

BAB I

PENDAHULUAN

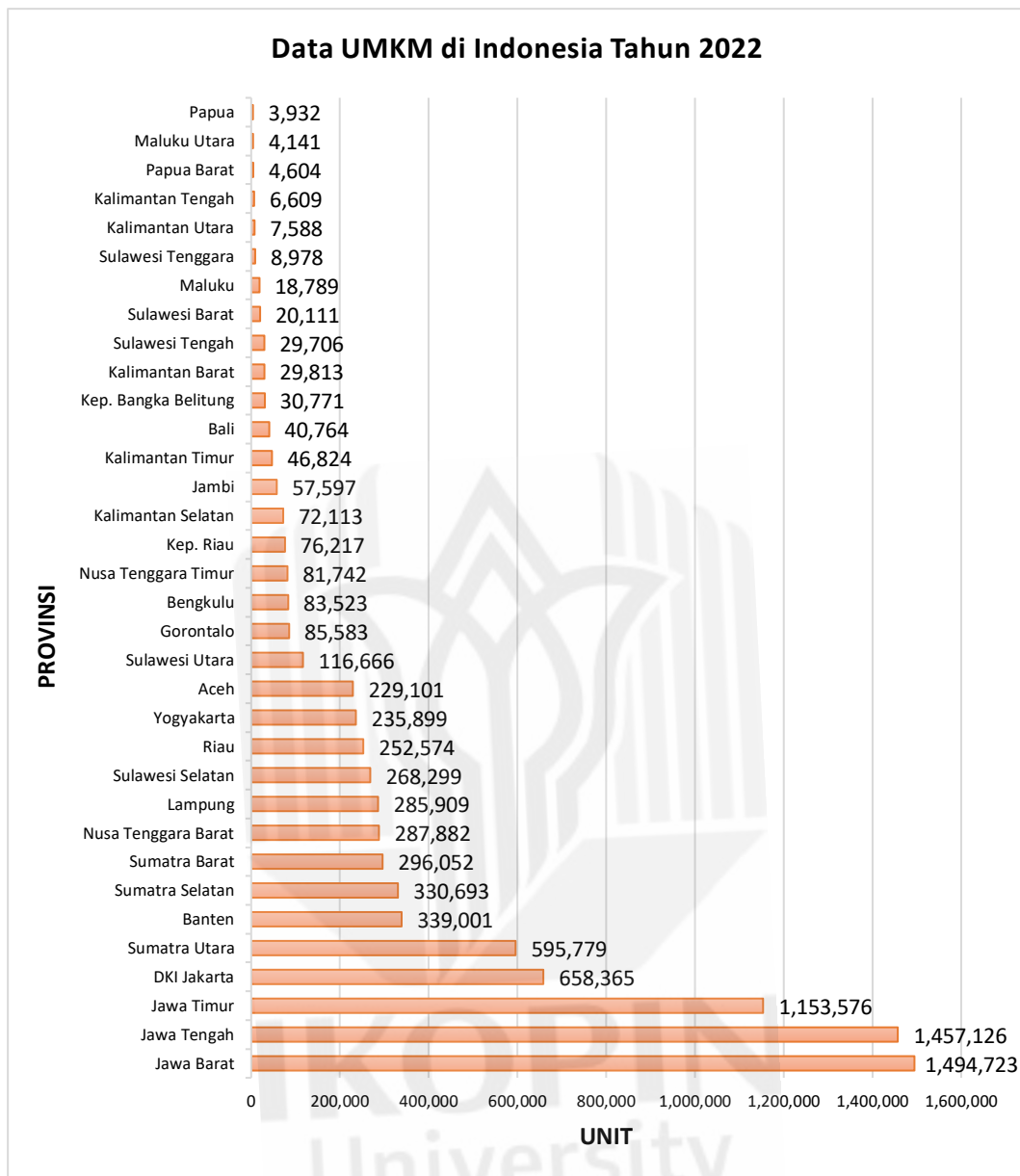
1.1 Latar Belakang Penelitian

Perekonomian di Indonesia ini digerakkan oleh beberapa sektor perekonomian. Salah satunya yaitu usaha mikro, kecil dan menengah atau yang biasa disingkat UMKM. UMKM memiliki peran penting dalam ekonomi karena dapat memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi. UMKM juga sering menjadi sumber inovasi dan kreativitas dalam bisnis.

