BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia merupakan salah satu sektor penting yang memiliki kontribusi untuk menopang perekonomian di Indonesia. Ketua Asosiasi Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Indonesia (Akumindo) Ikhsan Ingratubun mengatakan, dengan estimasi pertumbuhan UMKM yang konsisten, pihaknya meyakini total kontribusi terhadap PDB tahun ini dapat mencapai 65 persen atau sekitar Rp 2.394,5 triliun (Radar Bogor[1]). Dengan meningkatnya pertumbuhan UMKM, UMKM juga berperan dalam pertumbuhan ekonomi nasional dan penyerapan tenaga kerja.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Pasal 3 menyebutkan bahwa UMKM memiliki tujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usahanya dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan. Seperti yang telah kita ketahui bahwa Usaha Mikro Kecil Menengah di Indonesia telah berkembang, sesuai dengan data yang diperoleh dari website Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. Untuk data UMKM di

[1] Radbogmin2,"Akumindo Yakin Kontribusi UMKM Tahun ini Capai Rp2.934,5 Triliun", diakses dari https://www.radarbogor.id/2020/01/17/akumindo-yakin-kontribusi-umkm-tahun-ini-capai-rp-2-3945-triliun/, pada tanggal 14 April 2020 pukul 15.50. Tanggal terbit 17 Januari 2020

Indonesia Tahun 2017-2018 beserta pangsa dan perkembangannya dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 1
UMKM di Indonesia Tahun 2017-2018 Beserta Pangsa dan Perkembangannya.

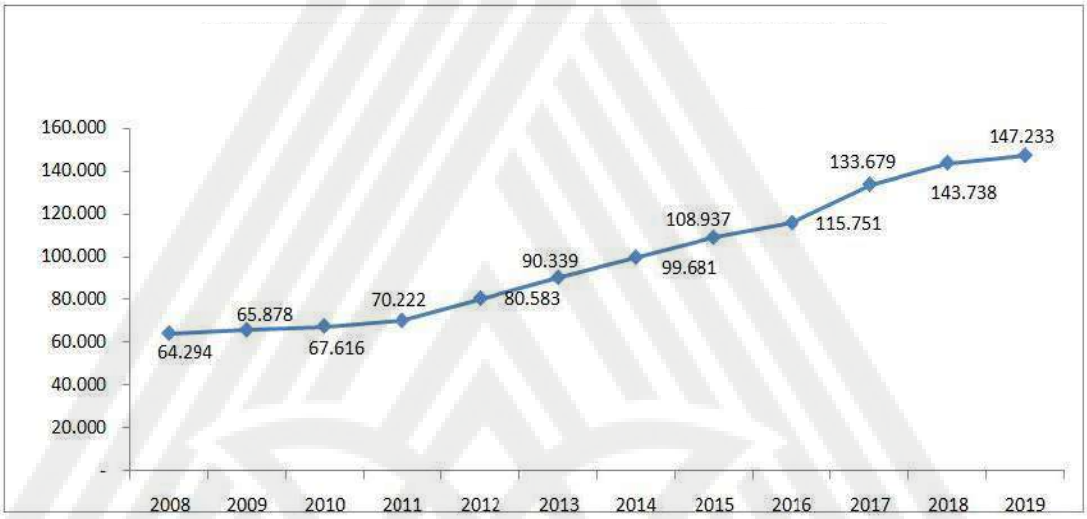
No	Unit Usaha	Tahun 2017		Tahun 2018		Perkembangannya	
		Jumlah (Unit)	Pangsa (%)	Jumlah (Unit)	Pangsa (%)	Jumlah (Unit)	(%)
1.	Usaha Mikro	62.106.900	98,70	63.350.222	98,68	1.243.322	2,00
2.	Usaha Kecil	757.090	1,20	783.132	1,22	26.043	3,44
3.	Usaha Menengah	58.627	0,09	60.702	0,09	2.075	3,54
Jumlah		62.922.617	99,99	64.194.057	99,99	1.271.440	2,02

Sumber : Situs Kementrian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia tahun 2017-2018

Tabel 1.1 menunjukkan adanya jumlah peningkatan Usaha Mikro Kecil Menengah antara tahun 2017-2018 yang mencapai 1.271.440 unit dengan pangsa pasar 2,02 %. Berdasarkan data tersebut, adanya peningkatan jumlah UMKM akan meningkatkan tingkat persaingan para pengusaha UMKM dalam memperebutkan pangsa pasar.

