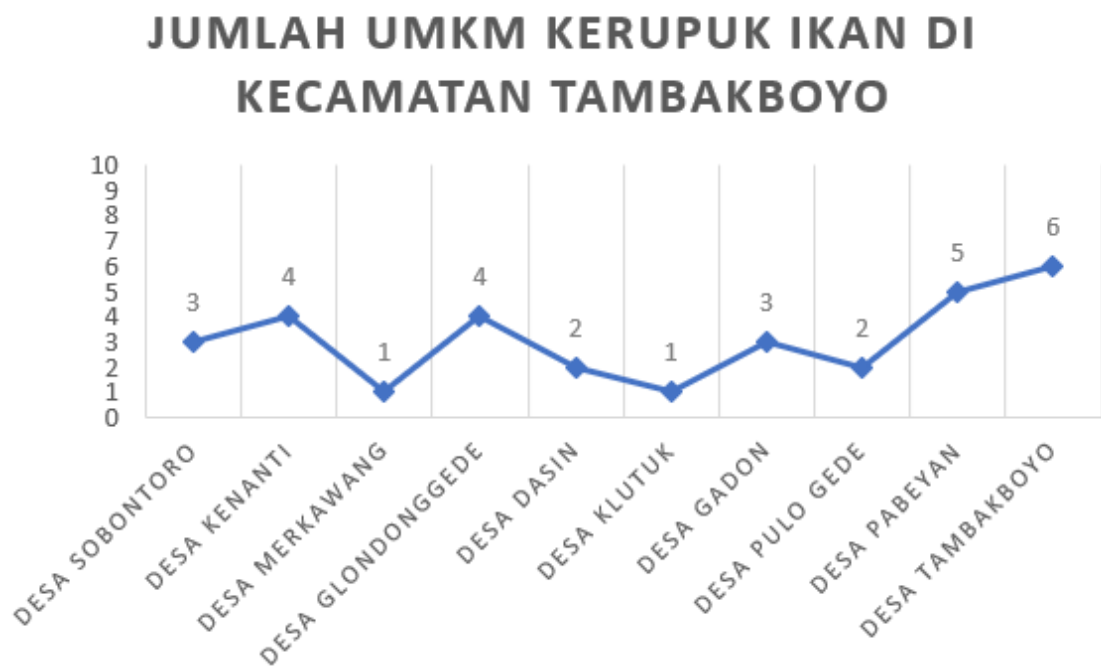


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kabupaten Tuban merupakan salah satu wilayah dimana mayoritas penduduknya terlibat dalam sektor perikanan. Potensi sumber daya ikan di wilayah ini sangat besar karena letaknya yang strategis di sekitar perairan Laut Jawa, terutama di wilayah barat dan utara, serta di beberapa perairan umum. Desa Pabeyan, yang merupakan bagian dari Kecamatan Tambakboyo di Kabupaten Tuban, juga dikenal memiliki potensi dalam hasil tangkapan ikan yang sangat melimpah. Di kecamatan tersebut, beberapa rumah tangga mengelola usaha pemanfaatan hasil laut, menghasilkan produk olahan seperti kerupuk ikan yang dipasarkan luas oleh masyarakat setempat. Hal ini membuat persaingan semakin ketat.



Gambar 1.1 Jumlah UMKM Kerupuk Ikan di Kecamatan Tambakboyo

Sumber : Pengolahan Data

Gambar 1.1 menggambarkan sebaran UMKM yang beroperasi dalam sektor produksi kerupuk ikan di Kecamatan Tambakboyo. Grafik ini mengilustrasikan jumlah UMKM di masing-masing desa, yakni Desa Sobontoro dengan 3 UMKM, Desa Kenanti dengan 4 UMKM, Desa Merkawang dengan 1 UMKM, Desa Glondonggede dengan 4 UMKM, Desa Dasin dengan 2 UMKM, Desa Klutuk dengan 1 UMKM, Desa Gadon dengan 3 UMKM, Desa Pulo Gede dengan 2 UMKM, Desa Pabeyan dengan 5

UMKM, dan Desa Tambakboyo dengan 6 UMKM, yang secara keseluruhan berjumlah 31 UMKM.

Berdasarkan wawancara dengan pemilik UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri, diketahui bahwa usaha tersebut menjalankan proses bisnis yang mencakup semua tahap, mulai dari persiapan hingga pemasaran produk. Tahap awal mencakup penentuan produk, pemeriksaan persediaan bahan, pencarian pemasok, dan pembelian bahan baku. Kedua, tahap produksi untuk kerupuk ikan dan cumi-cumi dimulai dari persiapan bahan, penimbangan bahan, pencampuran adonan, pengukusan, pendinginan, pengirisan, pengeringan, dan penggorengan. Ketiga, UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri hanya masih membuka bisnisnya di rumah saja dan pemasaran produk masih dilakukan dengan cara menawarkan langsung kepada pelanggan melalui metode dari mulut ke mulut. Berikut adalah data penjualan dari UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri selama periode bulan Agustus 2023 sampai Februari 2024 dan grafik penjualan UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri.