Selain itu, UMKM memberikan peluang kepada para wirausaha muda untuk memulai bisnis mereka sendiri dengan modal yang terjangkau. Dalam era globalisasi, UMKM juga dapat memanfaatkan teknologi dan platform digital untuk memperluas pasar mereka, meningkatkan efisiensi operasional, dan meningkatkan daya saing mereka di pasar global.

Menurut Undang-undang No. 20 tahun 2008, “UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki pengertian sebagai Usaha Mikro, yaitu usaha produktif milik orang perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro sebagaimana diatur dalam undang-undang.”

Berdasarkan data yang di rilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) sepanjang 2022 UMKM di Indonesia tercatat tumbuh begitu baik, tercatat angkanya sudah mencapai 8,71 juta unit. Dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. 1 Data UMKM di Indonesia Tahun 2022

Sumber: Website Kementerian Koperasi dan UKM

Jika dilihat berdasarkan Provinsi, Jawa Barat masih menempati urutan pertama UMKM dengan jumlah paling banyak mencapai 1,49 juta unit usaha. Sementara daerah paling sedikit diduduki oleh Papua dengan jumlah 3,9 ribu unit.

Di Jawa Barat terdapat berbagai jenis UMKM yang aktif dalam berbagai sektor. Beberapa jenis UMKM yang umum di Jawa Barat meliputi kuliner, *fashion*, batik, konveksi, makanan, *craft*, minuman, bordir, aksesoris, dan jasa lainnya.

Dalam era globalisasi yang semakin pesat, industri *fashion* telah menjadi salah satu sektor ekonomi yang berkembang dengan pesat. Di Jawa Barat sendiri tren *fashion* sudah sangat berkembang, dapat ditandai dengan banyaknya para UMKM dibidang *fashion*. Karena ini merupakan peluang bagi para pengusaha untuk mengikuti tren yang ada dan mendapat keuntungan. Perkembangan UMKM dibidang *fashion* ini dapat dilihat perkembangannya pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 1 Data UMKM Bidang Fashion di Jawa Barat

Tahun	Jumlah UMKM (per unit)
2017	392.258
2018	424.029
2019	450.301
2020	458.173
2021	507.749

Sumber: Open Data Jabar

Berdasarkan tabel di atas setiap tahunnya UMKM di bidang *fashion* mengalami kenaikan. Pada tahun 2017 jumlah UMKM yang ada sebanyak 392.258 unit dan naik pada tahun 2021 menjadi 507.749 unit. Hal ini dinilai baik karena dapat membantu membangun perekonomian yang ada di Indonesia.

Di Jawa Barat sendiri terdapat beberapa kota besar yang perkembangan UMKM dibidang *fashion* nya cukup pesat, salah satunya adalah Bekasi. Bekasi ini terbagi menjadi dua wilayah, yaitu Kota Bekasi dan Kabupaten Bekasi. Pada kedua wilayah ini sama-sama memiliki UMKM dibidang *fashion* yang jumlah nya terus menerus berkembang cukup pesat. Dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1. 2 Data UMKM Bidang Fashion di Kabupaten Bekasi

Tahun	Jumlah UMKM di Kota Bekasi (per unit)	Jumlah UMKM di Kabupaten Bekasi (per unit)
2017	17.496	19.908
2018	18.579	21.139
2019	19.728	22.447
2020	20.949	23.836
2021	22.245	25.311

Sumber: Open Data Jabar

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa kedua wilayah tersebut mengalami kenaikan yang signifikan, tetapi jumlahnya lebih banyak di Kabupaten Bekasi dibanding Kota Bekasi.

Salah satu UMKM yang ada di Kabupaten Bekasi yang bergerak dibidang *fashion* dan masih berkembang yaitu Supersub Apparel. Supersub Apparel adalah usaha yang bergerak di bidang *fashion*. Supersub Apparel berdiri pada awal tahun 2021. Supersub Apparel memproduksi pakaian olah raga berupa jersey. Jersey ini

biasa dipakai oleh tim olah raga seperti sepak bola, futsal, badminton, basket, dan lain-lain. Seiring berkembangnya zaman jersey juga sering digunakan menjadi pakaian sehari-hari dengan desain yang lebih modern ataupun vintage. Selain desain yang menarik Supersub Apparel juga menggunakan bahan yang mudah menyerap keringat dan nyaman untuk digunakan.