Salah satu Kota di Indonesia yaitu Kota Semarang yang berada di Provinsi Jawa Tengah mempunyai potensi pengembangan UMKM yang besar. Dari tahun ke tahun, perkembangan jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah terus meningkat. Grafik

perkembangan jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah dapat dilihat pada grafik berikut:



Gambar 1. 1 Grafik Perkembangan Jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah

Sumber : Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Provinsi Jawa Tengah.

Berdasarkan grafik tersebut, perkembangan jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah terus meningkat dari tahun 2008 hingga Triwulan 1 2019. Dari tahun 2008 yang berjumlah 64.294 UMKM, perkembangannya terus naik sebesar 82.999 UMKM sampai Triwulan 1 2019 . Saat ini jumlah UMKM Binaan Provinsi Jawa Tengah sebanyak 147.233 UMKM, dengan perincian: jumlah UMKM Produksi/Non Pertanian sebanyak 50.501 UMKM, jumlah UMKM Pertanian sebanyak 24.253 UMKM, jumlah UMKM Perdagangan sebanyak 54.399 UMKM, dan jumlah Jasa sebanyak 17.810 UMKM.

Salah satu UMKM binaan Provinsi Jawa Tengah adalah UMKM Cipta Boga Mandiri yang tergabung dalam Koperasi Cipta Boga Mandiri. Koperasi Cipta Boga Mandiri adalah Koperasi Primer beralamat di Jalan Kinibalu I no. 4 RT 01 RW 02,

Kecamatan Tembalang, Semarang, dengan Badan Hukum nomor 014 /180.80/ BH / XIV.34 / IV / 2016. Anggota dari Koperasi Cipta Boga Mandiri ini adalah para pelaku Usaha Mikro Kecil Menengah yang ada di daerah Semarang yang memproduksi kue, *snack,* dan makanan lain yang berbahan dasar tepung terigu.

Koperasi Cipta Boga Mandiri awalnya bergerak dibidang simpan pinjam, namun saat ini hanya bergerak pada bidang pengadaan bahan baku. Bidang Simpan pinjam ini sudah tidak ada lagi karena adanya kendala, seperti peminjaman dana yang tidak kembali dikarenakan ada yang keluar dari keanggotaan tanpa mengembalikan pinjaman tersebut. Hal ini disampaikan oleh pengurus koperasi yang menyatakan, bidang simpan pinjam itu ada saat kepengurusan yang lama tetapi ada istilah pemutihan, sehingga dalam ke pengurusan saat ini, data tersebut tidak muncul.

Koperasi Cipta Boga Mandiri tidak hanya menyediakan pelayanan pengadaan bahan baku saja tetapi juga melakukan pembinaan rutin kepada para anggotanya, seperti pembinaan dalam pengembangan produk, serta sering mengadakan pelatihan-pelatihan kewirausahaan seperti pelatihan pembutan aneka jenis kue. Koperasi Cipta Boga Mandiri saat ini sudah memiliki 35 anggota yang tersebar di wilayah Kota Semarang dan m asing-masing anggota memiliki usaha makanan yang berbahan dasar tepung terigu hasil olahan PT. Sriboga Flourmill. Kepemilikan usaha itu dapat dilihat dari tabel berikut :

Tabel 1. 2
Data Pelaku Usaha pada Binaan Koperasi Cipta Boga Mandiri Semarang

No	Nama Usaha	Produksi	No	Nama Usaha	Produksi
1.	Ratu Snack	Cookies & Snack	19.	Mega Snack	Aneka Snack
2.	Ari Snack	Banana Cotton Cake	20.	Marinda	Snack & Catering
3.	Kedai Edenis	Zuppa Soup, Soes, Mancutel	21.	Nurul Rosiah	Snack
4.	Winston Snack	Snack & Catering	22.	Hantiq Snack	Snack, Tar, & Cookies
5.	Risma	Cake &Cookies	23.	Kusuma	Cake & Bakery
6.	Maidah	Cake & Bakery	24.	AB Frozen	Olahan Frozen
7.	OMMA UMMA	Bolu kukus & Snack	25.	Ashraf	Aneka Snack, Puding, Tart
8.	Fida Snack	Snack	26.	Sandra Luckytowati	Snack
9.	Nano	Snack & Masakan Padang	27.	Az- Zahra	Pisang, Molen, Risol, Stik
10.	Sinok Ndut	Snack	28.	Aik Snack	Snack
11.	ENHA	Egg Roll	29.	Bilqis Snack	Bakpao & Donat
12.	Hermin Indrayati	Snack Basah	30.	Dian Bakery	Bolen, Roti, Pisang, Bakpao
13.	Fanda Snack	Egg Roll, Stik, Cake, Snack	31.	Dinhar Snack	Chiffon
14.	Debyana Bakery	Snack & Bakery	32.	Arofah & Mahkota Sari	Bolu Kukus, Brownies, Lumpia
15.	Bilqis Brownies	Brownies	33.	Tieks Snack	Kue Basah & Kue kering
16.	My Stick	Stick	34.	Tyan Cake	Tart, Brownies
17.	Joys Snack	Snack, Cookies, Bakery	35.	Riris Snack	Brownies
18.	Andas Cake	Cake			

