

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri peternakan di Sumatera Barat memegang peranan penting dalam perekonomian daerah ini, seiring dengan kekayaan sumber daya alam yang dimiliki. Sub sektor peternakan, yang meliputi pemeliharaan ternak seperti sapi, kambing, ayam, dan bebek, berkontribusi pada penyediaan bahan baku bagi industri pangan dan kebutuhan konsumsi masyarakat. Tidak hanya itu, hasil peternakan juga sering dimanfaatkan dalam pembuatan produk-produk olahan khas daerah, seperti daging rendang yang terkenal di seluruh Indonesia dan bahkan dunia. Seiring dengan perkembangan ekonomi dan tingginya permintaan terhadap produk olahan peternakan, industri ini semakin berkembang dan menjadi sektor penting yang mendukung ketahanan pangan dan membuka lapangan kerja.

Data Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sumatera Barat pada tahun (2020) menyatakan bahwa terdapat beberapa industri kecil dan menengah yang ada di Sumatera Barat yaitu industri kerajinan 15.407 unit, industri sandang dan kulit 889 unit, industri kimia 105 unit, industri logam dan elektronik 17 unit dan industri pangan 41.667 unit yang termasuk didalamnya usaha kerupuk kulit. Dari data tersebut terlihat bahwa jenis industri tertinggi terdapat pada sektor industri pangan yaitu sebanyak 41.667 unit dari total jumlah industri kecil, menengah dan besar yang ada di Sumatera Barat. Industri makanan merupakan industri dengan jenis dan unit terbanyak di Sumatera Barat dan juga merupakan daerah yang kaya akan makanan khas. Setiap daerah di Provinsi Sumatera Barat seringkali mempunyai masakan khasnya masing-masing sehingga menimbulkan identitas tersendiri bagi setiap daerah.

Sub sektor peternakan sangat berkontribusi sebagai bahan baku pada industri pangan. Usaha peternakan menghasilkan produk olahan daging, telur, dan susu yang bisa langsung dikonsumsi serta produk ikutan ternak yaitu kulit yang dapat diolah menjadi bahan setengah jadi untuk digunakan pada industri sepatu, tas dan ikat pinggang. Kulit juga dapat diolah menjadi bahan makanan seperti kerupuk kulit. Kerupuk kulit merupakan salah satu hasil dari olahan kulit yang populer di masyarakat.

Di Sumatera Barat kerupuk kulit dikenal dengan nama “Karupuak Jangek” merupakan makanan khas Sumatera Barat. Kerupuk ini diproduksi hampir di seluruh daerah di Sumatera Barat salah satunya di Kota Padang. Kota Padang termasuk salah satu pusat perdagangan penting di Sumatera Barat. Kota ini memiliki peran strategis dalam perekonomian provinsi karena letaknya yang berada di pesisir barat Sumatera, menjadikannya sebagai pelabuhan utama untuk kegiatan ekspor-impor. Kota Padang juga menjadi pusat distribusi barang dan komoditas, seperti hasil pertanian, perikanan, serta produk industri lokal.

Kerupuk kulit menjadi salah satu produk industri lokal yang diproduksi di Kota Padang. Untuk memproduksi kerupuk kulit diperlukan bahan baku kulit segar atau basah. Disamping bahan baku kulit segar banyak juga produsen yang menggunakan bahan baku kulit awet atau disebut juga kulit kering. Kerupuk kulit merupakan salah satu hasil dari olahan kulit yang banyak dinikmati oleh masyarakat karena selain bisa dimakan dengan makanan berat, kerupuk kulit juga bisa dijadikan cemilan, seperti basreng dan keripik kaca yang biasa dijadikan cemilan dan diberikan tambahan bubuk cabe yang disukai terutama oleh anak-anak dan remaja.

