

BAB I

PENDAHULUAN

Bab pendahuluan ini berisikan mengenai latar belakang, perumusan masalah, tujuan penulisan, batasan masalah dan sistematika penulisan Tugas Akhir.

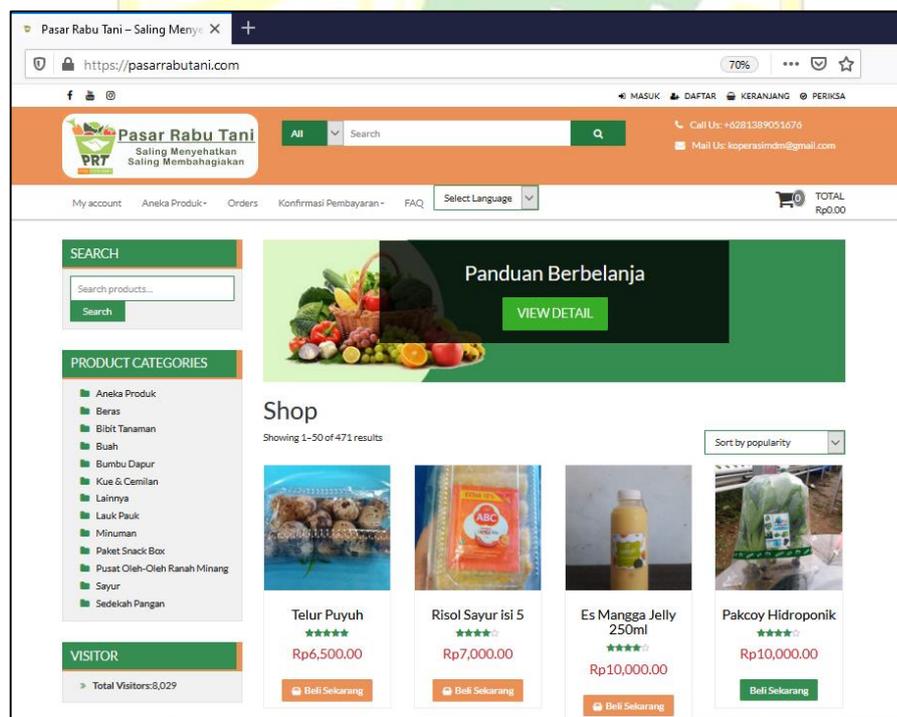
1. Latar Belakang

Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM) merupakan koperasi yang didirikan dan digerakkan oleh dosen dan tenaga kependidikan Universitas Andalas. Koperasi MDM dirintis sejak Desember 2019 dan didirikan secara resmi pada 20 Januari 2020 di kota Padang. Koperasi MDM beralamat di Jl. Cupak Tengah No. 29 Cupak Tengah, Kec. Pauh Kota Padang, Sumatera Barat. Koperasi MDM dan PRT beroperasi setiap hari Senin sampai dengan Sabtu pukul 08.00 - 17.00 WIB. Sebagian besar anggota dari KMDM saat ini adalah para dosen Universitas Andalas (UNAND) Sumatera Barat. Hingga sekarang tercatat 49 orang anggota Koperasi MDM yang terdiri dari dosen Universitas Andalas, petani, produsen kecil, dan pedagang kecil. Koperasi MDM sampai saat ini mempunyai lima divisi empat diantaranya sudah terbentuk kelembagaannya yaitu Pasar Rabu Tani KMDM, KMDM *Broadcasting Network*, Bank Sampah dan *Ecoenzyme* KMDM, KMDM *Resources Management* dan satu diantaranya sedang berproses, yaitu KMDM *Social Trust Fund*.