Sumber : Data Kepengurusan dan Anggota UKM Cipta Boga Mandiri 2017-2020

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa adanya banyak usaha yang dimiliki UMKM binaan Koperasi Cipta Boga Mandiri. Produk yang dihasilkan para anggota UMKM binaan Koperasi Cipta Boga Mandiri ada berbagai macam, antara lain: *snack, cake,*

stick, egg roll, olahan *frozen,* donat, dan bakpao. Perusahaan yang memfokuskan pada usaha *snack* terdiri dari 16 usaha. Sementara itu, terdapat 13 usaha yang memfokuskan pada *cake*, dua (2) usaha yang memproduksi pada olahan *stick*, satu (1) usaha yang membuat *eggroll*, satu (1) usaha yang memfokuskan pada olahan *frozen*, dan dua (2) usaha yang memproduksi pada donat dan bakpao.

Salah satu pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah binaan Koperasi Cipta Boga Mandiri adalah Bapak Suroto. Nama usaha bapak Suroto ini adalah Bilqis Snack. Usaha ini telah ditekuni sejak 2016 dimana tempat produksinya beralamatkan di Jalan Taman Liman Mukti 1 No. 371 RT. 03 RW. 06 Kelurahan Pedurungan Kidul, Kecamatan Pedurungan, Kota Semarang. Usaha yang dijalaninya adalah memproduksi bakpao dan donat. Produksi donat dan bakpao yang dilakukan oleh bapak Suroto menggunakan aneka isian dan juga *topping*.

Untuk bakpao memiliki varian isi dengan aneka rasa antara lain rasa cokelat, selai *strawberry,* selai *blueberry*, selai nanas, selai melon, isian kacang hijau, dan juga isian ayam. Isinya pun tergantung pesanan pelanggan. Pembuatan rutin bakpao, biasanya menggunakan isian cokelat, aneka selai dan kacang hijau. Untuk isian ayam biasanya hanya ketika ada pesanan saja. Untuk donat, ada dua (2) varian, yaitu donat krispi yang berisi cokelat, dan juga ada donat sate dengan toping misis coklat dan warna-warni. Harganya pun berbeda, tergantung isian/*topping* dan ukuran bakpao dan donat itu sendiri. Produk-produknya pun tidak menggunakan bahan pengawet sehingga aman dikonsumsi dan batas kadaluarsa dari produk ini bisa mencapai 3 hari setelah proses pembuatannya. Gambar produknya dapat dilihat di foto berikut :

Gambar 1. 2 Produk pada Bilqis Snack

Dalam pengemasan produk donat dan bakpao tersebut Bilqis Snack masih menggunakan plastik opp yang berukuran 12 x 12 (cm) untuk kemasan donat krispi dan bakpao. Sedangkan untuk kemasan donat sate, menggunakan plastik *opp* yang aman untuk makanan yang berukuran 8 x 12 (cm).