Dalam perkembangannya sendiri, Supersub Apparel mengalami berbagai kendala. Pada tahun keduanya Supersub Apparel mengalami penurunan pada penjualannya. Dapat dilihat dari tabel data penjualan dibawah ini:

Tabel 1. 3 Data Penjualan Supersub Apparel

Tahun	Penjualan (Rp)
2021	93.198.000
2022	74.970.000

Sumber : Laporan Keuangan Supersub Apparel, Cikarang Timur Kabupaten Bekasi

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa penjualan di tahun keduanya mengalami penurunan. Penurunan ini mungkin disebabkan karena usaha ini masih terbilang baru dan belum banyak orang yang mengetahuinya. Dari data diatas, maka upaya yang harus dilakukan adalah bagaimana cara untuk meningkatkan kembali tingkat penjualan pada Supersub Apparel.

Selain penjualannya yang menurun, Supersub Apparel juga memiliki beberapa kompetitor, diantaranya ada pada tabeli berikut:

Tabel 1. 4 Beberapa Kompetitor di Kabupaten Bekasi

Nama UMKM	Alamat	Tahun Berdiri
Kero Apparel	Cikarang Pusat, Kabupaten Bekasi	2018
Angkasa Apparel	Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi	2018
Istuning Company	Cikarang Utara, Kabupaten Bekasi	2014

Tabel 1.4 menunjukkan adanya persaingan usaha sejenis seiring dengan bertumbuhnya minat dan permintaan pasar akan kebutuhan jersey dalam menunjang kegiatan olah raga seperti sepak bola, futsal, basket dan lainnya. Sebagai pelaku usaha baru, Supersub Apparel membutuhkan strategi bisnis yang tepat untuk bersaing dalam pasar tersebut.

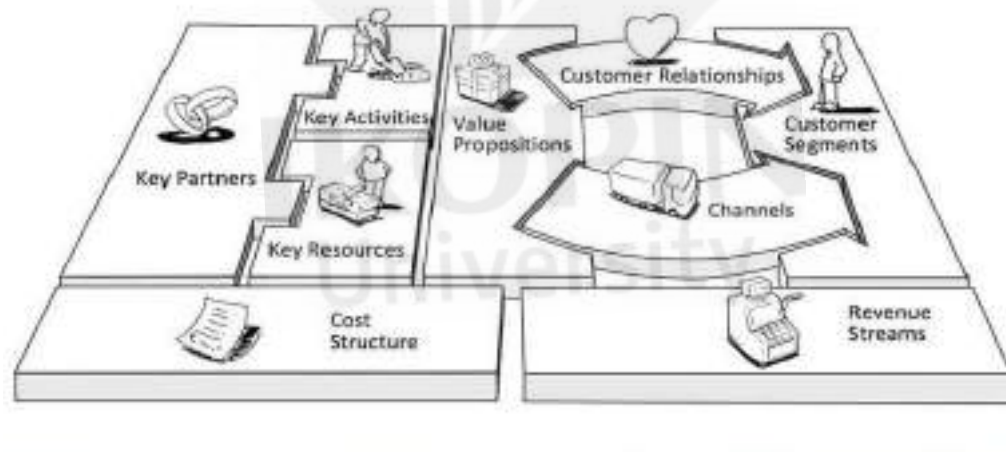
Analisis situasi akan membantu pelaku usaha untuk menetapkan strategi usaha yang tepat agar efektif dan efisien untuk mampu bersaing di pasar dan memberikan dampak positif bagi pengembangan usaha (Dasuki, 2021). Untuk menjaga keberlangsungan usaha dan eksistensi Supersub Apparel sebagai jasa pembuatan jersey, perlu adanya penerapan strategi pengembangan usaha yang tepat. Salah satu metode yang dapat digunakan untuk menetapkan strategi pengembangan usaha adalah dengan menerapkan Supersub Apparel ke dalam salah satu model bisnis. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012: 14) "Sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai."

