

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Produksi susu di Indonesia mengalami perkembangan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, akan tetapi dalam perkembangannya produksi susu belum sejalan dengan jumlah permintaan dan juga belum tercapainya keseimbangan antara kualitas serta kuantitas produk susu. Hal itu terlihat dari kebutuhan susu di Indonesia yaitu sekitar 3,84 juta ton, kesiapan produksi Indonesia hanya 0,85 juta ton dan sisa sekitar 3 juta ton masih mengimpor dari luar (Kemenperin, 2022). Sumatera Barat ikut menyumbang sebesar 835,32 ton dalam produksi susu nasional (BPS, 2022). Dari data tersebut memperlihatkan bahwa daerah ini memiliki potensi dalam kegiatan produksi nasional kedepannya.

Tabel 1. Beberapa usaha susu di Sumatra Barat

Nama Usaha	Lokasi
LAS Dairy Farm	Silaing Bawah, Kec. Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat
Rumah Susu Padang Panjang	Bukit Surungan, Kec. Padang Panjang Barat, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat
Maratua (susu sapi murni)	Tarok Dipo, Kec. Guguk Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat
Lassyi Dairy Farm	Nagari Lasi, Kecamatan Canduang, Kabupaten Agam, Sumatera Barat.
Sentra Susu Sapi Sumbar	Simpang Telkom, Kec. Padang Utara, Kota Padang, Sumatera Barat
MILK BROO (Susu Sapi Murni & Tansu)	Simpang Haru, Kec. Lubuk Begalung, Kota Padang, Sumatera Barat
Susu Sapi Murni Paman Milk	Pauah Kamba, Kec. Nan Sabaris, Kabupaten Padang Pariaman, Sumatera Barat
Serambi Milk	Ganting, Kec. Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang, Sumatera Barat

Salah satu dari usaha pengolahan susu diatas adalah UKM Serambi Milk Padang Panjang. UKM Serambi milk adalah Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang memproduksi minuman olahan susu yang berada di Provinsi Sumatera Barat kota Padang Panjang. UKM Serambi milk beralamat di jalan Syekh Ibrahim Musa, Kelurahan Ganting, Kecamatan Padang Panjang Timur, Kota Padang Panjang. UKM Serambi Milk didirikan oleh Ridwansyah pada tahun 2014. Bisnis ini memproduksi beberapa produk seperti susu murni, yoghurt, dan susu pasteurisasi berbagai varian. Produk andalan dari usaha ini yaitu susu pasteurisasi berbagai rasa yang sangat diminati oleh anak-anak. Bentuk dari produk susu varian ini dapat terlihat pada Gambar 1 dibawah ini.



Gambar 1. Produk Susu Varian

Beberapa rasa yaitu vanilla, anggur, stroberi, coklat, melon, dan murni yang ditawarkan. Yang dijual dengan harga 10 ribu perbotol berisi 100 ml. Selain penjualan olahan susu UKM Serambi Milk juga menyediakan wisata edukasi sapi perah yang dimana dalam wisata ini pengunjung akan diberikan informasi tentang sapi perah, proses pemerahan sapi, dan proses pengelolaan susu sapi. Penjualan produk Serambi Milk saat ini dilakukan melalui dengan pembukaan beberapa outlet serta kerjasama dengan pihak toko-toko kelontong sebagai mitra usahanya.

UKM Serambi Milk ini telah melakukan pemasaran produknya ke beberapa daerah didekatnya seperti Tanah Datar, Bukittinggi serta beberapa daerah lainya yang berada di Sumatera Barat.

Berdasarkan informasi yang penulis peroleh dari pemilik usaha susu Serambi Milk Padang Panjang menjelaskan bahwa dengan adanya sejumlah pelaku usaha pengolahan susu di Sumatera Barat, ternyata hal ini berdampak terhadap tingkat penjualan susu usaha Serambi Milk dari tahun 2019 - 2023, sebagaimana yang tampak pada gambar diagram berikut.



Gambar 2.Data Penjualan Produk UKM Serambi Milk

Diagram diatas menjelaskan penjualan lima tahun kebelakang dari Serambi Milk, namun hal ini belum signifikan dan cenderung menurun. Pada tahun 2019, Serambi Milk menjual sebanyak 5.125 produk, tahun 2020 mengalami penurunan dengan hanya menjual sebanyak 4.125 produk sebagai dampak dari adanya pandemi Covid-19. Pasca pandemi pada tahun 2021 penjualan mulai membaik, hal ini terlihat dari kenaikan penjualan produk menjadi 4.650 produk. Dua tahun

berikutnya, penjualan kembali mengalami penurunan penjualan dengan hanya menjual sebanyak 4.550 dan 4.385 produk. Melihat dari masalah tersebut, penulis mencoba mengangkat permasalahan dengan membantu pengusaha Susu Serambi Milk melalui pembenahan operasional bisnis melalui pemahaman strategi canvas.