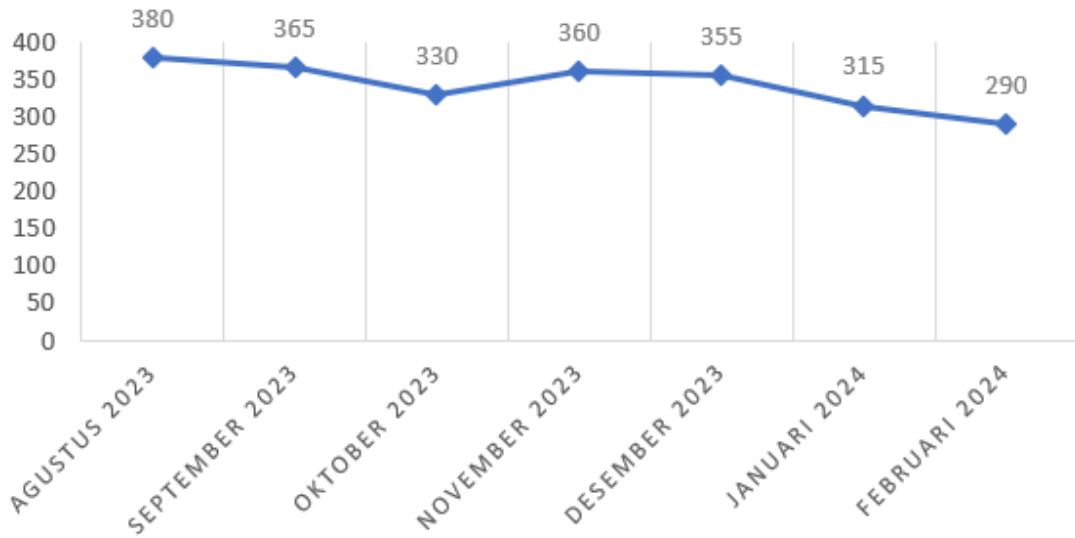
Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Kerupuk Ikan Dua Putri

No	Bulan, Tahun	Jumlah Penjualan (pcs)	Target Penjualan (pcs)	Target Tercapai (%)	Keterangan
1	Agustus 2023	380	400	0,95	Tidak Tercapai
2	September 2023	365	400	0,91	Tidak Tercapai
3	Oktober 2023	330	400	0,82	Tidak Tercapai
4	November 2023	360	400	0,9	Tidak Tercapai
5	Desember 2023	355	400	0,88	Tidak Tercapai
6	Januari 2024	315	400	0,78	Tidak Tercapai
7	Februari 2024	290	400	0,72	Tidak Tercapai

Sumber : UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri

Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri selama periode bulan Agustus 2023 sampai bulan Februari 2024 UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri tidak mencapai target penjualan yang ditetapkan.

PENJUALAN UMKM KERUPUK IKAN DUA PUTRI



Gambar 1.2 Grafik Penjualan

Sumber : UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri

Dapat dilihat dari gambar 1.2 bahwa terjadi penurunan penjualan pada UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri dari periode bulan Agustus 2023 sampai bulan Februari 2024. Penting untuk UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri memahami penjelasan tentang model bisnis yang diterapkan saat ini serta pengembangan strategi untuk bersaing dengan produsen kerupuk ikan di Kecamatan Tambakboyo dan meningkatkan penjualannya. Persaingan antara produsen kerupuk ikan di Kecamatan Tambakboyo bersaing sangat sengit, dengan strategi yang hampir serupa dan target pasar yang sama, membuat UMKM Kerupuk Ikan di wilayah tersebut terjebak dalam situasi *Red Ocean*. Situasi *Red Ocean* adalah istilah dalam strategi yang menggambarkan pasar yang sangat kompetitif dan sudah jenuh, dimana perusahaan bersaing untuk mendapatkan pangsa pasar yang sama. Dalam situasi ini, perusahaan-perusahaan berusaha keras untuk mengalahkan kompetitor mereka, sering kali melalui perang harga atau peningkatan produk yang sudah ada. Hal ini biasanya mengakibatkan margin keuntungan yang menurun dan persaingan yang semakin intens. Pandangan ini diambil dari model teori "*Blue Ocean Strategy*" yang dikenalkan W. Chan Kim dan Renee Mauborgne (2016). Mereka menyarankan bahwa alih-alih berkompetisi di pasar yang sudah penuh sesak (*Red Ocean*), perusahaan sebaiknya mencari atau menciptakan pasar baru (*Blue Ocean*) di mana mereka bisa beroperasi tanpa banyak kompetisi, sehingga memungkinkan untuk pertumbuhan yang lebih menguntungkan dan berkelanjutan.