Gambar kemasan yang digunakan dapat dilihat di foto berikut :

Gambar 1. 3 Plastik kemasan untuk donat krispi, bakpao dan donat sate

Untuk pengemasan donat sate, menggunakan tusuk sate dan pita kawat untuk menutup kemasannya sekaligus untuk mempercantik tampilannya. Gambar tusuk sate dan pita kawatnya dapat dilihat di foto berikut:

Gambar 1. 4 Tusuk sate dan kawat pengait yang digunakan pada donat sate

Bilqis Snack, meskipun masih tergolong usaha mikro, tetapi usaha ini telah mendapatkan sertifikat Produksi Pangan Industri Rumah Tangga dengan nomor P-IRT. Untuk usaha bakpao, P-IRT nomor : 2063374013453-21. Sedangkan untuk usaha donat P-IRT nomor : 2063374023453-21. Meskipun demikian, teramati bahwa produk makanan ini masih belum memiliki sertifikat kehalalan. Dengan adanya nomor P-IRT yang sudah diterbitkan, Bilqis Snack membuat label untuk kemasan produknya. Label tersebut dapat dilihat pada foto di bawah ini :

Gambar 1. 5 Label pada kemasan Bilqis Snack

Dengan adanya label tersebut, Bilqis Snack sudah memiliki *branding* sendiri yang dapat bertahan dari persaingan yang ketat.

Modal awal usaha Bilqis Snack ini kurang lebih Rp6.000.000. Usaha yang dilakukan baru dibantu oleh keluarganya sendiri dan total pekerja yang membantu sebanyak 3 orang. Usaha ini bekerjasama dengan beberapa pedagang perantara yang mana pedagang perantara itu menjual beraneka ragam makanan dan juga bekerjasama dengan koperasi Cipta Boga Mandiri untuk mendapatkan bahan baku seperti tepung, telur, margarin, minyak, dan gula. Bilqis Snack juga bekerjasama dengan toko bahan roti untuk mendapatkan bahan baku produk yang lain, seperti selai, misis, kacang hijau, plastik kemasan, tusuk sate dan kawat pengait.

Usaha yang sudah berdiri sejak tahun 2016 ini, setiap tahunnya mengalami kenaikan dan penurunan penjualan. Data Perkembangan Penjualan Bilqis Snack Tahun 2016-2019 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 1. 3
Perkembangan Penjualan Bilqis Snack Tahun 2016-2019

Tahun	Jenis Produk		Total Penjualan per tahun (Rp)	Kenaikan Penjualan (%)	Harga per pcs (Rp)		Kenaikan Harga (%)
	Bakpao (Rp)	Donat (Rp)			Bakpao	Donat	
2016	50.625.000	36.000.000	86.625.000	-	1.500	2.000	-
2017	94.500.000	54.000.000	148.500.000	0,41	1.500	2.000	-
2018	81.000.000	36.000.000	117.000.000	(0,26)	1.500	2.000	-
2019	135.000.000	72.000.000	207.000.000	0,43	1.500	2.000	-

Sumber : Catatan Penjualan Bilqis Snack Tahun 2016 – 2019

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa dari tahun 2016 sampai tahun 2019 total penjualan mengalami kenaikan dan penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2017

mengalami kenaikan total penjualan, dikarenakan saat itu sudah mulai memiliki pelanggan tetap yang tertarik pada produk Bilqis Snack. Namun pada tahun 2018, mengalami penurunan total penjualan dikarenakan mulai banyaknya pesaing yang sama-sama menjual aneka makanan ringan. Sedangkan pada tahun 2019, mulai bangkit dan meningkatkan kualitas produknya dan membuat inovasi baru lagi, sehingga total penjualannya dapat meningkat kembali.

Berdasarkan Tabel 1.3 dapat dilihat bahwa terdapat permasalahan dimana dengan harga yang tetap sama, penjualan mengalami kenaikan dan penurunan. Peristiwa tersebut dapat memengaruhi keberlangsungan usaha Bilqis Snack. Oleh karena itu, dalam mengembangkan usaha, salah satu caranya dengan menentukan strategi dalam mengatasi masalah di lapangan.

Salah satu strategi tersebut adalah metode SWOT (*Strengths*, *Weaknesses*, *Opportunities* dan *Threats)* dengan cara menganalisis faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi kekuatan dan kelemahan industri sedangkan faktor eksternal meliputi peluang dan ancaman. Strategi yang tepat dapat ditentukan dengan memanfaatkan kekuatan yang dimiliki untuk mengambil keuntungan dari peluang-peluang yang ada, sekaligus memperkecil atau bahkan mengatasi kelemahan yang dimiliki untuk menghindari adanya ancaman.

Dalam menentukan strategi, selain dengan metode SWOT, juga dapat menggunakan *Business Model Canvas,* yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur. Model bisnis ini salah satu model yang mudah dipahami oleh semua orang. Menurut Osterwalder & Pigneur (2012:16-17) terdapat

9 blok bangunan dasar dalam *Business Model Canvas.* Sembilan blok tersebut adalah : *Customer Segment* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proporsi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Reveneu Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya).

