

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kecil dan menengah dibidang makanan di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Jumlah industri kecil dan menengah dibidang makanan tahun 2018 menurut kementerian perindustrian adalah 4.490.000 unit, yang mengalami peningkatan jika dibandingkan dengan tahun 2014 yang hanya 3.520.00 unit. Dengan meningkatnya pertumbuhan industri kecil dan menengah dibidang makanan, tentu akan menimbulkan daya saing yang tinggi diantara setiap perindustrian. Usaha kecil dan menengah dibidang makanan adalah usaha kegiatan perekonomian masyarakat yang memiliki skala kecil dan bisa memenuhi kriteria kekayaan bersih atau hasil pendapatan tahunan serta kepemilikan seperti yang sudah tercantum dalam UU RI No. 9 Tahun 1995.

Salah satu industri kecil dan menengah dibidang makanan yang berada di Kabupaten Lamongan memiliki prospek usaha yaitu jajanan khas lamongan wingko babat. Usaha jajanan khas Lamongan cukup menjanjikan untuk bisa membuka lapangan pekerjaan bagi masyarakat yang masih memegang budaya tradisional. Karena wingko babat merupakan jajanan khas Kabupaten Lamongan yang banyak digemari oleh kaum muda hingga tua. Keberlangsungan usaha wingko babat tidak hanya dilihat dari mutu produknya, melainkan juga harus mampu bersaing dengan usaha lain yang memiliki produk sejenis. UMKM Klapa Muda pernah memiliki legalitas atau izin dari pemerintah berupa Surat Izin Usaha Perorangan (SIUP) pada tahun 2011, Namun belum diperpanjang hingga batas waktu yang ditentukan. Selain itu, industri makanan juga memiliki perancangan strategi yang tepat untuk bisa mencapai pangsa pasar yang diinginkan untuk memasarkan produk yang diproduksi sehingga tidak berdampak kerugian.

Wingko adalah jajanan khas Kabupaten Lamongan, lebih tepatnya berasal dari Kecamatan Babat Kabupaten Lamongan. Karena berasal dari Kecamatan Babat jajanan ini terkenal dengan sebutan Wingko Babat. Perkembangan wingko sendiri bisa dikatakan cukup pesat karena tersebar di berbagai daerah, seperti semarang dan daerah yang ada di Kabupaten Lamongan sendiri. Sebagai jajanan

khas tradisional Kabupaten Lamongan keberadaan wingko sendiri harus tetap dikembangkan dan dijaga mutunya. Oleh karena itu di Kabupaten Lamongan UMKM yang memproduksi wingko sudah tidak sedikit lagi. Menurut data dari Dinas Koperasi dan UMKM Kabupaten Lamongan tahun 2019, jumlah UMKM yang memproduksi wingko adalah 66 dapat dilihat pada **Lampiran 1**.

Salah satu UMKM yang memproduksi wingko adalah UMKM Klapa Muda. UMKM Klapa Muda bisa dikatakan legenda karena sudah berdiri sejak tahun 1974 dan saat ini dipimpin oleh generasi kedua dari pendirinya. UMKM Klapa Muda pada tahun 2005 sampai dengan 2015 mampu memproduksi wingko kisaran 1000-1500 tas perhari. Namun, pada tahun 2016 sampai dengan 2019 UMKM Klapa Muda mengalami fluktuasi penjualan yang dapat dilihat pada **Lampiran 2**. Selain itu, dengan berkembangnya usaha jajanan khas saat ini terdapat beberapa permasalahan dari faktor internal ataupun faktor eksternal yang dihadapi oleh UMKM Klapa Muda seperti kesulitan untuk pengelolaan keuangan, investasi, pengolahan produk yang kurang inovatif serta persaingan usaha UMKM yang menyajikan jajanan khas yang sama. Oleh karena itu dibutuhkan strategi peningkatan keberlanjutan UMKM Klapa Muda.

Strategi peningkatan keberlanjutan UMKM Klapa Muda maka diperlukan pendekatan strategi bisnis yang tepat dan sesuai target. Saat ini banyak model bisnis yang menjadi konsep utama dalam persaingan pemasaran suatu produk. Salah satu contoh untuk mempertahankan dan meningkatkan daya saing adalah model bisnis kanvas atau lebih dikenal dengan *Business Model Canvas* (BMC). Menurut Osterwalder dan Pigneur (2017) menjelaskan ada sembilan bangunan dasar dalam *Business Model Canvas* yaitu segmen pelanggan (*customer segment*), proposisi nilai (*value proposition*), saluran (*channel*), hubungan pelanggan (*customer relationship*), arus pendapatan (*revenue streams*), sumber daya utama (*key resources*), aktivitas kunci (*key activities*), kemitraan utama (*key partnership*), dan struktur biaya (*cost structure*). Fungsi dari strategi *Business Model Canvas* yaitu untuk strategi peningkatan keberlanjutan industri untuk menjadi *value proposition* industri serta membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* industri dalam menciptakan *value proposition* dan mendapatkan *revenue streams*.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana strategi peningkatan keberlanjutan industri wingko di UMKM Klapa Muda Babat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengetahui strategi peningkatan keberlanjutan industri wingko di UMKM Klapa Muda Babat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).

1.4 Manfaat Penelitian

a. Bagi Peneliti

Menambah pengetahuan peneliti mengenai penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada industri wingko di UMKM Klapa Muda Babat.

b. Bagi Perusahaan

Penelitian ini dapat digunakan sebagai usulan strategi peningkatan keberlanjutan industri wingko di UMKM Klapa Muda Babat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) sehingga dapat mengevaluasi kinerja UMKM lebih baik.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini dapat menambah wawasan bacaan dan pengetahuan terkait penerapan *Business Model Canvas* (BMC) di suatu industri.