunci ini, selain mengandung vitamin C sebagai antioksidan, juga sebagai obat tradisional yang berfungsi untuk melegakan tenggorokan ketika sedang batuk pilek. Dari Buah Jeruk Kunci inilah, PT. Mirrando Foods and Beverages memulai usaha mengolahnya menjadi inovasi beberapa produk minuman dan makanan, yaitu *ready to drink*, permen *jelly* Jeruk Kunci, dan Sirup Jeruk Kunci sebagai produk utamanya.

Saat ini, pemasaran produk PT. Mirrando Foods and Beverages sebagian besar dijual ke berbagai toko khusus oleh-oleh di seluruh Kepulauan Bangka Belitung seperti seluruh gerai Gallery di Bangka Belitung dan Plut Bangka Belitung, juga tersebar di beberapa daerah luar seperti Jakarta, Tangerang, Palembang, Yogyakarta, juga terdapat bantuan para *reseller*. Pada tahun 2019 sirup jeruk kunci pernah dikirim ke Busan, Korea Selatan. Selain itu, PT. Mirrando Foods and Beverages juga pernah menjadi salah satu produk dari Bangka Belitung untuk mengikuti pameran di Moskow Rusia. *Event* promosi pameran di luar daerah seperti pameran TEI (Trade Expo Indonesia), dan Pameran Aceh Culinary Festival 2022. Seiring perkembangan era digital saat ini, PT. Mirrando Foods and Beverages melakukan pemasaran produknya dengan merambah di sosial media dan *marketplace* seperti shopee, tokopedia, dan PADI UMKM.

1.1.2 Logo dan Makna Logo

Logo PT. Mirrando Foods and Beverages terinspirasi dari nama keluarga; aMir, heRa, Mirra, dan Nando. Berlatar belakang buah jeruk kunci sebagai bahan baku utama dari produk PT. Mirrando Foods and Beverages. Warna *orange* melambangkan simbol keberuntungan dan kemakmuran dengan penuh semangat, yang berarti usaha ini sebagai pondasi ekonomi keluarga. Warna hijau melambangkan kesehatan alami serta ramah lingkungan. PT. Mirrando Foods and Beverages ingin menegaskan bahwa produk minuman jeruk kunci ini diolah dari buah jeruk kunci asli tanpa pewarna dan pemanis buatan, serta tidak ada limbah yang dapat merusak lingkungan karena semua bahan yang digunakan merupakan bahan yang ramah lingkungan. Bahkan, kulit dari produk jeruknya pun masih bisa diolah untuk pembuatan minyak atsiri. Sedangkan untuk warna putih melambangkan kemurnian, kebersihan, dan kesederhanaan sebagai cerminan filosofi perusahaan. PT. Mirrando Foods and Beverages menegaskan bahwa produknya murni tanpa BTP (Bahan Penambah Pangan) sesuai dengan prinsip kesehatan dan kealamian. Seluruh proses produksi dirancang untuk menjaga kualitas bahan dan keberlanjutan lingkungan, menonjolkan komitmen perusahaan dalam menciptakan produk yang sehat dan ramah lingkungan. Berikut merupakan logo PT. Mirrando Foods and Beverages seperti terlihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1.1 Logo Perusahaan

Sumber: PT. Mirrando Foods and Beverages (2019)