Koperasi MDM membuat salah satu unit usaha ekonomi yang bergerak di bidang pemasaran pangan. Koperasi MDM menyediakan kebutuhan pangan sehat bagi konsumen, unit usaha ekonomi di bidang pemasaran pangan yang dibuat yaitu Pasar Rabu Tani (PRT). Pasar Rabu Tani (PRT) adalah sebuah usaha untuk menciptakan pasar baru bagi para produsen kecil atau UMKM khususnya dalam bidang pertanian, peternakan, perikanan, dan sebagainya. Pasar Rabu Tani (PRT) hadir sejak Maret 2020 untuk menjembatani konsumen dan produsen untuk saling menyehatkan dalam suatu organisasi, berbentuk koperasi. Selain penyediaan

produk pangan sehat, Pasar Rabu Tani (PRT) juga memiliki tujuan untuk membantu masyarakat sekitar kampus, produsen kecil dan UMKM dalam memasarkan produk, sehingga dapat menciptakan pasar baru yang pasokan barang dan jasanya tersedia untuk komunitas dosen UNAND atau masyarakat lokal.

PRT sama seperti toko atau swalayan lainnya dengan menyimpan stok barang yang akan dijual kepada konsumen. Jenis produk yang dijual oleh PRT hampir sama dengan produk yang dijual pada toko atau swalayan lainnya, seperti beras, buah, aneka sayuran, bumbu dapur, lauk pauk, aneka minuman, dan *frozen food*. Perbedaannya, PRT hadir secara *online* melalui *website* <https://pasarrabutani.com/>. Pembelian produk dari PRT hanya dapat dilakukan secara *online*. Gambaran *website* dari PRT dapat dilihat pada **Gambar 1.1**. Produk yang dipasarkan oleh PRT dapat diantarkan oleh *driver* ke rumah para konsumen dengan dikenakan ongkos kirim. Pembayaran dapat dilakukan dengan melalui transfer melalui Bank Nagari atau bayar di tempat.



Gambar 1.1 Website PRT
(Sumber: Pasar Rabu Tani, 2021)

Gambar 1.2 memperlihatkan model bisnis PRT saat ini yang dijelaskan dengan menggunakan sembilan elemen yang terdapat pada *Business Model Canvas*

(BMC). Model bisnis ini dibuat berdasar hasil wawancara dengan Bapak Virtuous Setyaka, Ketua Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM) (**Lampiran B**).

<i>Key Partnership</i>	<i>Key Activities</i>	<i>Value Proposition</i>	<i>Customer Relationship</i>	<i>Customer Segments</i>
– Para petani dan UMKM kecil sekitar kampus UNAND (60 mitra kerja PRT) (KP1)	– Promosi – Pemesanan produk ke <i>supplier</i> – Melakukan <i>list</i> pemesanan produk – Pengemasan produk – Pengiriman produk – Perekapan hasil penjualan – Memberikan pelatihan dengan melalui Webinar gratis kepada petani dan UMKM (Mitra kerja PRT) (KA1)	– Menyediakan produk organik dan non organik – Menyediakan produk siap masak (<i>Frozen food</i>) – Harga Bersaing dengan swalayan lain – Produk yang dijual memiliki izin edar – <i>E-Payment</i> dan COD – <i>Delivery order</i> – <i>Pre-Order</i> (Selasa, Kamis, Sabtu) (VP1)	– Memberikan informasi produk baru kepada konsumen via <i>WhatsApp</i> – <i>Personal assistance</i> (CR1) – <i>Cocreation</i> (CR2)	Kalangan menengah atas (CS1)
	<i>Key Resources</i> – Sumber daya manusia yaitu tenaga kerja – Sumber daya fisik yaitu komputer, <i>handphone</i> , <i>Freezer</i> , rak produk (KR1) Infrastruktur yang dimiliki yaitu Ruko (KR2)		<i>Channels</i> – <i>Smartphone</i> – <i>Website</i> – <i>Social media</i> (<i>facebook</i> , dan <i>WhatsApp</i>) (CH1)	
<i>Cost Structure</i>		<i>Revenue Streams</i>		
– Biaya telekomunikasi – Biaya sewa ruko	– Biaya tenaga kerja – Biaya listrik – Bayaran untuk narasumber webinar (CST1)	Sumber : Penjualan produk (RS1)		

