

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah memiliki peran yang sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UKM) bulan Maret 2021, jumlah UMKM mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto sebesar 61,07 persen atau senilai Rp8.573,89 triliun. Selain itu, UMKM mampu menyerap 97 persen dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,42 persen dari total investasi di Indonesia. Kontribusi tersebut tentunya menunjukkan peranan UMKM dapat menopang kebutuhan ekonomi nasional Indonesia.

Merujuk data Dinas Koperasi dan UMKM yang ada di Jawa Timur, yang juga merujuk pada data BPS, setiap tahunnya ada sekitar 414 ribu UMKM tumbuh di Jawa Timur & keberadaan UMKM ini menyumbang 57,5% pada PDRB Jawa Timur (surabaya.tribunnews.com). Kota besar kedua di Indonesia yaitu Surabaya menjadi pusat konsentrasi industri. Dilihat dari data diskopukm.jatimprov.go.id, jumlah UMKM Kota Surabaya berkisar sekitar 260 ribu unit, serta Surabaya merupakan kota madya dengan jumlah UMKM tertinggi dibanding dengan kota madya lainnya di wilayah Jawa Timur. Industri makanan dan minuman (mamin) merupakan penyumbang kontribusi terbesar terhadap sektor industri pengolahan nonmigas pada triwulan II tahun 2021 yang mencapai 38,42% serta memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional mencapai 6,66%.

Indonesia merupakan negara tropis. Sehingga Indonesia dapat menyimpan keanekaragaman jenis tumbuhan tertinggi di dunia. Terdapat 266 jenis buah-buahan yang dianggap asli dari Indonesia. Buah tentunya memiliki banyak manfaat bagi tubuh manusia. Selain mencukupi nilai gizi yang dibutuhkan oleh tubuh manusia, buah juga dapat mencegah berbagai macam penyakit. Menurut badan kesehatan dunia (WHO) manusia sebaiknya mengkonsumsi buah dan sayuran setidaknya 400g/hari agar tubuh selalu sehat.

Pada tahun 2020 berbagai negara di belahan dunia sedang menghadapi pandemi, pandemi akibat terkena musibah dari wabah corona virus atau yang biasa

disebut Covid 19, kondisi ini sangat mengkhawatirkan sehingga memaksa semua negara untuk menanganinya dengan serius seperti memberikan tindakan mengamankan masyarakatnya dari penyebaran virus, dimana setiap harinya jumlah korban bertambah terus menerus bahkan ribuan orang telah meninggal dunia.

Dalam kajian Kementerian Keuangan, Covid 19 dapat menimbulkan ancaman kehilangan pendapatan rumah tangga, hingga terhalang dan tidak dapat bekerja untuk memenuhi kebutuhan hidup setiap harinya. Indonesia yang mayoritas didominasi oleh UMKM dimana UMKM juga terdampak secara serius, tidak hanya pada aspek produksi dan nilai perdagangan saja akan tetapi juga pada jumlah tenaga kerja yang harus kehilangan pekerjaan dikarenakan adanya pandemi ini.

Menurut Kemenkop UMKM ada sekitar 37 ribu UMKM yang memberikan laporan bahwa mereka sedang terdampak sangat serius dengan adanya pandemi Covid-19, saat ini ditandai dengan sekitar 56 persen melaporkan pada masalah distribusi barang, lalu 4 persen nya melaporkan kesulitan dalam mendapatkan bahan baku. Salah satu yang paling terdampak pandemi Covid-19 yang telah dirasakan UMKM adalah ada sebanyak 1.785 koperasi dan 163.713 pelaku UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terdampak pandemi Covid-19.

Di kondisi pandemi seperti ini menuntut semua orang untuk segera menyesuaikan diri dengan pola kerja yang baru. Beberapa contoh seperti halnya pekerja merubah kegiatannya menjadi *Work From Home* atau kerja dari rumah, mahasiswa dan anak sekolah juga harus belajar secara daring atau *online*. Meskipun banyak kegiatan yang tidak dapat berjalan seperti biasa, namun UMKM atau Usaha Mikro, Kecil dan Menengah harus tetap optimis dalam mengambil peluang usaha. Salah satu usaha yang dapat dijadikan peluang di tengah pandemi ialah bisnis kuliner. Menurut Ali (2012:8), bisnis di bidang kuliner merupakan bisnis yang menjadi pilihan oleh banyak orang, mengapa demikian karena bisnis ini dianggap jenis bisnis yang lebih mudah dilakukan daripada bisnis lainnya. Namun tanpa disadari bahwa bisnis di bidang kuliner sebenarnya juga termasuk bisnis yang tergolong rumit dikarenakan masih membutuhkan banyak inovasi dan kreativitas yang berkelanjutan. Oleh sebab itu, dibutuhkan strategi di dalamnya agar dapat terus bersaing dalam bidang kuliner ini walaupun dalam ruang lingkup yang kecil.



Gambar 1.1 Logo JusKidding

Juskidding merupakan bisnis kuliner yang berbasis olahan buah-buahan seperti jus buah, salad buah, dan sop buah. Segmentasi dari bisnis ini adalah kalangan menengah kebawah. Keunikan dari bisnis ini adalah menyediakan lebih dari 20 macam buah-buahan dengan 100 persen buah segar asli, yang mayoritas adalah buah dalam negeri. Sesuai dengan namanya, *Juskidding* menyajikan dengan nama menu yang unik seperti *Dian Sastroberi*, *Melon Kundang*, *Leci Bawah Meja* serta menu utamanya seperti *Juskidding (Jus Stroberi Kiwi dengan Pudding)* dan masih banyak lainnya. Disajikan dalam kemasan yang menarik, variasi *cup & bowl*, di setiap produk yang dijual juga terdapat info seputar kandungan vitamin, manfaat, serta informasi nilai gizi.

