

BAB 1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara agraris dimana salah satu produk unggulan pertanian Indonesia adalah tanaman pangan. Ketahanan pangan dalam suatu negara dikatakan baik apabila semua penduduk di suatu negara dapat terpenuhi kebutuhannya (Fertiwi, 2018). Tanaman pangan berbasis biji-bijian adalah salah satu makanan kesukaan masyarakat Indonesia. Kandungan vitamin didalamnya yang membuat olahan dari biji-bijian ini mengikat minat banyak orang yang mengkonsumsinya. Hal ini tidak terlepas dari kegemaran masyarakat yang gemar mengonsumsi makanan olahan dari biji-bijian, khususnya kedelai. Kedelai merupakan salah satu biji – bijian yang kaya akan lemak nabati dan protein yang sudah menjadi salah satu lauk pokok bagi masyarakat Indonesia.

Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan tahu yaitu UD. Tahu Jamhari yang berada di Jalan Kenanga VIII, Desa Gebang, Kecamatan Patrang, Kabupaten Jember. Pemilik usaha ini bernama bapak Jamhari yang mendirikan tempat produksi tahu pada tanggal 8 Februari 2002. Karyawan di UD. Tahu Jamhari sebanyak 28 orang yang terdiri dari 21 orang di bagian produksi, 1 orang di bagian penggorengan, 4 orang di bagian pengemasan produk, dan 2 orang di bagian pengiriman produk. Sistem penggajian yang dilakukan yaitu per hari. Dengan sistem kerja borongan yaitu setiap 2 hari sekali akan ganti pekerja dan di beri jatah libur selama 1 hari. Produksi dilakukan setiap hari mulai dari jam 6 pagisampai sore. UD. Tahu Jamhari merupakan tempat usaha yang menjual tahu mentah dan juga tahu yang sudah digoreng. Tahu goreng dijual dengan satuan kilogram menggunakan kemasan kantong plastik. Penjualan produk tahu mentah dan tahu goreng di jual di pasar induk yang ada di Jember, tetapi juga banyak konsumen yang datang langsung ke lokasi untuk membeli tahu di UD. Tahu Jamhari. Pendistribusian dilakukan dengan menggunakan kendaraan bermotor roda 3. Produk tahu mentah dan tahu goreng juga di salurkan pada pedagang–pedagang tahu yang datang langsung ke lokasi di UD. Tahu Jamhari. Pemasaran

tahu mentah dan tahu goreng UD. Tahu Jamhari masih belum meluas sampai keluar kota Kabupaten Jember.

Menurut Brown dan Petrello (1976) Pengembangan Usaha adalah suatu lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat. Apabila kebutuhan masyarakat meningkat, maka lembaga bisnispun akan meningkat pula perkembangannya untuk memenuhi kebutuhan tersebut, sambil memperoleh laba. Menurut Anoraga (2007:66) Pengembangan suatu usaha adalah tanggung jawab dari setiap pengusaha atau wirausaha yang membutuhkan pandangan kedepan, motivasi dan kreativitas. Jika hal ini dapat dilakukan oleh setiap wirausaha, maka besarlah harapan untuk dapat menjadikan usaha yang semula kecil menjadi skala menengah bahkan menjadi sebuah usaha besar. Pengembangan usaha merupakan kegiatan yang berperan penting dalam dunia usaha. Pengembangan usaha berguna untuk mengembangkan suatu usaha agar meningkatkan eksistensinya sehingga tujuan perusahaan dapat tercapai. Pengembangan usaha yang baik dapat meningkatkan penjualan dan menguasai pangsa pasar. Pengembangan usaha perlu dilakukan secara menyeluruh, tidak hanya menyangkut pada kuantitas suatu produk, namun perlu pula dilakukan pengembangan terhadap kualitas produk agar dapat memenuhi keinginan konsumen. Jika hal tersebut sudah dilakukan maka dapat memberikan peluang yang besar untuk perusahaan akan mendapatkan keuntungan yang maksimal dan dapat menguasai pasar. Jika pengembangan usaha yang dilakukan kurang tepat maka akan terjadi penurunan penjualan yang akan berdampak pada penurunan pendapatan yang diterima perusahaan.

Strategi pengembangan usaha produk pada UD. Tahu Jamhari penting dilakukan untuk mengatasi beberapa permasalahan, seperti kurangnya daya beli atau permintaan konsumen terhadap produk akibat pandemi covid 19, tidak adanya daya tarik pembelian pada produk, harga bahan baku yang masih kurang stabil, dan tempat pemasaran yang kurang luas.

Berdasarkan permasalahan diatas peneliti tertarik untuk menggunakan metode *Business Model Canvas* dalam penyelesaian masalah karena dengan adanya metode ini diharapkan akan mendapatkan hasil yang maksimal dan mendapat perubahan yang lebih baik dalam proses perkembangan usaha pada UD. Tahu

Jamhari. Sehingga dapat memberikan manfaat kepada pemilik usaha dalam proses pemilihan strategi yang tepat dalam mengembangkan usaha. Alat analisis yang akan digunakan untuk memecahkan masalah yang ada diantaranya adalah analisis BMC (*Business Model Canvas*) yang berguna sebagai petunjuk UD. Tahu Jamhari dalam mengambil alternatif pilihan terbaik guna untuk melakukan pengembangan usaha yang diinginkan serta menetapkan prioritas mana yang harus dilakukan terlebih dahulu agar usaha tersebut berkembang.

1.2 Rumusan Masalah

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

- a. Bagaimana identifikasi kesembilan komponen *Business Model Canvas* (BMC) pada UD. Tahu Jamhari?
- b. Bagaimana pemetaan bisnis UD. Tahu Jamhari ke dalam *Business Model Canvas* (BMC)?
- c. Bagaimana alternatif strategi di UD. Tahu Jamhari berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC)?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah di jabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

- a. Mengidentifikasi 9 komponen *Business Model Canvas* (BMC) pada UD. Tahu Jamhari.
- b. Merancang pengembangan model bisnis yang baru pada UD. Tahu Jamhari dalam penerapan *Business Model Canvas* (BMC).
- c. Merumuskan alternatif strategi baru pada UD. Tahu Jamhari 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 Peneliti

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

2. Bagi Perusahaan

Untuk memberikan referensi sebagai suatu acuan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan khususnya dalam menganalisis penerapan 9 komponen *Business Model Canvas* (BMC) untuk meningkatkan mutu pelayanan, kualitas produk dan pendapatan yang kurang stabil.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

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