Gambar 1.2 *Business Model Canvas* (BMC) PRT Saat Ini

Berdasarkan **Gambar 1.2** dapat dilihat bahwa aktivitas yang dilakukan oleh PRT adalah melakukan promosi, pemesanan produk kepada *supplier*, melakukan *list* pemesanan produk, pengemasan produk, pengiriman produk, perekapan hasil penjualan, dan memberikan pelatihan melalui webinar kepada mitra kerja PRT yaitu petani dan UMKM. PRT menyediakan produk organik dan non organik, dan juga menyediakan produk yang siap dimasak. Mitra kerja PRT merupakan petani dan UMKM sekitar UNAND yang saat ini PRT memiliki 60 mitra kerja. Segmen pelanggan PRT merupakan kalangan menengah atas. Struktur biaya yang dikeluarkan PRT cukup besar karena mengeluarkan biaya untuk sewa ruko, biaya komunikasi untuk promosi, biaya tenaga kerja, biaya listrik setiap bulannya dan bayaran untuk narasumber webinar. Sumber dana utama PRT saat ini yaitu penjualan produk dan sumber daya yang dimiliki PRT yaitu sumber daya manusia dan sumber daya fisik. Produk yang dijual oleh PRT memiliki izin edar dengan

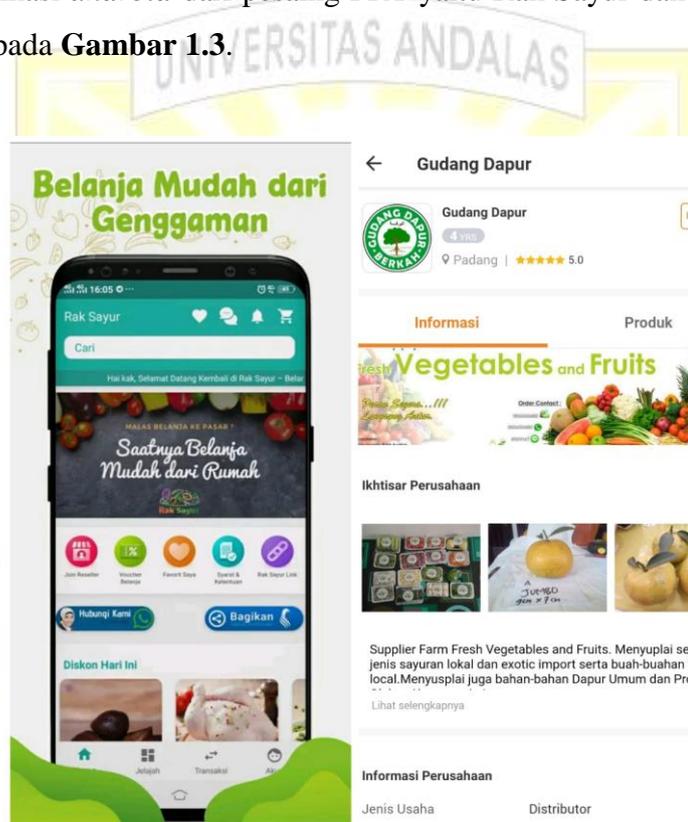
harga produk yang dapat terjangkau dan bersaing dengan swalayan lainnya. PRT selalu memberikan informasi mengenai produk baru kepada pelanggan melalui *whatsapp*, dan PRT memasarkan produknya melalui *website*, dan *social media* yaitu *facebook* dan *whatsapp*.

Saat ini terdapat beberapa pesaing PRT dengan jenis usaha serupa di Kota Padang yaitu Rak Sayur, Gudang Dapur, Toko Tani Indonesia Center, dan lain-lain. Banyaknya usaha sejenis dengan PRT menyebabkan tingginya persaingan dalam bisnis ini. Data terkait daftar usaha sejenis PRT dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1.1. Daftar Usaha Serupa dengan PRT