Terdapat banyak model bisnis yang dapat digunakan, salah satunya yaitu model bisnis yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur yaitu model bisnis kanvas atau biasa disebut *Business Model Canvas*. Yang merupakan konsep model bisnis yang sederhana dan mudah dipahami oleh semua orang. Model bisnis ini dipilih karena sesuai dengan kondisi di Supersub Apparel yang masih harus memperhatikan segala aspek. Menurut Osterwalder dan Pigneur (2012) terdapat 9 blok bangunan dasar dalam *Business Model Canvas* yang memperlihatkan bagaimana sebuah perusahaan dalam menghasilkan pendapatan. Sembilan blok tersebut adalah:

1. *Customer Segment* (Segmen Pelanggan) menggambarkan sekelompok orang atau organisasi yang menjadi target yang dijangkau atau dilayani
2. *Value Propositions* (Proporsi Nilai) merupakan daya tarik bagi pembeli yang ditawarkan sehingga memenuhi kepuasan konsumen
3. *Channels* (Saluran) adalah cara untuk menjangkau konsumen
4. *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan) yaitu suatu cara yang dilakukan untuk membangun suatu hubungan dengan konsumen
5. *Revenue Streams* (Arus Pendapatan) merupakan sumber pemasukan yang didapat dari suatu yang diciptakan untuk konsumen
6. *Key Resources* (Sumber Daya Utama) adalah sumber daya utama yang dimiliki dalam membangun bisnisnya
7. *Key Activities* (Aktivitas Kunci) yaitu aktivitas utama yang terkait dengan produksi

8. *Key Partnership* (Kemitraan Utama) yaitu mitra kerja yang dilakukan khususnya pemasok
9. *Cost Structure* (Struktur Biaya) yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan untuk mendukung semua aktivitas

Business Model Canvas ini dapat membantu pengusaha merencanakan dan merumuskan strategi bisnis dalam bentuk yang jelas dan mudah dimengerti. *Business Model Canvas* ini juga memungkinkan pengusaha untuk berpikir kreatif tentang cara-cara baru untuk menghasilkan nilai bagi pelanggan dan membedakan bisnis ini dengan pesaing. Selain itu *Business Model Canvas* dapat digunakan untuk mengevaluasi ide bisnis baru dengan memeriksa elemen-elemen kunci dari bisnis tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif.



Gambar 1. 2 Sembilan Blok Bangunan dalam Business Model Canvas

Dengan diterapkannya *Business model canvas*, Supersub Apparel dapat mengenali apa yang menjadi nilai yang dimiliki yang dapat digunakan untuk

mengembangkan usahanya, memahami bagaimana produk ditawarkan dan didistribusikan kepada konsumennya, dan memahami bagaimana untuk menyesuaikan dengan kondisi pasar. Serta dapat menghasilkan alternatif strategi untuk mengembangkan usahanya dengan memperhatikan faktor-faktor internal maupun eksternal pada Supersub Apparel.

Selain itu, perlunya suatu kajian yang mendalam mengenai studi kelayakan bisnis untuk mengetahui apakah pengembangan usaha ini layak atau tidak untuk dijalankan. Studi kelayakan bisnis dapat membantu dalam mengevaluasi potensi sebuah proyek bisnis, mengidentifikasi risiko, mendukung pengambilan keputusan, menarik investasi dan mengoptimalkan sumber daya. Didalam studi kelayakan bisnis ini terdapat aspek-aspek yang akan dinilai dalam pengembangan usaha diantaranya aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/Operasi, aspek manajemen dan organisasi, dan aspek keuangan.

Sejalan dengan penelitian sebelumnya untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam kajian pustaka ini peneliti mencantumkan hasil-hasil penelitian terdahulu sebagai berikut:

Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu

Nama	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
Krisnanto Wahyu Nugroho, 2023	ANALISIS KELAYAKAN USAHA DAN STRATEGI PENINGKATAN	Semua proses penjualan mancit sudah memiliki atau memenuhi sembilan elemen <i>Business</i>

	KEUNTUNGAN PADA PETERNAKAN MENCIT	<i>Model Canvas</i> (BMC) dan hasil dari analisis pengembangan usaha dilihat dari NPV, IRR, PP pada PT. Gubuk Mencit Boyolal dinyatakan layak untuk dilakukan.
Inanda Shinta Anugrahani, Ferby Mutia Edwy, 2023	PELATIHAN STUDI KELAYAKAN BISNIS: PENINGKATAN KUALITAS DAN DAYA SAING USAHA PADA UMKM MELALUI PENDEKATAN BMC	Studi kelayakan bisnis memiliki peran penting dalam menentukan apakah proses kegiatan UMKM layak secara komprehensif. Studi kelayakan bisnis melalui BMC dapat membantu pelaku usaha untuk pengambilan keputusan, baik taktis maupun strategis, sehingga dapat memberikan keuntungan maksimal bagi pelaku usaha. Adanya pendekatan BMC untuk membantu mengukur kelayakan bisnis dianggap sebagai solusi yang mudah dan terstruktur dalam menjawab kebutuhan pelaku usaha. Kegiatan pengabdian kepada

