

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memegang peranan krusial serta dianggap strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Ada tiga alasan utama yang menjadikan UMKM sangat diperhitungkan dalam perekonomian. Pertama, UMKM lebih efektif dalam menciptakan lapangan pekerjaan serta meningkatkan produktivitas tenaga kerja lokal, sehingga mampu menyerap tenaga kerja tanpa harus bergantung pada tenaga kerja asing. Kedua, UMKM sering mengalami peningkatan produktivitas secara mandiri melalui investasi serta pemanfaatan atau pembaruan teknologi yang tersedia. Ketiga, UMKM memiliki keunggulan dalam fleksibilitas waktu operasionalnya. Di Indonesia mayoritas UMKM beroperasi dalam skala usaha rumah tangga yang berkontribusi besar terhadap penyerapan tenaga kerja lokal. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia, pada tahun 2019 terdapat 65,4 juta UMKM yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia, dengan jumlah tenaga kerja yang terserap mencapai 123.3ribu orang. Sumber Data: Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah yang diolah dari data Sementara Badan Pusat Statistik (BPS)

Pertumbuhan UMKM di Indonesia menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dengan sektor makanan dan minuman menjadi salah satu bidang yang mendominasi. Dalam beberapa tahun terakhir, bisnis disektor pangan mengalami perkembangan yang pesat. Namun, disisi lain tidak sedikit usaha dibidang ini yang mengalami kerugian, bahkan beberapa diantaranya terpaksa menutup usahanya. Kondisi ini umumnya terjadi karena ketidakmampuan pelaku usaha untuk bersaing secara kompetitif dipasar.

Kabupaten Bogor memiliki jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) terbesar di Provinsi Jawa Barat, dengan total 372.070 unit usaha atau sekitar 8,1% dari total UMKM, berdasarkan data Maesarah (2021). Sebanyak 64% dari UMKM tersebut memberikan kontribusi signifikan terhadap Pemerintah

Kabupaten Bogor, baik dalam peningkatan perekonomian masyarakat maupun penyerapan tenaga kerja. Namun, kinerja UMKM di Kabupaten Bogor belum optimal karena masih terdapat beberapa faktor internal dan eksternal yang mempengaruhinya.

Data banyaknya Usaha Mikro dan Kecil menurut Kabupaten/Kota (Unit),
2021-2023

Kabupaten/Kota	Banyaknya Usaha Mikro Kecil dan Menengah menurut Kabupaten/Kota		
	2020	2021	2023
Provinsi Jawa Barat	622.225	667.795	641.639
Bogor	45.013	43.138	35.524
Sukabumi	51.796	51.307	42.155
Cianjur	44.089	36.331	49.395
Bandung	40.136	41.220	46.614
Garut	62.842	69.365	41.183
Tasikmalaya	46.132	77.632	46.827
Ciamis	29.628	30.454	33.831
Kuningan	16.180	11.317	16.485
Cirebon	18.053	21.939	24.534
Majalengka	26.634	33.468	25.413
Sumedang	19.160	24.739	21.735
Indramayu	16.481	18.946	13.178
Subang	18.014	16.958	13.321
Purwakarta	14.504	13.486	12.415
Karawang	14.239	15.410	23.253
Bekasi	20.610	19.111	23.795

Bandung Barat	22.366	20.213	28.536
Pangandaran	12.906	32.043	25.842
Kota Bogor	5.669	4.620	11.509
Kota Sukabumi	5.392	5.787	3.505
Kota Bandung	22.230	18.174	38.058
Kota Cirebon	4.767	4.335	3.899
Kota Bekasi	10.824	8.971	15.156
Kota Depok	13.916	11.429	15.180
Kota Cimahi	6.552	6.087	8.020
Kota Tasikmalaya	30.306	26.706	17.234
Kota Banjar	3.786	4.609	5.042

Keterangan Data :

Sumber : BPS Provinsi Jawa Barat

Data tersebut menunjukkan bahwa Kabupaten Bogor memiliki jumlah UMK terbesar di Provinsi Jawa Barat, dengan angka yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Peningkatan jumlah UMK ini mencerminkan pertumbuhan sektor usaha mikro dan kecil yang signifikan di wilayah tersebut.

Pada tahun 2023, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bogor mencapai 74.000 unit, meningkat dari 68.000 unit pada tahun 2021. Dalam dua tahun terakhir, terjadi peningkatan signifikan sebesar 300% pada jumlah kafe, warung, dan restoran, yang berkontribusi pada Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Pesatnya perkembangan globalisasi mendorong meningkatnya persaingan dipasar global, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk tidak hanya menjalankan usahanya secara pasif. Mereka perlu lebih kreatif dan proaktif dalam mengembangkan kapasitas serta meningkatkan keterampilan manajerial dalam mengelola bisnis. Emnteri Koperasi dan UKM, Drs. Teten Masduki, mengungkapkan bahwa masih diatasi agar usaha mereka dapat berkembang dan berdaya saing lebih baik.

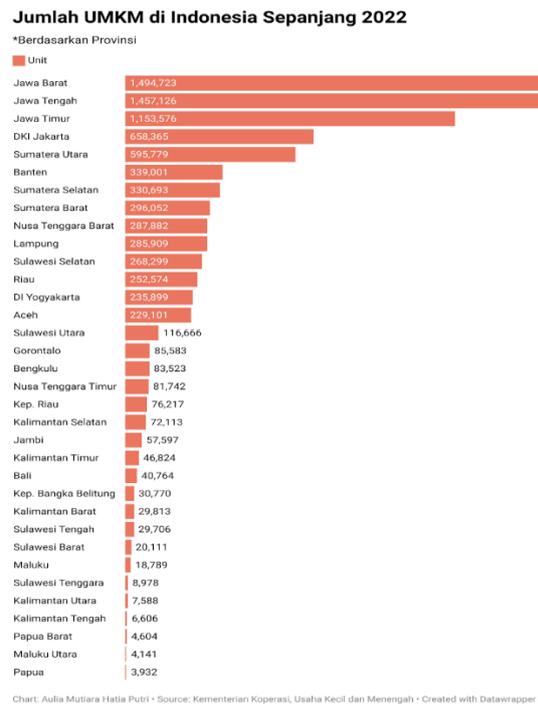
Di Indonesia terjadi peningkatan signifikan dalam pertumbuhan *e-commerce*, didorong oleh perluasan akses internet dan perubahan kebiasaan konsumen. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa tingkat penetrasi internet di negara ini mencapai 73,7% pada tahun 2023. Lebih jauh, proyeksi menunjukkan bahwa nilai transaksi *e-commerce* di Indonesia akan mencapai \$53 miliar pada tahun 2025. Hal ini menyoroti peran penting platform *e-commerce* dalam ekonomi digital Indonesia.

Transformasi digital telah menjadi sebuah kekuatan pendorong utama perubahan lintas sektor, meliputi sektor usaha mikro, kecil dan menengah (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) berperan penting dalam perekonomian Indonesia. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menyatakan pada tahun 2022 bahwa UMKM tingkat kontribusi terhadap produk melebihi 60% Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap lebih dari 97% tenaga kerja. Namun, di antara kontribusinya Usaha besar, kecil, menengah, dan mikro khususnya menghadapi tantangan yang berat dalam pemasaran dan distribusi produk dasar teknologi digital.

Data Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (2012) terungkap bahwa hal itu terjadi pada tahun 2012 jumlah lembaga publik bertambah 1.328.163 bisnis dibandingkan tahun sebelumnya. Data terkini menunjukkan rata-rata tingkat pertumbuhan UMKM Indonesia hampir di atas 10% setiap tahun. Peran selanjutnya adalah dalam urusan penyerapan tenaga kerja jumlahnya terus bertambah usaha mikro, kecil, dan menengah juga berdampak pada penyerapan energi bekerja, tingkat pemanfaatannya mencapai 97%.

Menurut data dari Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan, dan Perindustrian (Dinkukmdagin) Kota Bogor, jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Kota Bogor terus mengalami pertumbuhan. Pada tahun 2023, tercatat sebanyak 73.336 unit UMKM, meningkat dari 68.992 unit pada tahun 2021.

Gambar 1. 1 Data jumlah UMKM di Indonesia 2022



Sumber: Kementerian Koperasi dan UKM RI, 2020

Sementara itu, di Kabupaten Bogor, berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah usaha mikro dan kecil pada tahun 2022 mencapai 11.509 unit. Namun, salah satu tantangan utama yang dihadapi UMKM di daerah ini adalah legalitas usaha. Dari hampir satu juta UMKM yang terdata oleh BPS, hanya sekitar 32.000 yang memiliki izin usaha resmi, yang berarti hanya sekitar 3% UMKM di Kabupaten Bogor yang telah mengantongi legalitas usaha yang lengkap. Angka ini mengindikasikan perlunya perhatian lebih dalam aspek legalitas dan formalitas usaha di sektor UMKM, terutama di wilayah Bogor. Peningkatan legalitas UMKM tidak hanya berkontribusi terhadap perlindungan usaha kecil, tetapi juga membantu memperkuat perekonomian lokal secara lebih terstruktur dan berkelanjutan.

Aktivitas ekonomi, baik dalam skala nasional maupun global, mengalami penurunan yang sangat tajam selama pandemi covid-19 pada tahun 2020 dan 2021. Junaedi dan Salistia (2020) melaporkan bahwa kawasan Asia, Amerika dan Afrika terdampak lebih parah pada pandemi ini, dengan total kerugian

ekonomi global yang diperkirakan mencapai 12 triliun. Besarnya keuangan ini berdampak luas pada berbagai aspek kehidupan masyarakat, termasuk sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM). Suryani (2021) dan Ihza (2020) menjelaskan bahwa pandemi covid-19 menyebabkan sebagian besar UMKM mengalami penurunan pendapatan akibat menurunnya daya beli masyarakat. Namun, seiring dengan pemulihan pandemi, aktivitas ekonomi UMKM di Indonesia mulai menunjukkan peningkatan kembali.

Menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), pandemi merupakan salah satu kondisi dimana terjadi peningkatan penularan penyakit secara signifikan, dimana virus menyebar dengan cepat dan menjangkau berbagai negara, serta mempengaruhi banyak orang (Aeni, 2022). Penyakit Corona pertama kali terdeteksi di Indonesia pada tanggal 02 Maret 2020, dan pada tanggal 09 Maret 2020 WHO secara resmi menetapkan sebagai Covid-19. Dengan penetapan ini, pemerintah dituntut untuk segera mengambil langkah-langkah guna untuk mencegah penyebaran virus Corona yang berlangsung begitu cepat. Salah satu kebijakan yang diterapkan oleh pemerintah adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan PSBB ini memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat, karena membuat mereka terbatas dalam melakukan aktivitas, baik Sosial, Pendidikan, Ekonomi, kebudayaan maupun Kesehatan. Transaksi ekonomi yang biasanya dilakukan secara langsung pun menjadi terbatas, yang berimbas besar bagi mereka yang bergantung pada penghasilan harian. Di Indonesia banyak masyarakat yang bekerja disektor informal, seperti ojek online, pekerja bangunan, pedagang di pasar dan penjual kaki lima yang merasakan dampak langsung akibat pembatasan ini. Tidak hanya sektor informal, industri pariwisata, maskapai penerbangan, industri manufaktur, serta Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) juga turut meningkat turut terkena imbas dari situasi pandemi ini.

Pandemi, menurut Organisasi Kesehatan Dunia (WHO), merupakan situasi di mana terjadi peningkatan signifikan dalam penularan suatu penyakit. Virus dapat menyebar secara cepat dan meluas ke berbagai negara, sehingga

berdampak pada banyak orang (Aeni, 2022). Di Indonesia, kasus pertama infeksi virus Corona terkonfirmasi pada 2 Maret 2020. Selanjutnya, WHO secara resmi menetapkan Covid-19 sebagai pandemi global pada 9 Maret 2020.

Penetapan status pandemi ini mendorong pemerintah untuk segera mengambil kebijakan guna menekan laju penyebaran virus yang sangat cepat. Salah satu kebijakan utama yang diterapkan adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). Kebijakan ini berdampak besar pada kehidupan masyarakat, membatasi berbagai aktivitas di sektor sosial, pendidikan, ekonomi, budaya, hingga kesehatan. Aktivitas ekonomi yang sebelumnya dilakukan secara langsung menjadi terbatas, sehingga mempengaruhi masyarakat yang bergantung pada penghasilan harian. Di Indonesia, banyak pekerja sektor informal seperti pengemudi ojek online, pekerja bangunan, pedagang pasar, serta penjual kaki lima yang terdampak langsung oleh pembatasan ini. Tidak hanya sektor informal, industri pariwisata, maskapai penerbangan, manufaktur, serta Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) juga mengalami dampak besar akibat pandemi.

Permintaan terhadap produk makanan sehat di Indonesia terus meningkat dan menjadi tren yang berkembang setelah pandemi Covid-19. Menurut laporan dari Euromonitor International pada tahun 2022, pasar makanan sehat di Asia Tenggara mencatat pertumbuhan tahunan sebesar 8,5%. Hal ini usaha kini mulai mengintegrasikan teknologi digital sebagai bagian dari strategi pemasaran permintaan terhadap produk makanan sehat di Indonesia terus meningkat dan menjadi tren yang berkembang setelah pandemi Covid-19. Menurut laporan dari Euromonitor International pada tahun 2022, pasar makanan sehat di Asia Tenggara mencatat pertumbuhan tahunannya sebesar 8,5%.

Salah satu dengan prospek pasar yang menjanjikan adalah prozen yogurt. Hal ini dapat dilihat dari keberagaman kosnumennya yang tidak hanya terbatas pada anak-anak, tetapi juga mencakup remaja dan orang dewasa.

Manfaat yogurt dalam berbagai aspek menjadi salah satu alasan utama meningkatnya popularitas produk ini. Sebagai produk hasil fermentasi, yogurt memberikan dampak positif melalui beragam keuntungan dan kemudahan yang di tawarkannya.

Susu adalah salah satu bahan makanan yang sangat penting bagi kesehatan manusia, karena mengandung gizi yang tinggi dan lengkap dari sumber hewani. Susu segar yang di hasilkan oleh sapi perah dianggap sebagai makanan sempurna, karena kaya akan protein, lemak, vitsmin dan mineral dalam proporsi yang ideal. Produk olahan berbasis susu ini memiliki keterkaitan erat dengan peternakan sapi perah serta berbagai proses produksi yang dilakukan.

Menurut data koperasi Mayoritas warga Kp Tajur Halang adalah peternak sapi perah. Hal ini membuat ketersediaan susu murni di daerah kami sangat melimpah dan mudah didapatkan bahkan konsumen dari luar daerah kami pun datang untuk membeli susu murni, karena kualitas dan jumlah yang memadai. Selain kesegarannya terjaga, harga susu murni di tempat kami juga terjangkau. Para peternak sapi disini menjual susu ke pasar lokal dan koperasi yang bergerak di bidang industri pengolahan susu.

Sapi perah membutuhkan pakan yang terdiri dari bahan pakan kasar (hijauan) dan bahan pakan pelengkap (konsentrat). Salah satu hijauan yang sering digunakan adalah rumput raja (*Pennisetum Purpoides*), hasil persilangan antara *Pennisetum purpureum* (Rumput Gajah) dan *Pennisetum tyhoides* (Rumput Baja). Rumput raja memiliki produksi yang tinggi, mencapai 200-250 ton per hektar per tahun. Kandungan nutrisinya meliputi TDN 57,50%, kalsium 0,37%, fosfor 0,39%, NDF 76,22% dan ADF 46,7%.

Selain rumput raja, tebon jagung sering dimanfaatkan sebagai pakan ternak. Tebon jagung adalah sisa tanaman jagung berupa batang dan daun setelah diambil buahnya yang masih muda. Hijauan jagung memiliki kandungan protein kasar sekitar 12,06%, serat kasar 25,20%, kalsium 0,28% dan fosfor 0,23%.

Kualitas dan kuantitas pakan yang diberikan pada sapi perah sangat penting diperhatikan karena berpengaruh langsung terhadap produksi susu. Umumnya, hijauan didaerah tropis memiliki nilai nutrisi yang rendah, sehingga diperlukan tambahan pakan penguat (konsentrat) untuk memenuhi kebutuhan nutrisi lemak secara optimal. Sumber: Zootec Vol. 45 No. 1 : 82 – 88 (2025)

UMKM ChaCha Yoghurt merupakan usaha mikro yang berfokus pada produksi dan penjualan minuman yogurt yang berlokasi di Kota Bogor, Jawa Barat. Usaha ini beralamat di Kp. Tajur Halang RT03/RW03, Kecamatan Cijeruk, Kabupaten Bogor. Hingga saat ini, UMKM ChaCha Yogurth memproduksi berbagai varian produk berbasis yogurt, seperti yogurt stick dengan beragam pilihan rasa, termasuk stowbery, nanas, melon, anggur dan varian original.

Manajemen atau pengelolaan usaha merujuk pada sreangkaian kegiatan yang dilakukan untuk mengatur bisnis melalui perencanaan dan pertimbangan yang cermat. Hal ini bertujuan agar usaha yang dijalankan dapat berjalan dengan lancar, efisien, dan mencapai tujuan yang diharapkan (Hardana et, al. 2022).

Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur (Siregar, 2020), memperkenalkan Business Model Canvas (BMC), sebuah kerangka kerja yang terdiri dari sembilan elemen utama yang menggambarkan cara sebuah perusahaan menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai. Dengan demikian, Model Canvas memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi baru dan memberikan validasi terhadap berbagai aspek penting dalam perusahaan.

Disatu sisi, kondisi tersebut dapat menjadi ancaman serius bagi perekonomian nasional. Namun, disisi lain hal ini juga bisa menjadi tantangan serta pemicu bagi para pelaku usaha lokal, khususnya UMKM, untuk lebih aktif dan kreatif dalam mengembangkan manajemen bsinis mereka. Oleh karen itu, sebagai pelaku usaha cerdas, situasi ini sebaiknya disikapi secara positif, karena persaingan yang sehat dapat mendorong sumber daya mansuia lokal

untuk mengoptimalkan potensinya, terutama dalam manajemen yang berkualitas, didukung oleh berbagai inovasi yang diperoleh dari referensi maupun hasil penelitian yang ada.

Optimisasi manajemen proses bisnis melalui teknologi digital telah menjadi langkah strategis yang sangat penting. Oleh karena itu Cha-Cha Yogurt perlu mengadopsi strategi berbasis digital guna meningkatkan daya saing dipasara makanan sehat. Penelitian ini menrapkan analisis BMC (Business Model Canvas) untuk mengevaluasi factor-faktor internal dan eksternal yang memengaruhi startegi pemasaran dan manajemen proses bisnis, serta memberikan panduan dalam merumuskan langkah-langkah yang efektif.

1.2 Identifikasi Masalah

Penelitian sebelumnya umumnya lebih memfokuskan diri pada aspek pemasaran atau keunagan UMKM. Namun, kajian yang mengintergrasikan seluruh elemen bisnis dalam satu model komperenship seperti Business Model Canvas (BMC) masih tergolong minim. Di samping itu, banyak UMKM yang masih menghadapi tantangan dalam memahami dan menerapkan strategi secara sistematis untuk pengembangan usaha mereka.

1.3 Ruang Lingkup/Batasan Masalah

Penelitian ini berfokus pada penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk menganalisis model bisnis UMKM ChaCha Yoghurt. BMC terdiri dari sembilan elemen: segmentasi pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan kunci, dan struktur biaya. Selain itu, analisis SWOT digunakan untuk mengevaluasi setiap elemen tersebut, dengan tujuan merumuskan strategi alternatif yang dapat diterapkan oleh UMKM ChaCha Yoghurt dalam pengambilan keputusan. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan rekomendasi yang tepat terkait penetapan strategi alternatif oleh pemilik UMKM. Analisis SWOT berfungsi sebagai pendukung BMC dalam menilai masing-masing elemen, bertujuan untuk menghasilkan usulan

pengembangan usaha yang sesuai dengan prioritas kebutuhan strategi pengembangan UMKM.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana kondisi dan tantangan yang dihadapi UMKM ChaCha Yoghurth dalam mengembangkan usahanya?
2. Bagaimana sejauh ini model usaha UMKM ChaCha Yoghurth jika dilihat dari perspektif Business Model Canvas (BMC)?
3. Bagaimana strategi alternatif yang dapat diterapkan dalam pengembangan usaha UMKM ChaCha Yoghurt berdasarkan analisis SWOT setiap elemen dari Business Model Canvas?
4. Bagaimana strategi pengembangan usaha UMKM ChaCha Yoghurth yang diterapkan melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC) mampu memperkuat daya saing serta mendukung keberlangsungan bisnis di tengah dinamika industri makanan sehat yang terus berkembang?

1.5 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.5.1 Maksud dan Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi pengembangan UMKM ChaCha Yoghurt dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) agar usaha dapat berkembang secara optimal dan memiliki daya saing yang lebih kuat. Melalui pemaahamn yang mendalam terhadap setiap elemen dalam BMC, penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan yang lebih jelas mengenai cara UMKM ChaCha Yoghurt meningkatkan efisensi operasional, memperluas cakupan besar, serta memnaftaakan sumber daya yang ada.

1.6 Sistematika Penulisan

Guna untuk memhami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab sistematika penyemapaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan peneltian, manfaat penelitian, dan sistematika penyulusan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta bebrapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis peneltian, populasi dan sampel, Teknik pengumpuln data, devinisi operasional variable, dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil peneltian dan pembahasan mengenai Gambaran umum UMKM, analisis strategi pengembangan pendekatan BMC, pembahasan hasil penelitian dan stratgei pengembangan UMKM.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi rangkuman dari hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini berisi semua sumber referensi yang digunakan dalam penelitian, seperti buku, jurnal, artikel dan laporan,