

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Kabupaten Jember merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang berpotensi dalam pengembangan industri berbasis singkong. Data Badan Pusat Statistika Kabupaten Jember menyatakan bahwa luas panen singkong di Kabupaten Jember dari tahun 2019-2021 mengalami fluktuatif. Tahun 2019 total produksi singkong sebesar 15.220 Ton dengan Luas panen 904 Ha. Tahun 2020 total produksi singkong sebesar 9.492 Ton dengan Luas panen 542 Ha. Tahun 2021 mengalami peningkatan yaitu dengan total produksi singkong sebesar 15.995 Ton dengan Luas panen 664 Ha (BPS, 2020-2022). Peningkatan produksi singkong di Kabupaten Jember harus diimbangi dengan peningkatan industri pengolahan singkong.

Singkong dapat dimanfaatkan menjadi produk olahan dengan nilai tambah yang tinggi. Produk olahan dari singkong dapat berupa tepung tapioka, keripik singkong, opak singkong, dan sebagainya. Tepung tapioka adalah jenis bahan pangan terbuat dari pati yang diekstrak dengan air dari singkong untuk menghasilkan butiran-butiran pati halus berwarna putih. Keripik singkong adalah makanan ringan berupa irisan tipis dari singkong yang mengandung pati. Opak singkong adalah makanan camilan sejenis kerupuk terbuat dari singkong dengan tekstur yang gurih. Produk olahan berbasis singkong lainnya adalah tape. Produk turunan tape singkong yaitu berupa tape bakar, prol tape, suwar-suwir, brownies tape dan olahan lainnya. Olahan tape merupakan produk turunan yang memiliki potensi untuk terus berkembang karena bahan baku yang melimpah.

UD. Sumber Madu merupakan salah satu usaha pengolahan tape dan memiliki *outlet* di Kabupaten Jember yang berlokasi di Jl. Gajah Mada No. 103, Kelurahan Jember Kidul, Kecamatan Kaliwates. Sistem pengelolaan usaha ini dimulai dari kegiatan produksi sampai dengan pemasaran produk. UD. Sumber

Madu memproduksi olahan tape berupa produk turunan salah satunya adalah prol tape yang dilakukan produksi setiap hari.

UD. Sumber Madu memiliki potensi yang cukup besar untuk dikembangkan, karena prol tape merupakan salah satu jenis produk yang sampai saat ini banyak digemari oleh masyarakat sebagai jajanan atau camilan dari berbagai kelompok ekonomi dan kelompok umur. Prol tape dapat dikonsumsi oleh seluruh kalangan usia, baik anak-anak hingga dewasa. Data penjualan prol tape pada UD. Sumber Madu pada 1 tahun terakhir mampu menjual prol tape sebanyak 9.780 kotak. UD. Sumber Madu setiap bulannya mengalami naik turun pada penjualannya. Penurunan tersebut terjadi karena adanya pesaing yang menjual produk sejenis.

Permasalahan yang terjadi pada UD. Sumber Madu yaitu, (1) permintaan konsumen terhadap produk mengalami fluktuatif, (2) harga bahan baku yang kurang stabil. Pemilik usaha diharapkan mampu menentukan strategi yang tepat dalam menghadapi persaingan serta dapat mempertahankan usahanya agar terus berkembang di masa yang akan datang. Permintaan konsumen terhadap produk mengalami fluktuatif, prol tape yang terjual setiap harinya tidak menentu, seperti pada hari *weekend* mencapai jumlah yang lebih besar dibandingkan hari biasa. Pendapatan pada saat hari raya juga lebih besar dibandingkan hari-hari biasanya. Bahan baku pembuatan prol tape seperti tepung, telur, gula juga kurang stabil harganya, karena tergantung dari harga jual dari pemasok.

Strategi pengembangan usaha merupakan suatu tindakan yang dirumuskan untuk diterapkan dalam suatu usaha dalam jangka panjang. Hal tersebut penting untuk diterapkan didunia usaha yang memiliki kesulitan dalam mencapai sasaran perusahaan (Rangkuti, 2016). Menurut David (2017:9) manajemen strategi dapat mempengaruhi sebuah organisasi agar lebih proaktif dibandingkan dalam proses pembentukan usahanya dengan pendekatan yang lebih logis, sistematis, dan obyektif untuk menentukan arah usahanya di masa mendatang. Strategi pengembangan merupakan suatu cara yang dapat diterapkan dalam memulai usaha untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Strategi pengembangan yang digunakan pada usaha ini adalah dengan metode *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Osterwalder dan Pigneur, 2010 *Business Model Canvas* (BMC) merupakan salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan suatu dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Metode ini diharapkan akan mendapatkan hasil yang maksimal dan mendapat perubahan yang lebih baik dalam proses perkembangan usaha pada UD. Sumber Madu. Metode ini memberikan manfaat lain yang didapatkan pemilik usaha dalam proses pemilihan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang menjadi fokus dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana identifikasi kesembilan komponen *Business Model Canvas* (BMC) pada UD. Sumber Madu?
2. Bagaimana pemetaan bisnis UD. Sumber Madu ke dalam *Business Model Canvas* (BMC)?
3. Bagaimana alternatif strategi di UD. Sumber Madu berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

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

1. Mengidentifikasi komponen *Business Model Canvas* (BMC) pada UD. Sumber Madu.
2. Memetakan dan menganalisis produk dengan tepat pada UD. Sumber Madu dalam penerapan *Business Model Canvas* (BMC).
3. Merumuskan dan menentukan alternatif strategi baru pada UD. Sumber Madu berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC).

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah mendapatkan perencanaan strategi pengembangan yang berguna:

1. **Bagi Penulis**

Untuk mengetahui apakah dalam sebuah penerapan *Business Model Canvas* (BMC) berpengaruh terhadap perkembangan usaha pada UD. Sumber Madu.

2. **Bagi Perusahaan**

Untuk memberikan referensi sebagai suatu acuan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan khususnya dalam menganalisis penerapan *Business Model Canvas* (BMC) untuk meningkatkan mutu pelayanan dan kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen.

3. **Bagi Pihak Lain**

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan referensi dalam menentukan kebijakan yang akan diambil untuk melakukan suatu pengembangan usaha yang berguna untuk meningkatkan volume penjualan yang ditargetkan kepada konsumen.