

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan komponen penting dalam perekonomian Indonesia maupun global. UMKM berkontribusi signifikan terhadap penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi, dan pengembangan masyarakat. UMKM digambarkan sebagai perusahaan yang diklasifikasikan menurut jumlah pekerja, nilai aset, dan pendapatan. Bisnis-bisnis ini sangat penting bagi pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan masyarakat terutama di negara-negara berkembang penting secara sosial dan ekonomi (Tambunan, 2017).

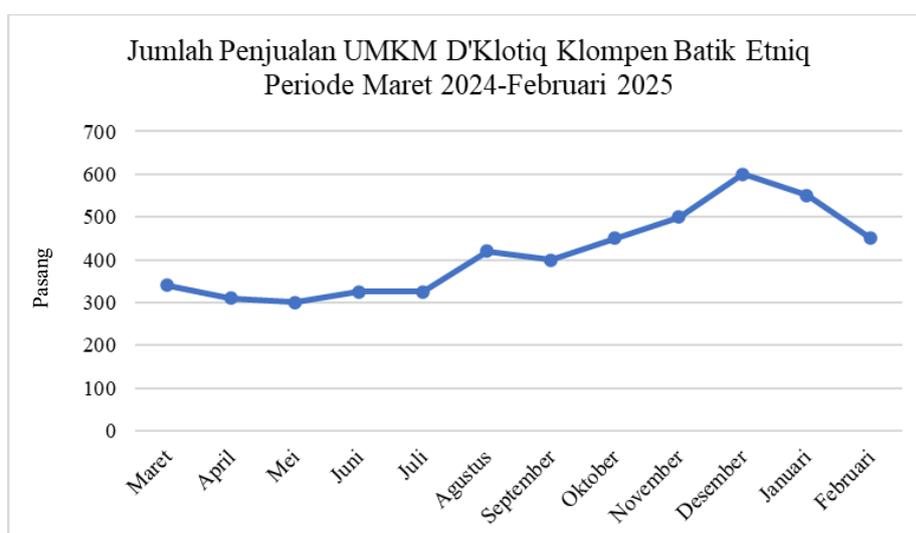
UMKM adalah usaha atau bisnis yang dilakukan oleh individu, kelompok, badan usaha kecil, maupun rumah tangga. Keberadaan UMKM di Indonesia sangat diperhitungkan, karena berkontribusi besar dalam pertumbuhan dan stabilitas ekonomi nasional. UMKM menjadi penggerak perekonomian negara-negara ASEAN dan penciptaan lapangan kerja. Peranan UMKM dalam perekonomian ASEAN sangat signifikan, tercatat UMKM di kawasan ASEAN menyerap 35-97% tenaga kerja dan berkontribusi sebesar 35-69% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) di masing-masing negara (Hindarwati dkk, 2025). Menurut *ASEAN Investment Report*, Indonesia memiliki jumlah UMKM terbanyak di kawasan ASEAN, pada tahun 2021 mencapai sekitar 65,46 juta unit usaha. Jumlah ini mencapai 90% dari jumlah UMKM yang ada di ASEAN.

Meski demikian, UMKM menghadapi berbagai tantangan seperti menyusutnya pendapatan, penjualan yang menurun, keterbatasan teknologi, akses pasar, modal, strategi pemasaran kurang optimal, hingga pelemahan ekonomi global akibat pandemi Covid-19. Kementerian keuangan menguraikan empat sektor yang terpuruk akibat pandemi Covid-19 yaitu sektor rumah tangga, sektor keuangan, sektor korporasi, dan sektor usaha mikro dan kecil menengah. Dari ke empat sektor tersebut, sektor UMKM merupakan sektor yang paling terdampak (OECD, 2020). Hasil dari Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) tahun 2016 dan Survei Pertanian Antar Sensus (SUTAS) tahun 2018, menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Kabupaten Malang sebanyak 600.054 UMKM dan menyerap tenaga kerja sebanyak 646.448 tenaga kerja. Di masa pandemi Covid-19, jumlah UMKM Kabupaten Malang per-tanggal 31 Juli 2020 berkurang menjadi 425 ribu (Islami dkk. 2021). Agar mampu bertahan dan menyesuaikan diri di tengah situasi sulit seperti masa pandemi maupun

di era persaingan modern saat ini, diperlukan strategi yang tepat dan efisien untuk mengatasi berbagai tantangan yang muncul.

Salah satu UMKM yang sedang mengalami tantangan ini adalah UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq. UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq merupakan salah satu pelaku industri kreatif yang mulai berdiri pada tahun 2013 dan berfokus pada produksi sandal tradisional klompen. UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq berlokasi di Singosari, Kabupaten Malang. Dengan menggabungkan desain tradisional dan sentuhan modern, UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq menghasilkan produk yang tidak hanya bernilai fungsi, tetapi juga estetika.

