BAB I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian suatu negara. Pengembangan sektor UMKM berpotensi besar dalam menciptakan lapangan pekerjaan, khususnya di sektor informal. Sektor ini juga mampu menurunkan tingkat pengangguran, mengurangi ketimpangan ekonomi, dan memperluas akses ekonomi bagi masyarakat kurang beruntung. UMKM turut memberikan peluang kerja kepada kelompok-kelompok marginal atau terpinggirkan, seperti perempuan dan kaum muda (Vinatra, 2023). Contoh UMKM adalah Raja Pisang Perancis, yang bergerak di bidang penjualan buah pisang dan telah beroperasi selama 11 tahun. Tabel 1.1. menunjukkan penjualan Raja Pisang Perancis dari tahun 2020-2023.

Tabel 1.1 Penjualan Raja Pisang Perancis dari tahun 2020-2023

No	Jenis pisang	2020	2021	2022	2023
1	Pisang barangan	28.400	14.000	12.520	11.500
2	Pisang kepok	10.800	17.280	21.600	8.640
3	Pisang molen	158.800	144.000	134.400	96.000

Sumber : Penjualan Raja Pisang Perancis

Penjualan buah pisang di Kota Medan memiliki potensi besar untuk terus berkembang. Menurut data pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa penjualan Raja Pisang Perancis bersifat fluktuatif dengan kecenderungan menurun dari tahun 2020 hingga 2023. Terdapat fluktuasi penjualan pada ketiga jenis pisang yang dijual selama periode tersebut. Pisang barangan mengalami penurunan penjualan secara bertahap, dari 28.400 sisir pada tahun 2020 menjadi 11.500 sisir pada tahun 2023. Pisang kepok sempat mengalami peningkatan pada tahun 2021 dan 2022, namun turun drastis pada tahun 2023. Penurunan signifikan juga terjadi pada pisang molen, dari 158.800 sisir pada tahun 2020 menjadi 96.000 sisir pada tahun 2023. Di lain pihak permintaan masyarakat akan buah pisang tetap tinggi dan banyak UMKM yang bergerak di bidang pengolahan makanan berbahan baku buah di Kota Medan. Oleh karena itu, manajemen UMKM Raja Pisang Perancis memerlukan strategi penjualan buah pisang.

Mayoritas konsumen Raja Pisang Perancis adalah ibu rumah tangga dan pedagang gorengan. Dalam proses *marketing* Raja Pisang Perancis menerapkan penjualan *reseller*. Walaupun target konsumen telah diperluas (dengan *reseller*) belum ada peningkatan penjualan yang signifikan dan penjualan cenderung stagnan.

Melihat kondisi yang ada, penulis bermaksud menganalisis bisnis *Raja Pisang Perancis* melalui penyusunan *Business Model Canvas* (BMC). BMC merupakan alat yang menyediakan kerangka kerja terstruktur untuk memahami, merancang, dan mengembangkan model bisnis secara menyeluruh. Bagi UMKM, BMC menjadi

semakin penting karena mampu membantu pelaku usaha dalam mengidentifikasi nilai yang ditawarkan, memahami target pelanggan, dan merancang strategi pendapatan yang tepat. Selain itu, BMC juga memfasilitasi pengambilan keputusan terkait aspek operasional dan keuangan, sehingga dapat meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha di tengah perubahan pasar yang dinamis.

Business Model Canvas (BMC) merupakan alat strategis yang semakin banyak digunakan dalam penelitian dan praktik bisnis untuk menganalisis serta merancang model bisnis yang efektif. Keunggulan utama BMC terletak pada kemampuannya dalam memetakan sembilan elemen penting bisnis secara terstruktur, sehingga memudahkan pelaku usaha dalam memahami hubungan antar komponen serta merumuskan strategi yang relevan dan aplikatif. Dalam konteks UMKM, BMC tidak hanya menjadi alat bantu visual semata, melainkan juga berperan sebagai instrumen strategis yang mampu meningkatkan efisiensi, daya saing, dan keberlanjutan usaha (Abidin, 2021).

Relevansi BMC dalam pengembangan strategi bisnis telah dibuktikan melalui berbagai penelitian sebelumnya. Esa, (2023) dalam penelitiannya berjudul Analisis Strategi Pemasaran dengan Business Model Canvas pada CV Indra Jaya. Dalam penelitiannya menggabungkan BMC dengan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada masing-masing elemen bisnis. Hasilnya menunjukkan bahwa kombinasi kedua pendekatan tersebut mampu menghasilkan strategi pemasaran yang lebih terarah dan responsif terhadap dinamika pasar.

Penelitian ini didukung oleh penelitian (Makkarennu dan Inda, 2021) mengenai pengembangan usaha gula aren di Desa Mattabulu juga menegaskan bahwa BMC efektif dalam membantu pelaku UMKM menyusun strategi pengembangan usaha yang lebih efisien dan berorientasi pasar.

Studi lain yang dilakukan oleh (Abidin, 2021) terhadap pengrajin tempe di Kabupaten Bogor menunjukkan bahwa BMC juga dapat diandalkan sebagai alat untuk mengoptimalkan model bisnis agar lebih adaptif terhadap perubahan lingkungan usaha dan persaingan industri.

Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa BMC memiliki nilai strategis yang tinggi dalam konteks pengembangan UMKM. Dengan memanfaatkan BMC, pelaku usaha dapat memperoleh pemahaman yang menyeluruh mengenai model bisnis mereka, sekaligus merancang strategi yang lebih tepat, berkelanjutan, dan kompetitif. Oleh karena itu, penggunaan BMC dalam menganalisis bisnis UMKM, seperti Raja Pisang Perancis, menjadi langkah yang tepat dan relevan untuk meningkatkan efektivitas operasional dan memperkuat posisi usaha di pasar.

Berdasarkan hal di atas, penulis ingin mencoba menganalisis bisnis Raja Pisang Perancis dengan Business Model Canvas (BMC). Penerapan BMC diharapkan dapat memberikan dampak signifikan terhadap volume penjualan melalui perumusuan kembali *value proposition* dan kesembilan elemen utama BMC yang mungkin dapat diterapkan dalam bisnis Raja Pisang Perancis Oleh karena itu, saya sangat tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan judul:

“Penerapan Business Model Canvas UMKM Raja Pisang Perancis”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian uraian di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah penerapan Business Model Canvas (BMC) untuk meningkatkan penjualan dan keuntungan (laba) usaha Raja Pisang Perancis

1.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan penelitian ini untuk: menganalisis dan menerapkan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat strategis dalam meningkatkan penjualan dan keuntungan (laba) pada usaha *Raja Pisang Perancis*.

1.4 Kontribusi Tugas Akhir

Adapun kontribusi tugas akhir ini diaharapkan adalah sebagai berikut:

1. Laporan TA ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan acuan untuk mengembangkan bisnis perdagangan pisang bagi pemilik usaha dan pengusaha UMKM
2. Hasil TA ini dapat digunakan oleh peneliti lain sebagai salah satu acuan dalam melakukan penelitian yang sejenis.