Suatu perusahaan akan bertahan apabila dapat memenuhi kebutuhan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Pengusaha harus mampu mengikuti perkembangan yang ada sehingga dapat menentukan formula terbaik yang bisa dilakukan terhadap penjualan produksi. Selain itu yang harus diperhatikan adalah faktor internal dan eksternal karena hal itu berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan terhadap produk serta supaya terciptanya kepuasan pembelian. Branding pada produk juga merupakan cara untuk menciptakan peningkatan penjualan. Produk yang sudah di branding akan membuat pelanggan lebih tertarik untuk menentukan keputusan pembelian oleh karena itu penting untuk sebuah bisnis menentukan hal yang mempengaruhi penjualan.

UKM Serambi Milk memiliki keunikan tersendiri dalam produknya sehingga memiliki potensi untuk lebih berkembang, apabila UKM Serambi Milk bisa menerapkan strategi yang sesuai dengan strategi pemasarannya. Salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang nilai suatu perusahaan adalah melalui strategi lewat BMC. BMC yang dikembangkan oleh Osterwalder dan Pigneur (2015), merupakan alat yang sederhana namun efektif untuk menggambarkan strategi suatu organisasi, termasuk kegiatan yang memberikan dan menangkap nilai dalam rangka menghasilkan pendapatan. Salah satu fokusnya adalah untuk meningkatkan penjualan. Dengan menggunakan BMC, strategi perusahaan dapat direpresentasikan dengan jelas

melalui sembilan elemen utama yang terintegrasi dengan baik, sehingga memudahkan untuk dipahami dan dianalisis.

Maka dari itu perlu dilakukannya pembuatan perancangan strategi untuk membantu penggambaran model supaya kegiatan operasional usaha ini lebih berkembang dan membuat usaha ini lebih terarah kedepannya, hal ini menjadi latar belakang pembuatan proyek ini dengan judul Perancangan Strategi Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) pada UKM Serambi Milk.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, permasalahan dalam proyek ini yaitu perlunya “rancangan bisnis model kanvas untuk usaha ini yang digunakan sebagai pedoman operasional”.

1.3 Tujuan Proyek

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan proyek ini yaitu “membantu produsen membuat sebuah rancangan bisnis menggunakan BMC untuk digunakan dalam kegiatan operasional usaha Serambi Milk”.

1.4 Manfaat Proyek

Proyek ini diharapkan bisa memberikan manfaat sebagai berikut ;

1.4.1 Manfaat Teoritis

Proyek ini diharapkan menambah ilmu pengetahuan dan wawasan mengenai “PROYEK PERANCANGAN STRATEGI MENGGUNAKAN BMC PADA

UKM SERAMBI MILK”. Kemudian dapat juga digunakan sebagai referensi proyek berikutnya dengan topik yang serupa.

1.4.2 Manfaat Praktis

Proyek ini dapat digunakan oleh UKM Serambi milk dalam menentukan strategi guna menunjang operasional Perusahaan berjalan lebih baik dan terarah

1.5 Ruang Lingkup Pembahasan

Fokus dari proyek ini adalah pada perancangan strategi menggunakan BMC pada UKM Serambi Milk dengan tujuan membantu kegiatan usaha berjalan lebih baik.

1.6 Sistematika Penulisan

Secara keseluruhan, proyek ini terdiri dari 5 BAB Sistematika Penulisan yang tersusun dalam beberapa BAB dan diuraikan sebagai berikut :

BAB 1 : PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang proyek, rumusan masalah, tujuan, manfaat dan ruang lingkup dari sebuah proyek.

BAB 2 : TINJAUAN LITERATUR

Membahas konsep dan teori yang menjadi dasar rancangan suatu proyek.

BAB 3 : METODE PELAKSANAAN PROYEK

Memuat desain, strategi, objek, subjek, jenis data, metode pengumpulandata, definisi operasional, instrumen penelitian, dan metode analisis data proyek.

BAB 4 : IMPLEMENTASI PROYEK

Pelaksanaan aktivitas dari pemodelan yang telah direncanakan dan disusun. Menganalisis informasi dan kausa akibat serta penilaian dari suatu proyek yang dikerjakan.

BAB 5 : PENUTUP

Memuat kesimpulan, implikasi, keterbatasan, dan saran dari proyek yang dilakukan dalam usulan pembuatan rancangan strategi