Kota Padang memiliki beberapa usaha kerupuk kulit yang direkap oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang. Rekapitulasi UKM kerupuk kulit sapi di kota Padang dapat dilihat pada Tabel 1.1 :

Tabel 1.1 Rekapitulasi UKM Kerupuk Kulit Sapi di Kota Padang

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Jumlah Produksi	Komoditi
1.	Kerupuk Jangek Buk Kai	Jl. Andalas No.43	100kg/minggu	Kerupuk Kulit
2.	UD Sari Jangek	Kep. Kalawi Timur No.33	70kg/minggu	Kerupuk Kulit
3.	Kerupuk Kulit Iswandi	Jl. Belanti Barat VII No. 11B Lolong	350kg/minggu	Kerupuk Kulit
4.	Kerupuk Jangek Rizky	Perum. Lubuk Gading IV B 37 Lubuk Buaya	100kg/minggu	Kerupuk Kulit
5.	Kerupuk Jangek ADE	Korong Gadang, Kec. Kuranji, Kota Padang	150kg/minggu	Kerupuk Kulit

Sumber : Perindustrian dan Perdagangan Kota Padang (2020), Kerupuk Jangek Buk Kai (2024), UD Sari Jangek (2024), Kerupuk Kulit Iswandi (2024), Kerupuk Jangek Rizky (2024), Kerupuk Jangek ADE (2024)

Berdasarkan data di atas menunjukkan bahwa terdapat 5 UMKM kerupuk kulit di Kota Padang. Kerupuk kulit Iswandi menjadi usaha yang jumlah produksi paling tinggi diantara usaha yang lain yaitu 350 kilogram dalam satu minggu dan UD Sari Jangek menjadi usaha yang jumlah produksi paling rendah diantara yang lain yaitu 70 kilogram dalam satu minggu. Kerupuk Kulit Buk Kai menempati posisi tengah dalam persaingan usaha kerupuk kulit di Kota Padang. Meskipun bukan yang terbesar dari sisi volume produksi, usaha ini memiliki keunggulan historis dan distribusi yang luas. Berdiri sejak tahun 1967, Kerupuk Kulit Buk Kai merupakan usaha yang paling lama beroperasi dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Usaha kerupuk kulit Buk Kai ini dijalankan oleh Bapak Pingai Indo Nan Tinggi bersama istri Kasni Muis. Kerupuk Kulit Buk Kai beralamat di Jalan Andalas No. 43 A Kota Padang. Usaha ini pertama kali didirikan oleh orang tua dari Bapak Pingai Datuak Indo Nan Tinggi dan turun temurun kepada istri dan

anak-anaknya yang saat ini sudah masuk kepada generasi ketiga.

Produk kerupuk kulit Buk Kai sudah menjangkau beberapa wilayah di Indonesia. Konsumen yang berada di luar kota Padang mengetahui usaha kerupuk kulit Buk Kai dari mulut ke mulut melalui kerabatnya dan dapat di-order via *whatsapp*. Pengiriman untuk mendistribusikan produk melalui Kantor Pos atau Tiki sesuai dengan permintaan konsumen. Pemasaran di Kota Padang terdapat di pasar raya Kota Padang dan rumah produksi di Andalas.

Kerupuk kulit Buk Kai memiliki kekuatan untuk menarik konsumen yaitu usaha ini memiliki beberapa jenis produk yang ditawarkan serta sudah terjamin kesehatan dan keamanannya karena sudah memiliki label Halal dan Nomor Kontrol Veteriner. Hal ini tentu memberi kekuatan bagi usaha untuk menyediakan produk yang sehat dan halal bagi konsumen, dengan itu memberi peluang kepada konsumen untuk membeli produk yang ada di usaha kerupuk kulit Buk Kai.

Awal usaha berdiri pada tahun 1967 kerupuk kulit Buk Kai memproduksi 50 kilogram latua dan 15 sampai 20 kilogram bahan baku kering untuk kerupuk kulit yang dijual dengan kemasan kecil dengan harga Rp 500,- per bungkus. Pada tahun 2002 usaha kerupuk kulit Buk Kai mendapat respon yang baik dari pasar dan menambah jumlah produksi hingga mencapai jumlah produksi tertinggi pada tahun 2014 hingga 2019 yaitu mencapai 3.000 kilogram setiap bulannya.

