

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan termasuk dalam dunia bisnis. Era bisnis berbasis teknologi menuntut para pelaku usaha untuk mampu berinovasi tidak hanya dalam produk, tetapi juga dalam strategi pemasaran, distribusi, dan layanan konsumen (Akbar et al., 2025). Bisnis yang sebelumnya hanya dijalankan secara konvensional atau offline, kini telah beralih ke model digital yang memungkinkan transaksi dilakukan secara online (Alfina & Ramadhan, 2025).

Transformasi digital ini tidak hanya mempermudah interaksi antara produsen dan konsumen, tetapi juga memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan efisiensi bisnis secara keseluruhan (Raynare, 2021). Namun, perubahan ini juga menimbulkan tantangan baru bagi pelaku usaha, terutama dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat. Untuk tetap bertahan dan berkembang pelaku usaha dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif dalam merancang strategi bisnis yang efektif (Alfina & Ramadhan, 2025).

Di tengah dinamika ekonomi global yang terus berubah, UMKM menjadi salah satu sektor yang paling adaptif dan tangguh. Dalam konteks ini, sektor kuliner sebagai bagian dari UMKM menunjukkan pertumbuhan yang cukup signifikan. Kegiatan usaha kuliner sangat diminati oleh masyarakat karena

permintaan pasar terhadap produk makanan dan minuman cenderung stabil, bahkan cenderung meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi dan perubahan gaya hidup masyarakat (Tanumihardjo et al., 2025). Namun, di balik peluang yang menjanjikan, UMKM kuliner dihadapkan pada sejumlah tantangan yang kompleks, seperti keterbatasan akses terhadap pasar yang lebih luas, minimnya inovasi dalam produk dan pelayanan, serta kurang optimalnya pemanfaatan teknologi digital untuk mendukung operasional dan pemasaran (Indah et al, 2025).

Begitu pula UMKM kuliner yang bergerak di industri olahan makanan berbasis daging seperti bakso. Bakso telah menjadi salah satu makanan favorit masyarakat Indonesia dari berbagai kalangan, karena rasanya yang khas, harga terjangkau, serta kemudahan dalam penyajian. Persaingan usaha kuliner bakso pun semakin ketat, baik di kota besar maupun daerah, sehingga para pelaku usaha perlu melakukan analisis kelayakan usaha serta menyusun strategi yang tepat agar dapat bertahan dan berkembang di tengah persaingan yang kompetitif (Pramono et al., 2023).

Mengingat keadaan ini, diperlukan rencana strategi yang tepat agar pelaku usaha dapat memenuhi permintaan secara efektif. Hal ini memungkinkan para wirausahawan untuk merumuskan dan menerapkan strategi bisnis yang tidak hanya memungkinkan mereka bertahan dan mengembangkan usaha mereka, tetapi juga bersaing untuk merebut pangsa pasar. Lingkungan di mana kita berada senantiasa berubah, dan untuk mampu bertahan di lingkungan tersebut, sebuah unit bisnis harus mampu

menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungannya (Rukka, 2011 dalam Suwarni & Handayani, 2020).

Semakin dinamis lingkungan dimana unit usaha itu berada, maka semakin besar fleksibilitas yang diperlukan untuk merespon dan mengantisipasi perubahan tersebut. Permintaan konsumen yang semakin beragam menuntut para pemilik usaha untuk menerapkan strategi demi kelangsungan usahanya dengan mengevaluasi model bisnisnya agar sesuai dengan perkembangan (Suwarni & Handayani, 2020).

Salah satu model bisnis yang mudah diterapkan adalah model bisnis canvas yang terdiri dari sembilan elemen kunci. BMC dianggap efektif karena mampu menjelaskan sembilan elemen utama dalam sebuah bisnis secara komprehensif namun tetap sederhana untuk dipahami pelaku UMKM. Dengan BMC dapat mengevaluasi bisnis yang mereka jalankan, mengidentifikasi peluang, dan mengatasi tantangan.