Pada kenyataannya Bilqis Snack sudah menerapkan beberapa *Business Model Canvas* antara lain segmentasi pelanggan yang dituju adalah semua kalangan usia. Usaha ini juga sudah memberikan pelayanan terbaiknya dalam melayani konsumen. Saluran penjualannya, melalui pedagang perantara dan penjualan secara langsung yang dilakukan oleh pemilik sendiri. Sumber daya utamanya, saat ini memiliki tempat dan alat produksi yang masih sederhana. Aktivitas kunci yang dilakukannya, kegiatan pemasarannya melalui pedagang perantara dan penjualan secara langsung. Dalam bermitra, sedang meningkatkan hubungan kerjasama dengan mitra yang sudah ada. Untuk struktur biaya, usaha ini berusaha meminimalkan biaya agar dapat mempertahankan struktur biaya yang ramping.

Menurut Zott *et al* (dalam Belinda Dwi Astuti dan Trisna Insan Noor , 2019 : 438-456) model bisnis menggambarkan isi, struktur, dan tata kelola dari transaksi yang sudah dirancang untuk menciptakan nilai melalui eksploitasi peluang bisnis. Menurut Teixeira dan Pereira (dalam Cynthia Damayanti Wonodjojo dan Ratih Indriyani, S.E., M.M., 2017) manfaat model bisnis yaitu membantu perusahaan dalam memahami keinginan pasar, kebutuhan konsumen dan lingkungan yang kompetitif, menganalisis tujuan dari inisiatif baru, apakah itu sebuah peluang bisnis,

masalah atau kebutuhan, dan membuat rekomendasi dan pengambilan keputusan untuk melihat hubungan logis antara masing-masing komponen bisnis.

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan masalah penelitian yaitu perlu diketahui strategi untuk mengembangkan usaha melalui *Business Model Canvas* (BMC). Kemudian, peneliti membuat pertanyaan penelitian yaitu "Bagaimana Strategi Pengembangan Usaha Mikro Bilqis Snack Berdasarkan *Business Model Canvas* dan Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM)". Maka penulis akan mengkaji lebih mendalam dengan melakukan penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Penulis merencanakan proses penelitian ini akan berlangsung kurang lebih selama 3 bulan, pada usaha mikro Bilqis Snack di Kota Semarang, Jawa Tengah.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian, maka peneliti mengidentikasi masalah yang lebih rinci sebagai berikut :

1. Bagaimana penerapan *Business Model Canvas* (*Customer Segment, Value Propositions, Channels, Customer Relationships , Reveneu Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships*, dan *Cost Structure*) pada Bilqis Snack saat ini?
2. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dialami pada bisnis Bilqis Snack berdasarkan pemetaan *Business Model Canvas* nya?
3. Bagaimana strategi pengembangan yang tepat bagi usaha Bilqis Snack?

4. Bagaimana peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dalam mendukung strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis dan menggambarkan secara menyeluruh tentang *Business Model Canvas* pada usaha Bilqis Snack dan peran koperasi Cipta Boga Mandiri untuk menentukan strategi pengembangan Usaha, Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM).

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan peneliti, maka tujuan diadakan penelitian ini adalah untuk mengetahui :

1. *Business Model Canvas* yang diterapkan oleh Bilqis Snack saat ini.
2. Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dialami bisnis Bilqis Snack berdasarkan pemetaan *Business Model Canvas* nya
3. Strategi pengembangan yang tepat bagi usaha Bilqis Snack.
4. Peran Koperasi Cipta Boga Mandiri dengan strategi pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pengembangan Ilmu Manajemen Bisnis, bagi strategi *Business Model Canvas*, bagi Ilmu Koperasi,

dan bermanfaat bagi Ilmu Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Bilqis Snack, dapat mengetahui keadaan sebenarnya di lapangan, dan juga dapat mengaplikasikan dan memberikan pemahaman tentang *Business Model Canvas* ini kepada para pelaku UMKM sehingga dapat diterapkan dalam usahanya. Untuk Koperasi, diharapkan dapat memberi manfaat berupa informasi kepada koperasi tentang bagaimana keadaan anggotanya dalam bidang usaha di dalam Koperasi Cipta Boga Mandiri.

IKOPIN