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

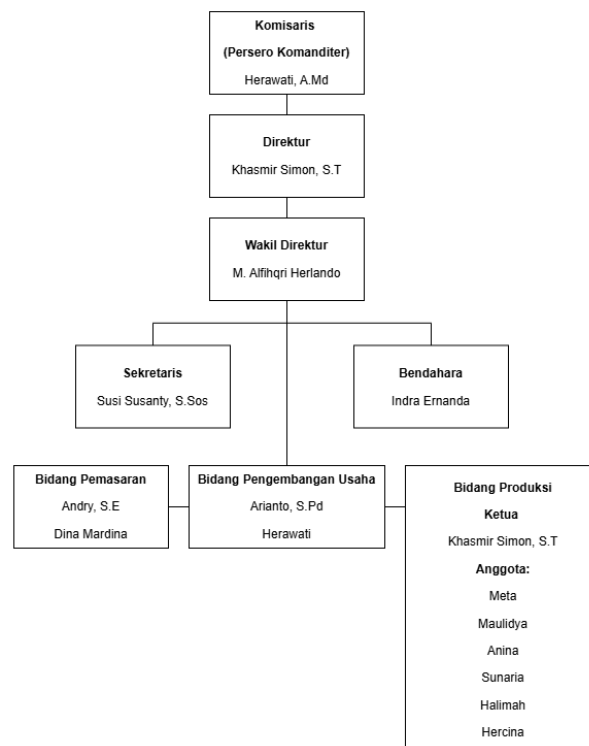
a. Visi

1. Mewujudkan minuman sari jeruk kunci sebagai ikon khas daerah Bangka Belitung.
2. Membuat produk minuman yang segar, sehat, dan disukai banyak orang.

b. Misi

1. Mengolah hasil alam ciri khas daerah Bangka Belitung.
2. Meningkatkan kreativitas dalam pengembangan produk minuman.
3. Mengembangkan inovasi produk dengan paduan berbagai rasa.
4. Mengutamakan kualitas.
5. Memberikan pelayanan yang baik.
6. Mengembangkan pemasaran usaha di beberapa tempat yang strategis untuk memperkenalkan minuman khas daerah di Indonesia.

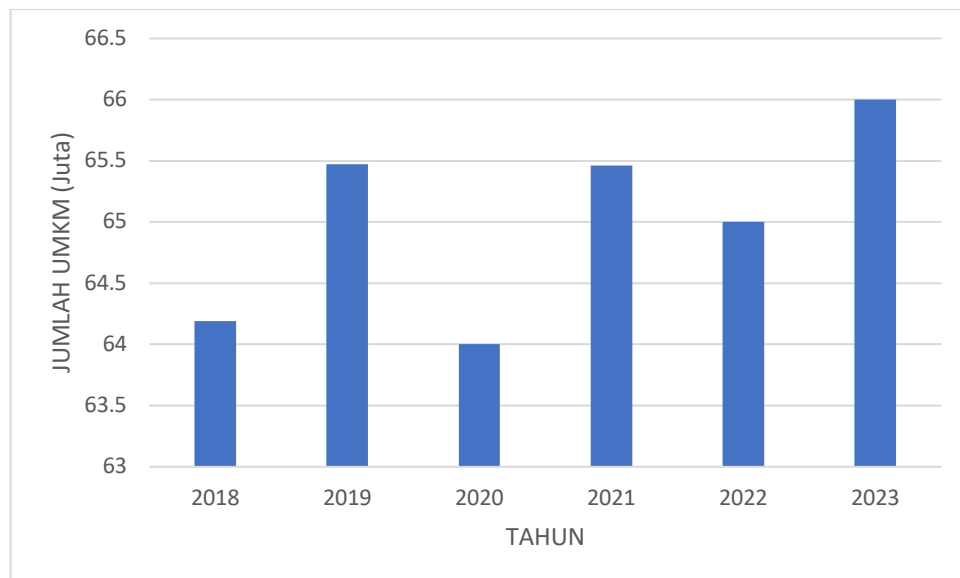
1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Perusahaan
Sumber: PT. Mirrando Foods and Beverages (2022)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Dalam menghadapi dinamika ekonomi global, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) terus menunjukkan ketangguhannya sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi, terutama di negara berkembang seperti Indonesia (amartha.com, 2024). UMKM merupakan komponen strategis yang menopang terciptanya kemandirian ekonomi nasional (Noviaristanti et al., 2023). UMKM di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif. Pada tahun 2022, pertumbuhan UMKM di Indonesia tercatat sebanyak (-0,70%). Tingkat pertumbuhan pada tahun 2023 mencapai 1,53%, hal ini menandakan adanya pemulihan atau perkembangan dalam sektor UMKM yang membuka peluang bagi UMKM untuk berkembang. Dengan adanya kemajuan teknologi digital dan dukungan pemerintah, sektor UMKM semakin kuat dan berkontribusi secara signifikan terhadap pendapatan perekonomian nasional. Pada tahun 2023 kontribusi UMKM mencapai 61% dari Pendapatan Domestik Bruto (PDB) Indonesia, atau setara dengan Rp9.580 triliun. UMKM menyerap sebanyak 117 pekerja (97%) dari total tenaga kerja yang ada (kadin.id, 2024). Berdasarkan data dari kadin.id (2024) berikut merupakan jumlah dan pertumbuhan UMKM di Indonesia dari tahun 2018-2023.