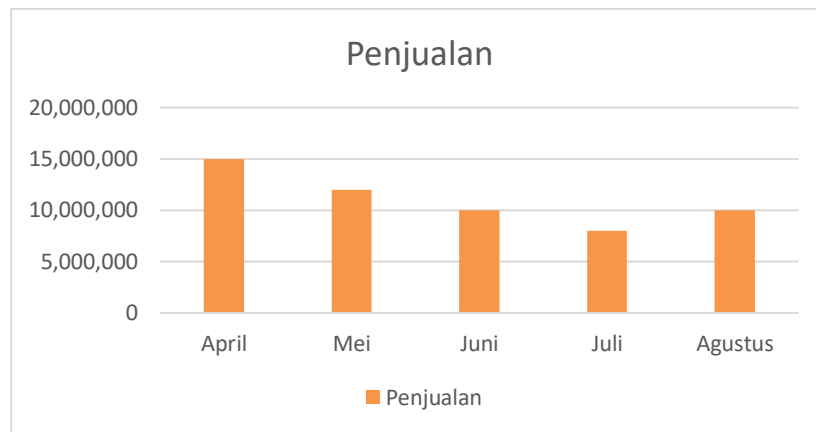
Usaha Kecil dan Menengah membutuhkan alat yang efektif untuk mengatasi pasang surut bisnis mereka dan mencapai target sejak beberapa tahun usaha dimulai (Setiawan & Kania, 2024). Business Model canvas cocok untuk tujuan memetakan aktivitas saat ini menggunakan pola keberhasilan pengembangan bisnisnya dalam meningkatkan daya saing usahanya.

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Afidah & Ismanto (2025) menunjukkan bahwa penerapan Business Model Canvas (BMC) dapat digunakan sebagai pendekatan strategis dalam pengembangan usaha mikro dan kecil. Penelitian pada UD. Jayanti, yang bergerak di bidang produksi peralatan

rumah tangga, menunjukkan bahwa pemetaan model bisnis melalui BMC mampu membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi permasalahan utama yang dihadapi sekaligus merumuskan strategi pengembangan usaha yang lebih terarah. Temuan ini mengindikasikan bahwa Business Model Canvas tidak hanya berfungsi sebagai alat pemetaan model bisnis, tetapi juga sebagai dasar dalam penyusunan strategi pengembangan usaha yang relevan dengan kondisi nyata UMKM.

Bakso Cahaya Bahari merupakan suatu usaha yang bergerak dalam industri pengolahan makanan yaitu dengan memproduksi bakso ikan dan ayam. Usaha yang akan peneliti teliti adalah cabang bakso Cahaya Bahari di Sukabumi, tepatnya yang berlokasi di Kampung Cipari, Desa Neglasari, Kecamatan Purabaya, Kabupaten Sukabumi, Jawa Barat.

Usaha ini pertama kali berdiri di Lampung sejak tahun 2009. Sehingga sampai sekarang pusat utamanya berada di Lampung. Namun pada tahun 2020, pemilik Bakso Cahaya Bahari kembali membuka cabang keduanya di Sukabumi. Pendirian cabang kedua ini didasari pada tempat tinggal asal owner yang memang berlokasi di Sukabumi. Berikut data penjualan Bakso Cahaya Bahari Sukabumi sebagai gambaran kondisi usaha :