		<p>masyarakat dalam rangka meningkatkan kualitas dan daya saing usaha pada UMKM Kota Malang sukses memberikan wawasan bagi pelaku usaha muda, terbukti dengan keaktifan peserta dalam berdiskusi baik secara luring maupun daring melalui whatsapp group saat pendampingan.</p>
A'ida Fitria, 2022	<p>STUDI KELAYAKAN BISNIS MASKER KECANTIKAN MELALUI BUSINESS MODEL CANVAS (BMC) (STUDI KASUS: UKM SUSU KEDELAI NANDIRA)</p>	<p>Berdasarkan analisis Business Model Canvas (BMC) bahwa potensi pada produk kecantikan yakni masker kecantikan ampas susu kedelai dengan penjualan berfokus kepada perempuan dengan usia 20-25 tahun. Semua proses pembuatan masker kecantikan sudah memiliki atau memenuhi sembilan elemen Business Model Canvas (BMC). Berdasarkan analisis Break event point (BEP), hasil</p>

		<p>pengolahan data didapatkan</p> <p>BEP Unit sebesar 309 botol</p> <p>masker kecantikan ampas</p> <p>kedelai setiap bulannya agar</p> <p>mencapai titik impas, dan BEP</p> <p>produksi sebesar Rp.</p> <p>4.624.689,- setiap bulan</p> <p>mencapai titik impas dimana</p> <p>usaha tidak rugi dan tidak</p> <p>untung. Payback periode (PP),</p> <p>hasil pengolahan data</p> <p>didapatkan payback periode</p> <p>sebesar 0,5 bulan, dimana</p> <p>usaha akan kembali modal</p> <p>selama 0,5 bulan.</p>
--	--	--

Melihat fenomena fashion yang sangat berkembang pesat dan semakin banyaknya pesaing di daerah Kabupaten Bekasi ini membuat pemilik Supersub Apparel ingin mengembangkan usahanya dan meluaskan pasarnya. Melihat peluang yang ada, pengembangan usaha Supersub Apparel ini dirasa perlu dilakukan serta melihat perkembangan pesaing yang meningkat dan kemajuan teknologi saat ini membuat pemilik Supersub Apparel harus memanfaatkan teknologi yang tersedia agar dapat mengembangkan usahanya.

Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan diatas, maka perlu melakukan penelitian mengenai studi kelayakan bisnis untuk pengembangan usaha sehingga dapat menentukan alternatif strategi yang dapat membuat Supersub Apparel berkembang dan dapat bersaing dengan para kompetitornya.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan pernyataan yang telah diuraikan dalam latar belakang, maka peneliti akan mengidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* pada Supersub Apparel di Kabupaten Bekasi?
2. Bagaimana kelayakan pengembangan usaha Supersub Apparel di Kabupaten Bekasi dilihat dari:
 - a. Aspek pasar dan pemasaran;
 - b. Aspek teknis/operasi;
 - c. Aspek keuangan.

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk menganalisis atau mendeskripsikan tentang model bisnis yang dijalankan Supersub Apparel menggunakan *Business Model Canvas* dan menganalisis kelayakan bisnis pada Supersub Apparel dalam upaya mengembangkan usahanya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui :

1. Untuk mengetahui penerapan BMC pada usaha Supersub Apparel di Kabupaten Bekasi.
2. Sejauh mana kelayakan pengembangan usaha Supersub Apparel ditinjau dari aspek pasar dan pemasaran, aspek teknis/operasi, dan aspek keuangan.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian diharapkan memiliki manfaat mulai dari aspek teoritis dan aspek praktis, diantaranya :

1.4.1 Kegunaan Aspek Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada pengembangan ilmu manajemen bisnis dan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan analisis kelayakan bisnis menggunakan BMC dalam upaya mengembangkan usaha.

1.4.2 Kegunaan Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan sebagai solusi untuk mengembangkan usaha pada Supersub Apparel agar menjadikan UMKM ini terus berkembang dan lebih sukses, sehingga dapat membuka lapangan pekerjaan baru khususnya pada wilayah Cikarang Timur Kabupaten Bekasi.