

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Daging sapi merupakan salah satu produk pangan hewani utama yang banyak dikonsumsi masyarakat Indonesia seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya asupan protein hewani, sehingga permintaan terhadap daging sapi terus meningkat. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 produksi daging sapi di Indonesia sebanyak 478.853,23 ton. Selain produk primer daging, permintaan terhadap daging olahan menunjukkan tren peningkatan yang signifikan. Selain itu data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023 juga menunjukkan bahwa konsumsi daging olahan tercatat hampir di seluruh wilayah Indonesia dan banyak diproduksi oleh Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia.

Menurut Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Republik Indonesia (2024) menegaskan UMKM merupakan salah satu pilar terpenting dalam perekonomian Indonesia, Kementerian Koperasi dan UKM juga menegaskan bahwa jumlah UMKM saat ini mencapai 64,2 juta dengan kontribusi PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah. Kontribusi UMKM terhadap perekonomian Indonesia meliputi kemampuan menyerap lebih kurang 117 juta pekerja atau 97% dari total tenaga kerja yang ada, serta dapat menghimpun sampai 60,4% dari total investasi nasional pada semester pertama tahun 2021.

Secara khusus, UMKM yang bergerak dibidang pengolahan daging merupakan salah satu pelaku usaha yang berperan dalam menyediakan produk pangan olahan bagi masyarakat. Selain berkontribusi dalam meningkatkan

kesejahteraan masyarakat serta mendukung pertumbuhan prekonomian nasional. (Alfarisi, 2022). Selanjutnya jumlah populasi sapi potong di Sumatera Barat berada pada urutan ke-9 secara nasional di Indonesia dengan jumlah populasi sekitar 424.631 ekor, populasi sapi potong di Sumatera Barat mempunyai peluang dalam mendukung program swasembada daging dengan produksi daging sapi sekitar 14.901,17 Ton pada tahun 2024 dan memberikan kontribusi 5% kebutuhan daging sapi nasional, pertumbuhan populasi dan tingkat produksi yang tinggi di Sumatera Barat diiringi dengan meningkatnya jumlah penduduk setiap tahunnya yang dipengaruhi oleh dinamika dan perkembangan ekonomi di wilayah Sumatera Barat. UMKM yang berfokus pada pengolahan produk berbasis olahan daging di Sumatera Barat sekitar 8.705 hingga 11.606 UMKM, produk olahan daging seperti bakso, nugget dan rendang telah mengalami perkembangan yang pesat dan kini sangat mudah ditemukan diberbagai lapisan pasar. Inovasi terhadap produk-produk tersebut juga terus dilakukan baik segi rasa, kemasan maupun teknik pengolahan. Pada tahun 2019 di Kota Padang terdapat 1.794 unit usaha yang berfokus pada olahan daging. Hal ini menunjukkan pentingnya peran UMKM termasuk pada usaha olahan daging seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap produk lokal yang berkualitas, tahan lama dan praktis.

Kota Padang sebagai pusat kuliner Minangkabau memiliki potensi besar dalam pengembangan industri makanan olahan, termasuk dendeng kering. Dendeng merupakan hasil olahan daging yang dibuat dengan cara mengiris tipis daging dengan memberikan bumbu dan dikeringkan, pengeringan bertujuan untuk mengawetkan daging sehingga dapat disimpan lebih lama tanpa mudah rusak, dendeng memiliki tekstur yang kering dan rasa yang gurih, dendeng dikategorikan

sebagai pangan semi basah (*Intermediate Moisture Food*) Setijawaty (2019). Dendeng masih belum banyak dikembangkan secara luas baik dari sisi produksi maupun pemasaran. Oleh karena itu, UMKM yang memproduksi olahan daging khususnya dendeng sangat menarik untuk dikembangkan karena masih memiliki ruang yang besar untuk inovasi dan peningkatan nilai tambah.