Gambar 1.3 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2018-2023

Sumber: Data dari Kadin, visualisasi diolah oleh penulis (2024)

Kontribusi yang dilakukan oleh UMKM menjadi sarana pemerataan ekonomi, yang berarti UMKM mampu menjangkau daerah pelosok sehingga masyarakat tidak perlu pergi ke kota untuk memenuhi kehidupan yang layak (amartha.com, 2024). Selain itu, UMKM juga mampu meratakan tingkat perekonomian dan mampu menjadi sarana untuk mengentaskan kemiskinan karena UMKM membuka peluang penyerapan tenaga kerja. Oleh sebab itu, pertumbuhan UMKM yang positif memberikan banyak manfaat serta memberikan dampak signifikan terhadap kontribusi ekonomi, penciptaan lapangan pekerjaan, dan inovasi (amartha.com, 2024). Namun, terdapat daerah yang mengalami penurunan seperti yang terjadi di salah satu provinsi Indonesia, yaitu di provinsi Bangka Belitung. Berikut merupakan jumlah penurunan UMKM yang berada di provinsi Bangka Belitung.

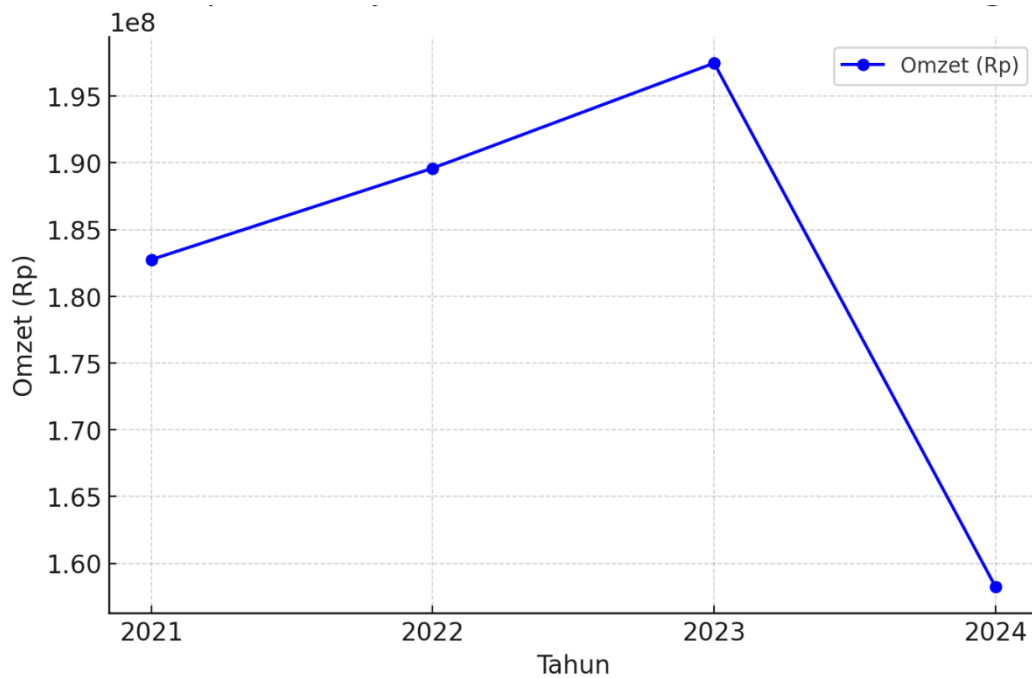
Kondisi total jumlah UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung mengalami penurunan. Penurunan ini terjadi karena adanya tantangan besar bagi sektor UMKM secara regional, yang dipengaruhi oleh dampak pandemi COVID-19, kondisi ekonomi global atau masalah internal seperti kurangnya akses pendanaan dan sumber daya. Penurunan di beberapa wilayah dapat dikaitkan dengan berbagai faktor seperti kesenjangan infrastruktur, rendahnya kapasitas manajerial, atau kurangnya dukungan pemerintah daerah. Salah satu kota yang mengalami penurunan jumlah UMKM terjadi di wilayah kota Pangkalpinang yang merupakan pusat ekonomi di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung.