Oleh karena itu, UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri perlu mengembangkan strategi baru agar terjadi gerakan menjauh menuju ke zona *Blue Ocean*. Zona *Blue Ocean* merupakan konsep dalam strategi bisnis yang menggambarkan pasar yang belum tersentuh atau diciptakan, dimana terdapat sedikit atau tidak ada kompetisi. Dalam zona *Blue Ocean*, perusahaan berfokus pada inovasi dan penciptaan permintaan baru untuk produk atau layanan unik, sehingga menciptakan ruang pasar yang belum dieksplorasi.

Sebagai respon terhadap situasi ini, peneliti akan mengeksplorasi pengembangan strategi bisnis UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri dengan memanfaatkan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*. Diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya membuat UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri mampu bertahan dalam persaingan, tetapi juga mampu menciptakan inovasi dengan membuka ruang pasar baru yang belum dieksplorasi.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari hasil survei yang dilakukan, diperoleh kendala yang dialami oleh UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri yaitu persaingan dengan produsen kerupuk ikan di Kecamatan Tambakboyo, yang mengakibatkan penurunan penjualan kerupuk ikan saat ini.

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti akan melakukan penelitian mengenai strategi pengembangan bisnis yang berjudul **“Pengembangan Bisnis UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri dengan pendekatan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*.”**

1.3 Rumusan Masalah

1. Bagaimana kondisi bisnis saat ini dari UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana rancangan pengembangan bisnis untuk UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*?

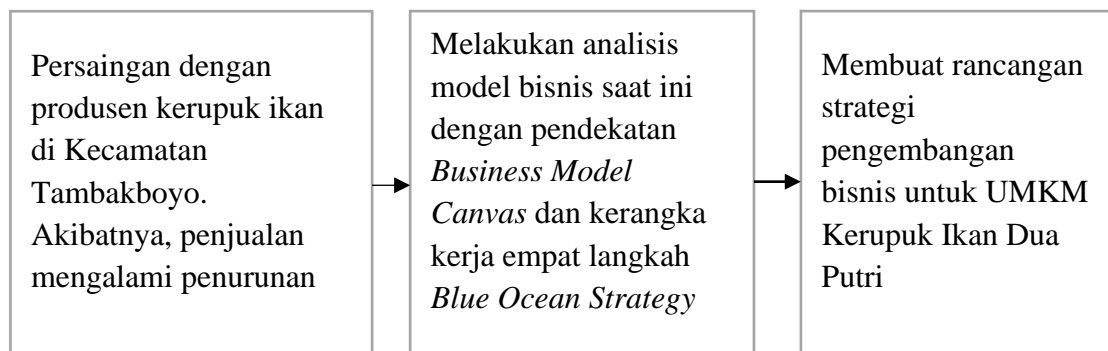
1.4 Tujuan Penelitian

1. Memberikan gambaran tentang keadaan bisnis saat ini dari UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Merancang strategi pengembangan bisnis untuk UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*.

1.5 Batasan Penelitian

Dalam pelaksanaan penelitian ini, dilakukan hanya sampai tahap pengajuan rekomendasi dan tidak mencakup tahap implementasi.

1.6 Kerangka Berpikir



Gambar 1.3 Kerangka Berpikir

1.7 Manfaat Penelitian

Berikut adalah manfaat yang didapatkan dari penelitian yang telah dilakukan:

1. Bagi UMKM Kerupuk Ikan Dua Putri

Penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai alat evaluasi bisnis dengan penerapan *Business Model Canvas* serta mengidentifikasi peluang strategis melalui pendekatan *Blue Ocean Strategy* yang relevan dengan dinamika industri kerupuk ikan.

2. Bagi Institut

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi landasan bagi Program Studi untuk menilai kesuksesan implementasi kurikulum yang ada, sekaligus membuka peluang untuk mengeksplorasi inovasi dengan menyatukan konsep *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*.

3. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini memberikan kesempatan untuk menerapkan pengetahuan yang telah diperoleh selama kuliah, terutama dalam menerapkan konsep *Business Model Canvas* dan *Blue Ocean Strategy* dalam menganalisis bisnis.