Di Kota Padang terdapat beberapa pelaku UMKM lokal yang menawarkan produk dendeng kering dengan keunikan masing-masing, diantaranya dendeng kering Gaek Coa, dendeng kering DBFOODS Padang dan dendeng kering Martha. Dendeng kering Gaek Coa merupakan UMKM konvensional yang sudah lama berdiri sejak tahun 2009 dan perlu untuk dikembangkan, dendeng kering Gaek Coa juga memiliki rasa yang otentik khas Minang dan daya simpan yang lama selama dua minggu pada suhu ruang sampai satu bulan didalam freezer sehingga produk ini mudah diterima oleh pasar. Lokasi dendeng kering Gaek Coa di Jl. Tanah Sirah Piai Nan XX NO 32, Kec. Lubuk Begalung, kota Padang, Sumatera Barat. Usaha dendeng kering Gaek Coa termasuk dalam kategori Industri Rumah Tangga (IRT) dan telah memiliki izin edar serta sertifikasi PIRT dengan nomor 2011371011136-29. Penjualan produk berlangsung setiap hari mulai dari jam 07.00 hingga 22.00 WIB, dengan jumlah produksi yang dilakukan secara harian dan proses produksi masih menerapkan metode semi manual.

Produk dendeng kering Gaek Coa dikemas dalam plastik vakum yang higienis dan praktis, tersedia dengan berbagai ukuran mulai dari 100 gram sampai 1000 gram, label dendeng Gaek Coa lengkap dengan informasi komposisi, tanggal produksi dan izin edar, serta desain yang dimiliki oleh dendeng Gaek Coa memiliki nuansa tradisional dan menonjolkan identitas Minangkabau. Menurut informasi

yang diperoleh dari pemilik UMKM pada tahap survey awal, permintaan terhadap dendeng kering tinggi pada saat musim liburan tahun baru, Bulan Ramadhan dan Lebaran Idul Fitri.

Konsumen dendeng kering Gaek Coa yaitu beberapa rumah makan di kota Padang, masyarakat setempat dan masyarakat yang sering membeli untuk dijadikan sebagai oleh-oleh. UMKM dendeng kering Gaek Coa memiliki keunggulan yang menjadikannya mampu bertahan dan berkembang ditengah persaingan, keunggulan tersebut mencakup produk khas Minang dan memiliki identitas lokal yang memberikan nuansa Minang. Saat ini UMKM dendeng kering Gaek Coa masih menerapkan penjualan secara langsung. Sementara kondisi ini menuntut pelaku industri mampu mengembangkan penjualan secara online. Namun, penjualan secara online belum dilakukan dengan keterbatasan yang dimiliki oleh UMKM dendeng kering Gaek Coa. Kurangnya pemanfaatan teknologi digital dan minimnya promosi di *platform e-commerce* disebabkan oleh tidak adanya SDM yang mampu menjalankannya. Keterbatasan ini mengakibatkan pelanggan kesulitan untuk melihat variasi ukuran atau paket pembelian secara jelas. Selama ini UMKM dendeng kering Gaek Coa menjaga konsumennya dengan mempertahankan kualitas rasa yang konsisten, menjaga keamanan dan masa simpan produk, sumber pendapatan UMKM dendeng kering Gaek Coa diperoleh satu-satunya dari hasil penjualan langsung kepada konsumen.

Proses produksi dendeng kering Gaek Coa menggunakan 20 kg daging sapi beku sebagai bahan baku utama, produksi dilakukan setiap hari tergantung pada stok yang tersedia dengan sistem penjemuran secara manual menggunakan bantuan sinar matahari, produk dendeng kering Gaek Coa dapat disimpan hingga satu bulan

di dalam lemari pendingin, sedangkan pada suhu ruang mampu bertahan selama dua minggu. UMKM dendeng kering Gaek Coa memberikan pelayanan cepat dan ramah, terutama dalam menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani pesanan sehingga pelanggan yang merasa puas cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan ke orang lain, cara ini merupakan strategi yang dijalankan oleh UMKM dendeng kering Gaek Coa dalam mempromosikan produknya.