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Tahun 2020-2022

Kabupaten / Kota	2020	2021	2022
Kabupaten Bangka	3060	3167	3193
Kabupaten Belitung	5405	3470	4711
Kabupaten Bangka Barat	2868	1509	1325
Kabupaten Bangka Tengah	1045	1932	1658
Kabupaten Bangka Selatan	2851	2499	2451
Kabupaten Belitung Timur	2265	2610	1956
Kota Pangkalpinang	4063	3965	3885
Total Kepulauan Bangka Belitung	21557	19152	19179

Sumber: babel.bpsgo.id (2024)

PT. Mirrando Foods and Beverages merupakan salah satu UMKM yang berdiri sejak tahun 2013 di Kota Pangkalpinang, Kepulauan Bangka Belitung, Indonesia. Perkembangan bisnis PT. Mirrando Foods and Beverages sejak didirikan menunjukkan komitmen untuk memperluas pemasaran secara nasional dan merambah ke pasar ekspor (karyakreatifindonesia.co.id, 2024). Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, salah satu tantangan terbesar yang dihadapi oleh perusahaan adalah persaingan dengan kompetitor yang menawarkan produk serupa dengan harga yang lebih rendah. Selain itu, PT. Mirrando Foods and Beverages menghadapi keterbatasan dalam pengetahuan digital, kekurangannya tenaga ahli di bidang administrasi, serta kurangnya tenaga pemasaran digital. Untuk mengatasi hal ini, PT. Mirrando Foods and Beverages berupaya meningkatkan kualitas produk, memperbaiki pelayanan konsumen, memberikan promosi diskon, aktif berpartisipasi dalam bazar atau pameran, serta memanfaatkan media sosial untuk memperkuat *branding* produk.



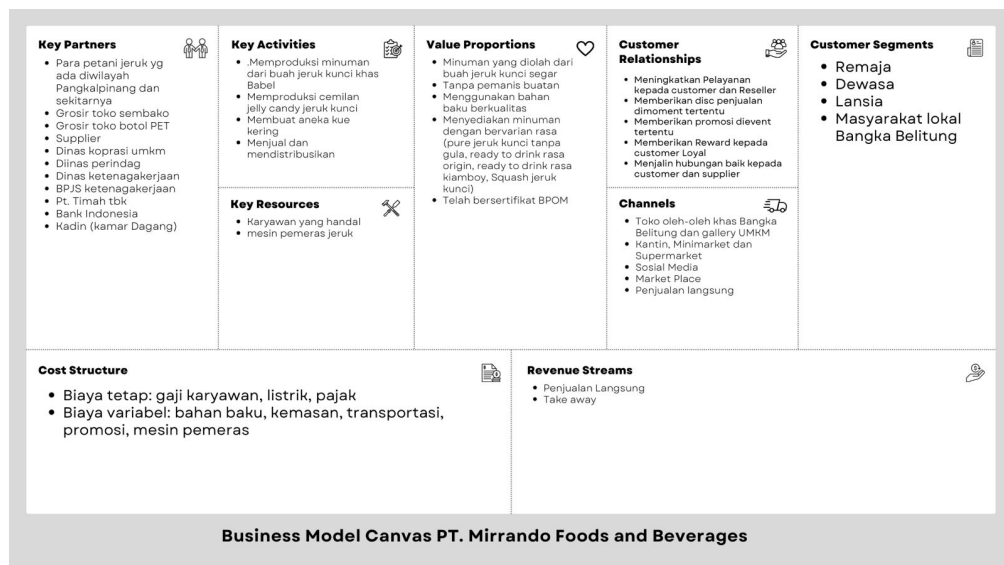
Gambar 1.4 Pendapatan Penjualan PT. Mirrando Foods and Beverages
Sumber: PT. Mirrando Foods and Beverages (2025)

Berdasarkan data grafik di atas, terdapat penurunan signifikan pada tahun 2024 yang disebabkan oleh kasus timah yang berdampak langsung pada PT. Mirrando Foods and Beverages. PT. Timah merupakan salah satu mitra penting bagi perusahaan, sehingga gangguan pada sektor ini turut memengaruhi rantai pasokan, operasional, dan kestabilan usaha bisnis PT. Mirrando Foods and Beverages. Kasus timah memberikan efek domino terhadap PT. Mirrando Foods and Beverages, mulai dari rantai pasokan, meningkatnya biaya produksi, berkurangnya kepercayaan mitra bisnis, hingga kemungkinan melemahnya daya beli konsumen. Akibatnya, pendapatan PT. Mirrando Foods and Beverages mengalami penurunan yang signifikan pada tahun 2024.