Sebelum pandemi Covid-19 melumpuhkan aktivitas perekonomian, UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq gencar mempromosikan produknya melalui partisipasi dalam berbagai pameran di berbagai daerah, serta melakukan penjualan langsung dari pintu ke pintu. Setelah masa pandemi Covid-19, UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq perlahan mulai menata kembali usahanya. Sebelum pandemi COVID-19 melanda, UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq berhasil mencatatkan penjualan di atas 500 pasang setiap bulannya. Namun, sejak pandemi, penjualan UMKM ini mengalami penurunan dan berada di bawah angka 500 pasang per bulan. Saat ini UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq memasarkan produknya dengan mendistribusikan sandal klompen ke berbagai destinasi wisata di berbagai daerah seperti Bali, Lombok, Jawa timur, dan Jawa Tengah. Hal ini dilakukan sebagai upaya menjangkau lebih banyak konsumen. Berikut adalah grafik data penjualan UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq selama periode Maret 2024 sampai Februari 2025.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan

Sumber : UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq

Berdasarkan grafik tersebut, terlihat bahwa penjualan sandal klompen cenderung mengalami peningkatan signifikan pada periode akhir tahun. Pada rentang waktu Maret hingga Juli 2024, penjualan mengalami penurunan dan cenderung stagnan, yang mengindikasikan rendahnya permintaan pasar pada periode tersebut. Namun, mulai Agustus hingga Desember 2024, terjadi lonjakan penjualan yang cukup signifikan. Peningkatan ini dipengaruhi oleh masa liburan panjang, meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara, serta momen belanja akhir tahun. Sementara itu, pada Januari hingga Februari 2025, penjualan kembali menurun, hal ini umum terjadi setelah tingginya aktivitas belanja di akhir tahun.

Meskipun memiliki potensi pasar yang besar, namun saat ini produk klompen UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq, menghadapi tantangan dalam hal minat pasar dan daya saing. Perubahan tren mode dan gaya hidup yang lebih modern menyebabkan produk ini semakin kurang diminati, tergeser oleh produk-produk sandal yang lebih praktis dan mengikuti perkembangan tren terkini. Selain itu, terbatasnya pangsa pasar yang tertarik pada produk bernilai budaya atau kerajinan tangan, juga mempengaruhi penurunan penjualan. Hal ini berdampak langsung pada produksi sandal klompen UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq yang berfokus pada dengan desain batik etnik.

Dari uraian permasalahan yang ada, penelitian ini melakukan pengembangan strategi bisnis UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq untuk meningkatkan minat masyarakat pada sandal klompen sehingga mampu bersaing dan berkelanjutan. Metode yang digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* (BMC) menyediakan kerangka kerja yang komprehensif untuk menganalisis dan merancang model bisnis. *Business Model Canvas* (BMC) memetakan sembilan elemen penting dalam bisnis, yaitu *customer segments*, *value proposition*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key partners* dan *cost structure*. Dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq dapat memahami secara menyeluruh model bisnisnya dan mengidentifikasi area-area yang perlu ditingkatkan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, terdapat masalah yang dapat diidentifikasi yaitu berkurangnya minat masyarakat dan pangsa pasar yang masih terbatas terhadap produk sandal tradisional klompen sehingga menyebabkan menurunnya penjualan dari UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq.

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk meningkatkan minat masyarakat dan memperluas pangsa pasar terhadap produk sandal tradisional klompen guna meningkatkan penjualan pada UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq?

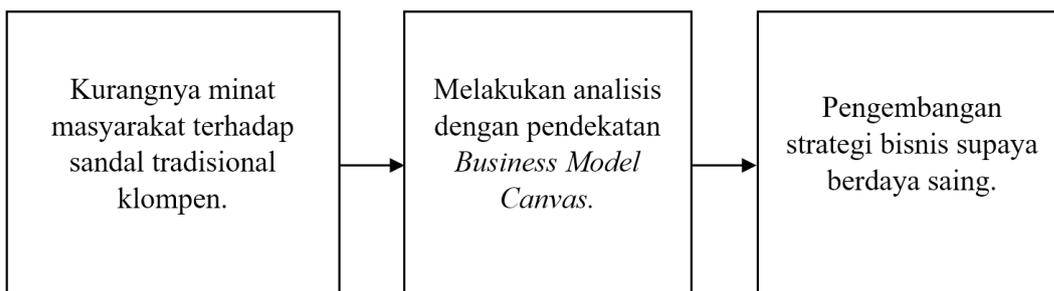
1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi yang tepat dalam meningkatkan minat masyarakat dan memperluas pangsa pasar terhadap produk sandal tradisional klompen guna meningkatkan penjualan UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC).

1.5 Batasan Masalah

Pada penelitian ini data dikumpulkan dengan melakukan sesi wawancara bersama pemilik UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq. Selain wawancara, penelitian ini juga menggunakan daftar pertanyaan sebagai instrumen penelitian untuk menganalisis strategi bisnis menggunakan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) kepada pemilik, pekerja, dan distributor selaku *customer* UMKM D’Klotiq Klompen Batik Etniq khusus daerah Malang. Dalam pelaksanaan penelitian ini hanya dilakukan sampai pada tahap pemberian usulan pengembangan strategi bisnis dan tidak mencakup sampai tahap implementasi strategi bisnis yang diusulkan.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir

1.7 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Bagi UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai alat evaluasi bisnis yang telah dijalankan dan sebagai dasar pengembangan strategi bisnis UMKM D'Klotiq Klompen Batik Etniq.

2. Bagi Institut (Program Studi Teknik Industri)

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi program studi untuk menilai sejauh mana kurikulum yang telah disusun mampu diterapkan secara efektif oleh mahasiswa.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi mahasiswa untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama masa perkuliahan.