Konsep pemesanannya seperti *coffeeshop* yang sedang *trend* di kalangan masyarakat saat ini, proses pemesanannya saat ini *offline* (outlet) dan *online* dengan jasa layanan antar pesanan. Mengangkat tema *colorfull* dan *tagline* “Sahabat Sehatmu” *Juskidding* berharap konsumen yang mencoba produknya selalu merasakan *happy*. *Juskidding* resmi membuka outlet pertamanya di Jl. Gading I no. 11 Kota Surabaya.



Gambar 1.2 Outlet Juskidding

Menjadi tantangan tersendiri bagi *Juskidding* membuka outletnya pada bulan Mei 2020 tepat di tengah wabah Covid-19. Ide awal dari bisnis ini adalah dengan melihat banyaknya masyarakat yang ingin memperoleh sumber vitamin dari berbagai macam kebutuhan mulai dari obat-obatan, minuman maupun makanan guna meningkatkan sistem imun dan kesehatan tubuh.

Juskidding mencoba hadir dalam memenuhi kebutuhan permintaan konsumen di masa pandemi Covid-19. Meski ruang lingkup bisnis *Juskidding* ini masih kecil, namun untuk tetap dapat mempertahankan serta mengembangkan usaha bisnis ini harus memiliki strategi yang matang, baik dalam hal kualitas, rasa, bahan baku serta layanan agar produk yang dijual *Juskidding* ini dapat diterima dan mendapat respon positif dari para konsumen.

Berkembangnya berbagai usaha di bidang kuliner saat ini membutuhkan strategi bisnis agar perusahaan mampu unggul dalam mengembangkan bisnisnya. Terdapat beberapa kesulitan yang dihadapi oleh pemilik usaha *Juskidding* di masa pandemi Covid 19 diantaranya meningkatkan performa penjualan.

Berikut disajikan penjualan *Juskidding* dari bulan Juni 2020 - November 2020

TABEL 1.1 DATA PENJUALAN *JUSKIDDING*
BULAN JUNI 2020 - NOVEMBER 2020

Bulan	Total Penjualan per Bulan (Rp)	Tingkat Penjualan (%)
Juni	Rp 9.568.000	-
Juli	Rp 10.456.000	9,2 %
Agustus	Rp. 10.587.000	1.2 %
September	Rp 9.443.000	-10,8 %
Oktober	Rp 9.777.000	3,53 %
November	Rp 10.754.000	9,99 %

Sumber: Data *Juskidding* (2020)

Berdasarkan data penjualan di atas dapat diperoleh tingkat penjualan bisnis *Juskidding* masih belum signifikan. Hal ini dapat disebabkan oleh banyak faktor. Mengingat dari awal didirikan bisnis ini dari tahun 2020 hingga saat ini bisnis ini masih belum berkembang dengan baik. Untuk dapat mengembangkan bisnisnya, *Juskidding* saat ini sangat memerlukan peningkatan nilai yang diharapkan dapat menjadi keunggulan bisnis dengan membuat model bisnis yang baru untuk lebih baik dari pesaing melalui pendekatan BMC atau *Business Model Canvas*.

Saat ini BMC tidak hanya dapat digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saja, tetapi juga digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru. BMC atau *Business Model Canvas* terdiri dari 9 blok elemen berdasarkan buku Osterwalder dan Pigneur (2012:16-17), yakni *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya).

Penggunaan BMC atau *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. Dengan menggunakan BMC perusahaan diharapkan dapat mengembangkan bisnisnya untuk menjadi lebih baik kedepannya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas maka peneliti mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

Bagaimana rekomendasi model bisnis *Juskidding* dengan menggunakan pendekatan BMC atau *Business Model Canvas*?

Tujuan Penelitian

Dari rumusan permasalahan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui kriteria kesembilan blok BMC atau *Business Model Canvas* pada bisnis *Juskidding*.

Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini mengenai bisnis *Juskidding* adalah:

1. Bagi Universitas, digunakan sebagai tambahan untuk referensi skripsi di Universitas.
2. Bagi Pembaca, dapat mengetahui bagaimana solusi dalam pengembangan bisnis yang harus dimiliki sebuah bisnis.
3. Bagi Peneliti, dapat mengetahui model bisnis di dalam bisnis *Juskidding* dengan menggunakan pendekatan BMC atau *Business Model Canvas* yang dapat diimplikasikan untuk strategi bisnis *Juskidding* kedepan.

Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal pada penelitian ini terbagi menjadi lima bab yaitu, pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan dan saran.

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab satu ini merupakan pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar

belakang masalah, rumusan masalah yang menjadi dasar penelitian bisnis *Juskidding*, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan penelitian.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Bab dua ini merupakan tinjauan pustaka. Pada bab ini berisi tentang dasar-dasar teori model bisnis, BMC atau *Business Model Canvas*, penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, dan kerangka pemikiran dari penelitian ini.

BAB 3 METODE PENELITIAN

Bab tiga ini merupakan bab yang menjelaskan metodologi penelitian yang dipakai serta memaparkan mengenai definisi operasional yang digunakan, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, serta metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab empat ini merupakan hasil dan pembahasan terkait bisnis *Juskidding*. Bab ini berisikan tentang interpretasi dari hasil yang didapatkan dari pengumpulan data dan informasi dalam proses wawancara.

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

Bab lima ini merupakan kesimpulan dan saran terhadap penelitian pada usaha *Juskidding*. Bab terakhir ini berisikan tentang kesimpulan yang didapatkan dan saran dari penulis yang berkaitan dengan penelitian ini.