Gambar 1.1 Data Penjualan

Setelah melakukan observasi penelitian, terdapat permasalahan sebagai berikut

1. Berdasarkan data diatas dan hasil wawancara dengan pemilik usaha, Bakso Cahaya Bahari Sukabumi mengalami penurunan penjualan pada musim panceklik, khususnya ketika musim kemarau menyebabkan hasil panen masyarakat menurun. Kondisi ini berpengaruh terhadap pendapatan masyarakat di sekitar wilayah pemasaran yang sebagian besar bekerja sebagai petani, sehingga daya beli masyarakat turun mengalami penurunan. Akibatnya, pengeluaran masyarakat cenderung lebih di prioritaskan untuk memenuhi kebutuhan utama dibandingkan membeli produk bakso. Kondisi ini menjadi tantangan bagi Bakso Cahaya Bahari Sukabumi dalam mempertahankan tingkat penjualan, sehingga diperlukan penyesuaian strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi daya beli dan kebutuhan konsumen.
2. Pemasaran yang terbatas. Pemasarannya masih terbatas pada WhatsApp untuk komunikasi dan unggahan sederhana, serta banner

di setiap gerobak sebagai media promosi. Pemilik belum memanfaatkan media digital lain. Disamping itu, pemilik usaha masih mendistribusikan produknya dengan menggunakan gerobak. Karena memakai gerobak, jadi pemilik belum menggunakan media digital dan saluran distribusi lain. Sistem ini membuat pemasukan utama bergantung pada pedagang gerobak, sehingga saat ada pedagang yang tidak berjualan, maka pemasukan juga tidak ada.

3. Kurangnya tenaga kerja membuat belum adanya pembagian tugas. Aktivitas usaha seperti keuangan, produksi, pemesanan, dan distribusi masih ditangani langsung oleh pemilik, sehingga beban kerja pemilik jadi tinggi.
4. Persaingan yang ketat sehingga penjualan di daerah purabaya-sagaranten menurun. Persaingan yang ketat terjadi dikarenakan saat ini banyak pabrik-pabrik bakso yang berdiri dan menjual bakso dengan saluran penjualan yang sama menggunakan gerobak, namun disamping itu, pesaing ini lebih masif melakukan pemasaran di media digital dibanding bakso cahaya bahari sukabumi.

Berbagai kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki aspek-aspek yang masih dapat dikembangkan lebih lanjut, sehingga diperlukan analisis model bisnis secara menyeluruh untuk memahami keterkaitan antara aktivitas, sumber daya, saluran, pelanggan, dan struktur biaya yang membentuk kinerja usaha.

Berbagai kondisi tersebut menunjukkan bahwa usaha memiliki aspek-aspek yang masih dapat dikembangkan lebih lanjut, sehingga diperlukan analisis model bisnis secara menyeluruh untuk memahami keterkaitan antara aktivitas, sumber daya, saluran, pelanggan, dan struktur biaya yang membentuk kinerja usaha.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti ingin mengkaji lebih lanjut permasalahan yang dihadapi oleh Cahaya bahari dengan pendekatan Business Model Canvas, agar nantinya bisnis ini dapat bersaing dengan kompetitor dan dapat lebih dikembangkan lagi. Business model canvas sendiri sudah mulai diterapkan Indonesia sebagai salah satu pendekatan untuk melihat pengembangan usaha (Suwarni & Handayani, 2020).

Melalui pemetaan ini, potensi pengembangan serta area yang memerlukan perbaikan dapat diidentifikasi dengan lebih jelas berdasarkan kondisi nyata di lapangan. Dengan demikian, peneliti merasa perlu melakukan penelitian dengan judul **‘STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA BERBASIS BUSINESS MODEL CANVAS PADA UMKM CAHAYA BAHARI SUKABUMI’**

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada mendeskripsikan kondisi pengembangan usaha UMKM Bakso Cahaya Bahari Sukabumi serta memetakan model bisnisnya menggunakan Business Model Canvas untuk merumuskan strategi pengembangan usaha yang sesuai dengan kebutuhan UMKM.

1.3 Perumusan Masalah

1. Bagaimana gambaran umum Cahaya Bahari sebagai objek penelitian?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang diterapkan Cahaya Bahari?
3. Bagaimana model bisnis Cahaya Bahari saat ini berdasarkan analisis *Business Model Canvas* (BMC)?
4. Apa saja hambatan yang dihadapi dan upaya yang dilakukan UMKM Bakso Cahaya Bahari Sukabumi?