Kelemahan yang saat ini dialami oleh Buk Kai yaitu sejak masa covid-19 terjadi penurunan produksi karena berkurangnya konsumen akibat pandemi, persaingan usaha semakin ketat, terutama dengan kehadiran pesaing yang sudah memanfaatkan *e-commerce* dan *social media* dalam pemasaran produknya. Permasalahan lain yang dihadapi mencakup penyusutan bahan baku akibat

penumpukan, keterbatasan pemasok lokal, serta tantangan dalam proses produksi seperti ketergantungan pada cahaya matahari untuk proses pengeringan. Di sisi lain, sejak awal berdiri usaha ini belum memiliki perencanaan bisnis yang matang sehingga kurang siap menghadapi perubahan dan persaingan pasar yang semakin dinamis.

Meskipun usahanya sudah cukup lama berdiri, namun pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa kondisi usaha kerupuk kulit Buk Kai berada pada posisi tengah diantara pesaingnya. Hal ini menyebabkan kerupuk kulit Buk Kai belum mengalami perkembangan pasar yang pesat sesuai dengan hasil survey pra – penelitian yang menyatakan bahwa volume penjualan usaha kerupuk kulit Buk Kai pada bulan februari, maret dan april 2024 tidak ada kenaikan yang signifikan yakni 1.500 kilogram hingga 1.600 kilogram saja setiap bulannya. Agar usaha ini bisa meminimalisir kelemahan yang ada dan meningkatkan nilai tambah (*value added*) yang belum teridentifikasi, maka penulis perlu merumuskan model bisnis yang dapat digunakan untuk rencana pengembangan bisnis tersebut.

Melihat berbagai tantangan yang dihadapi serta potensi yang dimiliki, maka penting bagi kerupuk kulit Buk Kai untuk merancang strategi pengembangan usaha yang sistematis dan terarah. Model bisnis merupakan sebuah deskripsi tentang bagaimana perusahaan membuat nilai tambah, termasuk di dalamnya kombinasi dari produk, pelayanan, citra, distribusi, sumber daya, serta infrastruktur (Afuah, 2004). Salah satu pendekatan model bisnis yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC).

Permasalahan yang dihadapi oleh Kerupuk Kulit Buk Kai menunjukkan perlunya penerapan *Business Model Canvas* (BMC) karena perannya yang sangat

penting dalam menentukan keberlangsungan suatu usaha. BMC merupakan kerangka kerja yang mendeskripsikan bagaimana sebuah bisnis menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai (*value*). Model ini mencakup sembilan elemen utama yang dapat membantu pelaku usaha memahami keseluruhan operasional bisnisnya, mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman untuk merumuskan model bisnis yang lebih sesuai dengan kondisi dan kebutuhan usaha.

Pendekatan ini didukung oleh penelitian sebelumnya, seperti yang dilakukan oleh Rosyad (2021) yang membuktikan bahwa analisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dapat membantu merumuskan *BMC* baru secara efektif, sehingga menghasilkan strategi yang lebih terarah dan terintegrasi. Penggunaan BMC sangat relevan untuk menganalisis dan mengembangkan usaha tradisional seperti kerupuk kulit Buk Kai agar mampu bertahan dan berkembang di tengah persaingan pasar modern.

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Model Bisnis Usaha Kerupuk Kulit Buk Kai Dengan Pendekatan Business Model Canvas Di Kota Padang”**.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana model bisnis yang selama ini dilakukan oleh Kerupuk Kulit Buk Kai menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana rancangan model bisnis yang baru untuk pengembangan bisnis Kerupuk Kulit Buk Kai menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model bisnis yang selama ini dilakukan oleh Kerupuk

Kulit Buk Kai menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

2. Untuk merekomendasikan model bisnis yang baru untuk pengembangan bisnis Kerupuk Kulit Buk Kai menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan, penelitian ini sebagai pedoman dalam pemetaan bisnis dan informasi serta masukan yang bermanfaat untuk dijadikan pertimbangan dalam pengambilan keputusan dan strategi bisnis perusahaan.
2. Bagi mahasiswa, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang lebih dalam lagi serta menambah wawasan mengenai BMC.
3. Bagi pemerintah, penelitian ini diharapkan dapat memetakan sektor UMKM yang potensial untuk diberikan pembinaan, pembiayaan, serta akses ke teknologi dan pasar.