Menghadapi tantangan yang semakin ketat, PT. Mirrando Foods and Beverages, melakukan strategi bisnis pada produknya dengan menerapkan keyakinan dalam mempertahankan kualitas produk dan melengkapi legalitas usaha untuk meningkatkan daya beli. Selain itu, berfokus pada produk utama, PT. Mirrando Foods and Beverages juga mengembangkan produk turunan dari Jeruk Kunci, seperti Permen *Jelly* Jeruk Kunci. Strategi ini diharapkan dapat memperkuat diversifikasi usaha serta memperluas pasar perusahaan di tengah persaingan pasar

sembari menjaga kualitas dan inovasi produk. Inovasi menjadi kunci utama dalam meningkatkan daya beli PT. Mirrando Foods and Beverages.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Sadikin et al., 2023) menunjukkan bahwa penerapan model bisnis yang inovatif, seperti *Business Model Canvas* (BMC), dapat membantu UMKM dalam merumuskan strategi yang lebih efektif. BMC merupakan alat yang memungkinkan pemilik usaha untuk dapat memetakan elemen-elemen penting dari model bisnis mereka, hal ini mencakup proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran distribusi, dan aliran pendapatan. Dengan menggunakan BMC, UMKM dapat lebih memahami dinamika pasar dan kebutuhan pelanggan, serta mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada. Selain BMC sebagai alat untuk memetakan elemen-elemen penting pada model bisnis, *Value Proposition Canvas* juga memiliki banyak manfaat bagi perusahaan. Menurut (Osterwalder et al., 2014) *Value Proposition Design* merupakan penerapan alat untuk mencari proposisi nilai yang diinginkan oleh pelanggan. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Handoyo & Nirbito, 2021) menunjukkan bahwa VPC secara signifikan membantu perusahaan untuk menemukan permasalahan yang perlu dipecahkan sehingga perusahaan mampu bertahan dan menemukan loyalitas konsumen.



Gambar 1.5 Business Model Canvas PT. Mirrando Foods and Beverages
 Sumber: PT. Mirrando Foods and Beverages (2025)

Dalam menghadapi tantangan bisnis yang semakin kompetitif, PT. Mirrando Foods and Beverages telah mengadopsi pendekatan Business Model

Canvas (BMC). Model bisnis yang digunakan mencakup sembilan elemen utama, tetapi dalam penggunaan yang dilakukan oleh PT. Mirrando Foods and Beverages hanya menggunakan delapan elemen, sehingga penggunaan BMC belum sempurna. Berdasarkan analisis terhadap BMC eksisting, terdapat beberapa kendala yang dihadapi perusahaan, seperti meningkatnya persaingan dengan produk yang serupa yang lebih terjangkau, keterbatasan dalam pemasaran digital, serta belum optimalnya strategi dalam membangun loyalitas pelanggan.

Selain itu, dampak eksternal yang telah dilalui PT. Mirrando Foods and Beverages mengubah kondisi pasar dan mengganggu rantai pasokan. Sebagaimana terlihat ada penurunan pendapatan tahun 2024, semakin memperjelas perlunya pembaruan model bisnis. Oleh sebab itu, penyusunan Business Model Canvas (BMC) baru sangatlah penting untuk meningkatkan daya beli dan keberlanjutan usaha. Dengan mengevaluasi model bisnis yang ada dan mengoptimalkan proposisi nilai melalui pendekatan *Value Proposition Canvas* (VPC), PT. Mirrando Foods and Beverages dapat merancang strategi yang lebih adaptif, memperkuat *positioning* pasar, serta menciptakan model bisnis yang lebih inovatif dan keberlanjutan di tengah perubahan industri makanan dan minuman.

Pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan *Value Proposition Canvas* (VPC) memberikan kerangka kerja yang terstruktur untuk merancang dan menganalisis model bisnis secara menyeluruh. Sembilan elemen kunci yang terdapat pada BMC menjelaskan bagaimana organisasi menciptakan manfaat juga mendapatkan manfaat dari pelanggannya juga. Sementara VPC dirancang untuk membantu pelaku usaha memahami produk atau jasa dan perilaku konsumen serta menghubungkannya dengan keinginan pasar sehingga menghasilkan produk atau jasa yang bernilai, tetapi tepat sasaran dan memenuhi keinginan konsumen. Pendekatan ini membantu menemukan masalah utama yang perlu dipecahkan sehingga perusahaan dapat meningkatkan daya saingnya (Maradita & Aprirachman, 2024).

Dengan penggabungan antara BMC dan VPC dapat memungkinkan PT. Mirrando Foods and Beverages untuk tidak hanya memahami elemen-elemen inti dari model bisnis tetapi mereka juga dapat memastikan bahwa proposisi nilai yang

ditawarkan selaras dengan kebutuhan pasar. Kombinasi antara BMC dan VPC memungkinkan perusahaan untuk melakukan inovasi yang lebih terarah, baik dalam model bisnis maupun proposisi nilai. Penggunaan BMC dan VPC juga memungkinkan perusahaan untuk lebih cepat beradaptasi terhadap perubahan pasar dan preferensi konsumen. Hal ini dapat menjadi langkah strategis dalam menghadapi tantangan persaingan serta mencapai berkelanjutan usaha di tengah dinamika pasar yang terus berkembang. Dengan menggabungkan BMC dan VPC, PT. Mirrando Foods and Beverages dapat merancang strategi bisnis yang lebih menyeluruh, sesuai dengan kebutuhan pelanggan, dan dapat menyesuaikan pangsa pasar sehingga meningkatkan peluang untuk mencapai berkelanjutan usaha jangka panjang.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, menunjukkan bahwa ada permasalahan dari sektor internal dan eksternal. Faktor eksternal ini meliputi mitra yang terhubung dengan PT. Mirrando Foods and Beverages membawa pengaruh yang cukup besar. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam Business Model Canvas yang digunakan oleh PT. Mirrando Foods and Beverages dengan studi kasus UMKM PT. Mirrando Foods and Beverages. Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, maka penelitian ini bermaksud melakukan penelitian dengan judul, **“Analisis dan Pengembangan Model Bisnis PT. Mirrando Foods and Beverages: Evaluasi Business Model Canvas dan Optimalisasi Value Proposition”**.

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka didapatkan pertanyaan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi *Business Model Canvas* yang saat ini dilakukan oleh PT. Mirrando Foods and Beverages?
2. Bagaimana optimalisasi *Value Proposition Canvas* PT. Mirrando Foods and Beverages menggunakan *Value Proposition Canvas*?

3. Bagaimana pengembangan Business Model pada Canvas PT. Mirrando Foods and Beverages menggunakan *Business Model Canvas*, untuk dapat bertahan di industri *Foods and Beverages*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengevaluasi penerapan *Business Model Canvas* dalam strategis bisnis PT. Mirrando Foods and Beverages.
2. Menganalisis optimalisasi *Value Proposition Canvas* PT. Mirrando Foods and Beverages menggunakan *Value Proposition Canvas*.
3. Mengembangkan model bisnis baru yang dapat diterapkan oleh PT. Mirrando Foods and Beverages.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi sebagai referensi dan pengetahuan tambahan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan strategi perusahaan khususnya dalam konteks inovasi dan adaptasi terhadap tantangan.

1.5.2 Aspek Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi alternatif, juga sebagai masukan dan manfaat bagi PT. Mirrando Foods and Beverages dalam menciptakan model bisnis baru yang dapat diterapkan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut ini merupakan gambaran umum mengenai penulisan hasil penelitian dalam sistematika tugas yang dibuat sebagai berikut:

- a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek Penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. **BAB 11 TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang dilahirkan dengan hipotesis jika diperlukan.

c. **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validasi dan Reliabilitas, serta Teknik Analisis Data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam subjudul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian dua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian