

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) adalah badan usaha yang dimiliki oleh perorangan yang telah memenuhi kriteria sebagai usaha mikro yang diatur dalam undang-undang No 20 Tahun 2008. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki golongan kriteria, penggolongan kriteria dilakukan dengan batasan pendapatan, aset, dan jumlah karyawan. UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) memiliki peranan penting dalam memberikan penanggulangan masalah ekonomi sosial dalam masyarakat sekitar. Dampak positif dari berdirinya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) di kalangan masyarakat adalah menciptakan lapangan pekerjaan dan meningkatkan pendapatan.

Sepatu merupakan sebuah alas kaki yang sering digunakan untuk berbagai jenis kegiatan seperti, bekerja, berolahraga, kuliah, dan sekolah. Sepatu juga alas kaki yang dapat melindungi kaki kita secara keseluruhan, mulai dari telapak kaki hingga pergelangan kaki. Ada berbagai jenis sepatu yang tujuannya tergantung dari penggunaan sepatu itu sendiri. Sepatu terdiri dari beberapa bagian, yaitu: *Tongue*/lidah, *Eyestay*/lubang tali sepatu, *Shoe Lace*/lace sepatu, *Toe Box*, *Insole*, *Midsole*, *Outersole* (sole), dan *Upper*/atas. Berikut merupakan pengeluaran perkapita masyarakat kota kategori produk (alas kaki, pakaian, dan tutup kepala) yang dapat dilihat pada Gambar I.1.



Gambar I. 1 Grafik Kapita Masyarakat Kota Bandung

Berdasarkan Gambar I.1 dapat dilihat bahwa rata-rata pengeluaran per kapita masyarakat Bandung kategori produk (alas kaki, pakaian, dan tutup kepala) di Indonesia dari tahun 2013 sampai 2019 mengalami kenaikan yang signifikan, yaitu pada tahun 2013 sebesar 19.827 dan pada tahun 2020 pengeluaran per kapita mencapai 42.172. Dapat dilihat dari data tersebut bahwa dengan semakin berkembangnya zaman semakin berkembangnya juga *trend fashion* dalam kategori alas kaki. Dengan perkembangan *trend fashion* ini banyak masyarakat yang memanfaatkan untuk menjadikannya peluang membuka bisnis pada subsektor pelayanan jasa cuci sepatu, salah satunya Umima.



Gambar I. 2 Logo Perusahaan

Umima bergerak dibidang pelayan jasa perawatan sepatu. Umima berdiri pada tanggal 3 Agustus 2020, yang berlokasi di Jl. Margacinta No 132, Margasari, Kecamatan Buah Batu, Kota Bandung, Jawa Barat dan didirikan oleh tiga orang. Umima menawarkan jasa cuci sepatu *Shoe Threatment* diantaranya *MILD* (Pencucian bagian luar dan dalam), *MEDIUM* (Pencucian bagian luar dan dalam pada sepatu yang terdapat noda cenderung ringan), *HARD* (Pencucian bagian luar dan dalam pada sepatu yang terdapat noda cenderung berat), *KIDS SHOES* (sepatu anak dibawah ukuran 34), *JUST FOR HER* (*flatshoes, heels, wedges, flipflop*), *RE-WHITENING* (Perawatan khusus sepatu berwarna putih agar tidak meninggalkan noda kuning), *UNYELLOWING* (Perawatan khusus untuk mengembalikan warna putih pada *midsole* yang menguning). Umima juga menawarkan pelayanan jasa *Painting Service* serta memfasilitasi antar jemput gratis. Target pasar yang dituju oleh Umima adalah kalangan anak muda dengan rentang usia 18 hingga 30 tahun (sumber Umima).

Grafik target dan realisasi penjualan Umima pada Tahun 2023 Dari data tersebut dapat dilihat bahwa realisasi per bulan Umima tidak mencapai target yang telah ditentukan seperti pada Gambar I.3.



Gambar I. 3 Target Realisasi Penjualan jasa Per-Pcs pada Umima

(Sumber: Data Penjualan jasa Umima tahun 2023)

Bersumber pada Gambar I.3 yang merupakan target dan realisasi penjualan dari Umima, dapat dilihat bahwa penjualan Umima dari bulan Januari hingga Desember 2023 belum mencapai target penjualan jasa yang telah ditentukan dikarenakan pemasaran yang kurang efektif dan keterbatasan sumber daya manusia. Oleh karena itu permasalahan yang dihadapi oleh Umima adalah penjualan jasa yang belum memenuhi target yang telah ditentukan.

Terkait dengan usaha-usaha yang serupa, Umima mempunyai keunggulan tersendiri dalam pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen. Berikut ini merupakan layanan yang ditawarkan oleh Umima beserta dengan kompetitornya. Dapat dilihat pada Tabel I.1

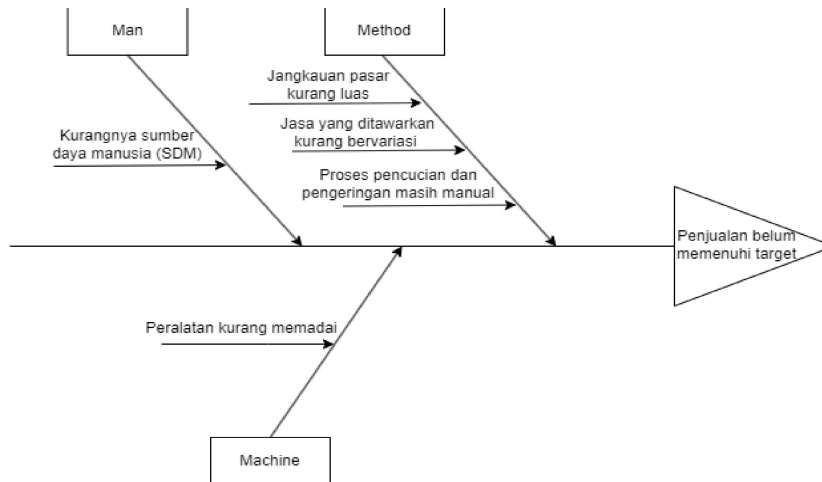
Tabel I. 1 Pelayanan Jasa Umima

Pelayanan	Kompetitor				
	Umima	Cloudshoe	Inglebert Shoes Records	Shoes and Care	Sneaklin
Deep Clean	v	v	v	v	v
Fast Clean	-	-	v	v	v
Just For Her (heels, flatshoes,dan sandal	v	-	-	v	-
Kid Shoes	v	-	-	-	v
Whitening	v	v	v	v	v
Unyellowing	v	v	v	v	v
Repaint	v	v	v	v	v
Repair	-	v	v	v	v
Custom	-	-	v	-	-

Akan tetapi pelanggan Umima saat ini masih belum terlalu banyak, yaitu sejumlah 180 pelanggan tetap yang selalu menggunakan jasa cuci sepatu Umima. Jika dibandingkan dengan kompetitor yang lain maka dalam hal ini Umima tertinggal cukup jauh.

Dari hasil wawancara dengan *owner* Umima yaitu saudara Muhammad Adi Kaetsar dengan menjelaskan 9 blok penting pada *Business Model Canvas* (BMC) terdapat 4 blok yang menjadi permasalahan di Umima. Permasalahan yang harus dilakukan evaluasi dan perbaikan pada Umima yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia pada posisi pencucian dan antar jemput, Jangkauan pasar yang kurang luas, jasa yang ditawarkan kurang bervariasi, proses pencucian dan pengeriangan masih manual, dan peralatan kurang memadai.

Terkait dengan masalah yang dihadapi oleh Umima yang mempengaruhi pendapatan tidak tercapainya target yang telah ditentukan yang diilustrasikan melalui *fishbone* yang dapat dilihat pada Gambar I.4



Gambar I. 4 Diagram *Fishbone*

Berdasarkan Gambar I.4 dijelaskan bahwa terdapat beberapa faktor penyebab tidak tercapainya target penjualan pada Umima. Pada blok *Value Proposition* masalah yang dihadapi Umima adalah jasa yang ditawarkan kurang bervariasi. Dari hasil wawancara dengan *Owner* Umima yaitu Muhammad Adi Kaetsar banyak pelanggan yang datang menanyakan jasa yang tidak tersedia di Umima.

Pada blok *Key Resource* masalah yang dihadapi Umima adalah Sumber Daya Manusia yang masih kurang. Terdapat posisi penting seperti bagian pengantaran, bagian sosial media dan bagian pemasaran, serta peralatan yang digunakan masih kurang memadai.

Pada blok *Key Activity* masalah yang di hadapi Umima adalah proses pencucian dan pengeringan masih manual yaitu menggunakan tangan dan kipas angin. Hal tersebut mengakibatkan proses pencucian dan pengantaran mengalami kendala keterlambatan pengantaran kepada konsumen pengguna jasa.

Pada blok *Channels* masalah yang dihadapi Umima adalah kurangnya penggunaan media sosial dan membuat konten menarik sehingga jangkauan pasar kurang luas.

Faktor-faktor tersebut yaitu *Man*, *Method*, dan *Machine*. Terdapat beberapa aspek yang belum dioptimalkan oleh Umima yaitu kurangnya sumber daya manusia (SDM) pada bagian sosial media, bagian cuci, dan bagian antar jemput yang mengakibatkan keterbatasan jumlah sepatu yang dapat diterima untuk dicuci serta kurang maksimalnya pengelolaan sosial media yang ada. Selain itu, jangkauan

pasar kurang luas cukup berpengaruh pada target yang sulit untuk terpenuhi. Selanjutnya melihat bisnis kompetitor yang sama, jasa yang ditawarkan Umima masih terbilang kurang banyak dan bervariasi. Selanjutnya proses pencucian serta pengeringan yang masih manual dan peralatan kurang memadai membuat proses pencucian dan pengeringan menjadi tidak efisien dalam segi waktu.

Berdasarkan hasil identifikasi akar masalah pada latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka didapatkan beberapa alternatif solusi seperti pada tabel I.2 berikut:

Tabel I. 2 Alternatif Solusi

No.	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	<i>Man:</i> Kurangnya Sumber Daya Manusia (SDM)	Perancangan manajemen sumber daya manusia
2	<i>Method:</i> Jangkauan pasar kurang luas	Perancangan usulan model bisnis menggunakan metode <i>Business Model Canvas</i>
3	<i>Method:</i> Jasa yang ditawarkan kurang bervariasi	
4	<i>Method:</i> Proses pencucian dan pengeringan masih manual	
5	<i>Machine:</i> Peralatan kurang memadai	Peningkatan peralatan

Berdasarkan alternatif solusi pada tabel I.2 terdapat beberapa akar masalah pada *fishbone* diagram yang dapat diselesaikan dengan satu alternatif solusi yaitu Perancangan Model Bisnis.

I. 2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah yang ada pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan Business Model eksisting pada usaha Umima?
2. Bagaimana analisis lingkungan pada usaha Umima?
3. Bagaimana perancangan model bisnis usulan yang akan diterapkan pada proses bisnis usaha Umima?

I. 3 Tujuan Tugas Akhir

Adapun tujuan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peta kondisi eksisting *Business Model Canvas* pada bisnis

Umima.

2. Untuk merancang analisis lingkungan pada bisnis Umima.
3. Untuk merancang model bisnis usulan *Business Model Canvas* yang akan diterapkan pada proses bisnis Umima.

I. 4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat membantu pengembangan terhadap bisnis Umima dengan menggunakan *Model Business Canvas* guna meningkatkan proses penjualan agar target dapat terpenuhi.
2. Dapat memberikan kegunaan pemetaan terhadap model bisnis dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk menemukan solusi dari permasalahan yang ada pada pemetaan model bisnis, sehingga solusi tersebut dapat diterapkan.

I. 5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan Tugas Akhir ini dalam setiap babnya mempunyai isi atau pembahasan yang berbeda. Berikut merupakan penulisan Tugas Akhir:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan uraian mengenai permasalahan pada Umima, latar belakang, alternatif solusi, rumusan masalah, tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Pada bab ini berisikan teori-teori relevan yang berkaitan dengan Permasalahan. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah *Business Model Canvas*.

BAB III Metodologi Perancangan

Pada bab ini berisikan uraian mengenai kerangka penyelesaian masalah dan penggunaan metode yang digunakan untuk menyelesaikan masalah Tugas Akhir, batasan dan asumsi Tugas Akhir, identifikasi komponen sistem integral serta rencana waktu penyelesaian Tugas Akhir.

BAB IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini menjelaskan analisis dan evaluasi hasil perancangan kegiatan yang dilakukan dalam merancang sistem terintegrasi.

BAB V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Pada bab ini berisikan analisis dan evaluasi hasil perancangan data yang digunakan dalam Tugas Akhir secara keseluruhan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisikan kesimpulan pada Tugas Akhir yang dilakukan serta pemberian saran kepada objek penelitian Tugas Akhir.