Produk dendeng kering Gaek Coa belum terdistribusi secara optimal karena belum memiliki jaringan mitra di luar Kota Padang. Saat ini, dendeng kering Gaek Coa masih dipasarkan ke beberapa rumah makan di Kota Padang dan penjualan langsung di rumah produksi. Dendeng kering Gaek Coa juga meningkatkan *branding* produknya dengan menghadirkan desain kemasan yang menonjolkan budaya Minangkabau sehingga dengan strategi ini membuat produk dendeng kering Gaek Coa mudah dikenali oleh konsumen dan memiliki identitas yang khas. UMKM dendeng kering Gaek Coa sudah menerapkan pencatatan keuangan, tetapi masih menggunakan metode sederhana yang menimbulkan kesulitan dalam menganalisis biaya, misalnya saat menghitung pendapatan dan pengeluaran. Selanjutnya, produk dendeng kering Gaek Coa dijual dengan harga Rp 60.000 untuk 100 gram dan Rp 600.000 untuk 1000 gramnya, menyesuaikan dengan kebutuhan konsumen karena tersedia dalam ukuran kecil yang lebih terjangkau.

UMKM dendeng kering Gaek Coa sudah punya pemasok daging sapi langganan dengan kualitas terjamin, Gaek Coa membeli dalam jumlah banyak untuk dijadikan stok beberapa kali produksi. Kebutuhan bumbu UMKM Gaek Coa tidak memiliki pemasok tetap, sehingga pembelian dilakukan di pasar tradisional setiap kali produksi. Sebagai usaha olahan pangan, UMKM dendeng kering Gaek

Coa sering kali berhadapan dengan berbagai jenis pengeluaran yang sering menjadi kendala dan mempengaruhi efisiensi, diantaranya bahan baku daging sapi yang menjadi biaya total produksi terbesar yang disebabkan oleh harga daging sapi yang tidak tetap sehingga mempengaruhi margin keuntungan.

Dendeng kering Gaek Coa telah beroperasi cukup lama dan mempunyai potensi pasar untuk berkembang, dari kondisi tersebut penerapan *Business Model Canvas* (BMC) mampu berperan penting dalam menganalisis UMKM dendeng kering Gaek Coa menjadi terstruktur, memudahkan dalam pemetaan serta memberikan gambaran menyeluruh terhadap sembilan elemen yang diterapkan oleh UMKM dendeng kering Gaek Coa. Pendekatan ini juga memudahkan pelaku UMKM dalam memahami kondisi usaha yang sedang dijalankan, dengan demikian *Business Model Canvas* dipilih sebagai kerangka analisis dalam penelitian ini untuk memastikan hasil kajian yang tepat untuk keberlangsungan UMKM. Berdasarkan latar belakang diatas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Pemetaan *Business Model Canvas* (BMC) Pada UMKM Dendeng Kering Gaek Coa.**

1.2. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan sembilan elemen *Business Model Canvas* pada UMKM dendeng kering Gaek Coa
2. Bagaimana model *Business Model Canvas* yang diterapkan saat ini oleh UMKM dendeng kering Gaek Coa
3. Bagaimana keuntungan yang diperoleh dari model bisnis yang diterapkan selama ini oleh UMKM dendeng kering Gaek Cao pada tiga periode waktu kondisi normal, bulan Ramadhan dan setelah hari Raya Idul Fitri

1.3 Tujuan Penelitian.

1. Mengidentifikasi sembilan elemen *Business Model Canvas* yang diterapkan oleh UMKM dendeng kering Gaek Coa
2. Memetakan *Business Model Canvas* pada UMKM dendeng Kering Gaek Coa
3. Menganalisis keuntungan yang diperoleh dari model bisnis yang diterapkan oleh UMKM dendeng kering Gaek Coa saat ini pada tiga periode waktu hari biasa(normal), bulan Ramadhan dan hari Raya Idul Fitri

1.4 Manfaat Penelitian.

1. Bagi pemilik usaha: memberikan wawasan dan pemahaman mendalam cara untuk mengidentifikasi sembilan elemen *Business Model Canvas* pada UMKM dendeng kering Gaek Coa.
2. Bagi akademisi: penelitian menjadi referensi dan sumber informasi bagi akademisi yang tertarik pada pemasaran
3. Bagi Pemerintah: melakukan pelatihan terhadap UMKM dengan penerapan *Business Model Canvas* sehingga meningkatkan pendapatan daerah.