No	Nama Usaha	E-Commerce	Alamat
1	Rak Sayur	TokoPedia, Shopee, BukaLapak, Rak Sayur	Jl. Kuranji, Kota Padang Sumatera Barat
2	Toko Tani Indonesia Center	WhatsApp	Jl. By Pass No.km 15, Aie Pacah, Kec. Koto Tangah, Kota Padang, Sumatera Barat
3	Gudang Dapur	Ralali	Jl. Dr. Moh. Hatta, Cupak Tangah, Kec. Pauh, Kota Padang, Sumatera Barat
4	Toko Padang	TokoPedia, Shopee, BukaLapak, <i>Website</i> (tokopadang.com)	Jl. Kp. Kalawi No.65, Lubuk Lintah, Kec. Kuranji, Kota Padang, Sumatera Barat
5	Lapau <i>Online</i>	Shopee, <i>website</i> (lapauonline.com)	Jl. Gajah Mada no 10, Kota Padang, Sumatera Barat
6	Padang <i>Store</i>	TokoPedia, Shopee, BukaLapak	Jl. Raya Bala Gadang Samping SD N 16 Tanjung Aur Kec Koto Tangah, Padang.
7	Elapau	TokoPedia, Shopee, BukaLapak	Jl. Karet No.3, Padang Pasir, Kec. Padang Barat, Kota Padang, Sumatera Barat
8	<i>Foodmart</i> Basko Padang	TokoPedia, Blibli	Jl. Prof.Dr Hamka No 2-A, Air Tawar

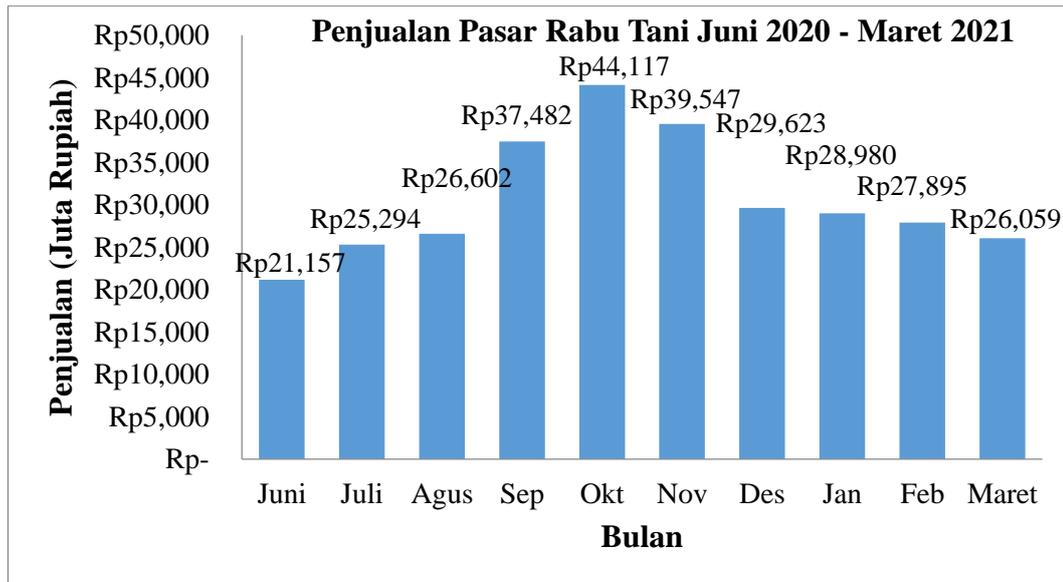
Para pesaing PRT menggunakan aplikasi *android* dalam memasarkan produknya seperti TokoPedia, Shopee, Blibli dan BukaLapak. Gudang Dapur memasarkan produk melalui aplikasi Ralali.com. Masyarakat yang ingin berbelanja di Toko Tani Indonesia Center dapat melakukan *order* melalui WhatsApp. Sedangkan PRT hanya menggunakan *website* untuk memasarkan produknya. Hal ini tentunya menjadi daya tarik tersendiri bagi para pesaing PRT yang memasarkan produknya melalui aplikasi *android*. Dikarenakan konsumen akan lebih mudah dan lebih tertarik berbelanja jika menggunakan aplikasi *android*. Berikut merupakan gambaran aplikasi *android* dari pesaing PRT yaitu Rak Sayur dan Gudang Dapur dapat dilihat pada **Gambar 1.3**.