1.4 Tujuan dan Kegunaan

1.4.1 Tujuan Penelitian

- 1) Untuk Mengetahui gambaran umum Cahaya Bahari Sukabumi sebagai objek penelitian.
- 2) Untuk Mengidentifikasi dan menjelaskan strategi pengembangan bisnis yang dilakukan oleh Cahaya Bahari
- 3) Untuk Menganalisis model bisnis Cahaya Bahari saat ini berdasarkan pendekatan Business Model Canvas (BMC).
- 4) Untuk Mengetahui dan menganalisis hambatan-hambatan yang dihadapi Cahaya Bahari dalam menjalankan usahanya

1.4.2 Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan mempunyai nilai manfaat dan pengetahuan yang akan penulis uraikan

5) Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen bisnis dan kewirausahaan. Melalui penerapan *Business Model Canvas (BMC)*, penelitian ini memperkaya kajian teori mengenai strategi pengembangan bisnis yang efektif dalam meningkatkan daya saing usaha kecil dan menengah. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi ilmiah bagi penelitian selanjutnya yang membahas penerapan model bisnis inovatif dalam meningkatkan kinerja dan keberlanjutan UMKM, khususnya di sektor kuliner seperti Bakso Cahaya Bahari Sukabumi.

6) Kegunaan Praktis

a) Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan pengalaman empiris bagi peneliti dalam memahami dan menerapkan teori manajemen strategi, khususnya melalui pendekatan *Business Model Canvas*. Dengan menganalisis model bisnis pada Cahaya Bahari, peneliti memperoleh kemampuan dalam mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi pelaku usaha, serta mengasah keterampilan dalam merumuskan strategi pengembangan bisnis berbasis data lapangan.

b) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi strategis bagi pemilik usaha Cahaya Bahari dalam memperbaiki dan mengembangkan model bisnis yang lebih efektif, inovatif, dan berkelanjutan. Rekomendasi yang diberikan dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan nilai produk, memperkuat strategi pemasaran, memperluas jaringan pelanggan, serta mempertahankan daya saing di pasar kuliner lokal.

c) Bagi Pihak Lain

Penelitian ini dapat menjadi referensi informatif bagi mahasiswa, akademisi, maupun pelaku UMKM yang ingin mempelajari penerapan *Business Model Canvas* dalam pengembangan usaha. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dijadikan bahan rujukan bagi mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis FISIP Universitas Pasundan yang melakukan penelitian serupa di masa mendatang, khususnya yang berfokus pada strategi pengembangan dan peningkatan daya saing UMKM.

1.5 Lokasi dan Lamanya Penelitian

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian adalah objek atau tempat yang dipilih untuk dilaksanakannya terkait penelitian. Lokasi penelitian berada di Kampung Cipari, Desa Neglasari, Kecamatan Purabaya, Kabupaten Sukabumi. Penelitian ini dilakukan mulai dari bulan April 2026.

1.5.2 Lamanya Penelitian

Tabel 1.2 Jadwal Penelitian

Keterangan	Tahun 2025 - 2026																							
	April				Mei				Juni				Juli				Agustus				September			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
	Tahap Persiapan																							
Penjajakan																								
Studi Kepustakaan																								
Pengajuan Judul																								
Bimbingan																								
Penyusunan Usulan Penelitian																								
Seminar Usulan Penelitian																								
	Tahap Penelitian																							
Pengumpulan Data																								
a. Observasi																								
b. Wawancara																								
c. Dokumentasi																								
Pengolahan Data																								
Analisis Data																								
	Tahap Penyusunan																							
Penyusunan Laporan																								
Sidang Skripsi																								
Perbaikan Laporan																								

Sumber: Data diolah oleh peneliti pada tahun 2026