Gambar 1.3 Aplikasi *Android* Rak Sayur dan Gudang Dapur

Berdasarkan keterangan dari Bapak Virtuous Setyaka, Ketua Koperasi Mandiri Dan Merdeka (KMDM) pada hari Rabu, 13 Januari 2021 melalui wawancara dengan peneliti, didapatkan informasi bahwa penjualan Pasar Rabu Tani mengalami kenaikan dan penurunan. Pada masa Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) penjualan PRT dari bulan Juni hingga Oktober 2020 terus meningkat, sedangkan pada bulan November 2020 hingga Maret 2021, setelah masyarakat dapat kembali beraktivitas dengan *New Normal*, di mana masyarakat merasa agak

aman untuk pergi keluar dan berbelanja, penjualan PRT mengalami penurunan. Pihak PRT sudah sering melakukan promosi kepada pelanggan melalui *broadcast message* WhatsApp sebagai upaya peningkatan penjualan tetapi cara ini masih belum bisa meningkatkan penjualan PRT. Grafik yang menunjukkan terjadinya kenaikan dan penurunan penjualan pada PRT dapat dilihat pada **Gambar 1.4**.



Gambar 1.4 Data Penjualan Pasar Rabu Tani Juni 2020 sampai Maret 2021
(Sumber: Pasar Rabu Tani, 2021)

Jika penjualan selalu mengalami penurunan maka PRT kemungkinan akan mengalami kerugian atau kebangkrutan dan kemudian tutup. Untuk mencegah kondisi ini terjadi, maka PRT harus mempunyai strategi dan penerapan program kerja yang baik agar dapat bertahan dan mengembangkan bisnisnya.

1.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang ingin diselesaikan pada penelitian ini adalah bagaimanakah strategi bisnis dan penerapan program kerja Pasar Rabu Tani (PRT) untuk dapat meningkatkan pendapatan serta mampu bertahan menghadapi persaingan bisnis saat ini dan bagaimanakah model bisnis barunya.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang ingin dicapai pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan strategi bisnis yang tepat agar Pasar Rabu Tani mampu menghadapi ancaman persaingan bisnis.
2. Penerapan program kerja yang tepat pada Pasar Rabu Tani untuk dapat meningkatkan pendapatan.
3. Merancang model bisnis baru Pasar Rabu Tani.

1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini tidak mengkaji aspek produksi karena produksi tidak dilakukan oleh pihak perusahaan, karena perusahaan menjadi *retailer* atau *reseller*.
2. Pada penelitian ini penerapan dan evaluasi dari implementasi program hanya dilakukan dalam waktu dua minggu.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada laporan penelitian bertujuan untuk mengetahui secara umum kerangka isi setiap bab yang ada dalam laporan penelitian. Berikut merupakan sistematika penelitian yang ada pada laporan penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN

Bab pendahuluan berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab tinjauan pustaka berisikan tentang hasil penelitian yang berhubungan dengan teori-teori yaitu tentang manajemen strategi, perencanaan strategi, tingkatan strategi, *Business Model Canvas* (BMC), analisis SWOT, matriks SWOT, matriks *Eksternal Factor Evaluation* (EFE), matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), matriks *Internal Eksternal* (IE). Teori tersebut digunakan sebagai acuan dalam melakukan pemecahan masalah dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab metodologi penelitian berisikan tentang tahapan-tahapan sistematis yang dilakukan pada penelitian ini, mulai dari pengumpulan data, pengolahan data, analisa dan sampai diperoleh kesimpulan dari penelitian yang dilakukan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab pengumpulan dan pengolahan data ini berisikan data yang dibutuhkan pada penelitian ini dan pengolahan data mengenai identifikasi faktor eksternal dan internal, validasi faktor eksternal dan internal, evaluasi faktor eksternal dan internal, pengelompokkan SWOT, matriks EFE dan IFE dan matriks IE.

BAB V EVALUASI PROGRAM KERJA DAN PENGEMBANGAN

Bab evaluasi program kerja dan pengembangan ini berisikan implementasi program yang sudah dijalankan saat ini, implementasi usulan program, pencapaian program kerja dan penggambaran model bisnis baru Pasar Rabu Tani.

BAB VI PENUTUP

Bab penutup ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran untuk penelitian selanjutnya.