

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam perekonomian Indonesia. Ekonomi Indonesia tahun 2025 tumbuh sebesar 5,11% lebih tinggi dibandingkan capaian tahun 2024 yang sebesar 5,03 % (Badan Pusat Statistik, 2025). Oleh karena itu, pertumbuhan setiap tahun UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup cepat. Data BPS yang dirilis oleh Kementerian UMKM, (2025) menjelaskan bahwa UMKM saat ini mencapai 65,5 juta unit usaha dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,9% atau senilai Rp9.580 triliun. UMKM juga mampu menyerap 119 juta tenaga kerja atau sekitar 97% dari total tenaga kerja nasional (Kemenkumham & BKPM, 2025). Besarnya kontribusi tersebut menjadikan keberlangsungan dan daya saing UMKM termasuk pada subsektor pangan olahan rumahan menjadi hal yang penting untuk terus diperhatikan dan dikembangkan.

Di Kabupaten Bangkalan, usaha makanan dan minuman (*Food and Beverage*) menjadi salah satu bidang UMKM yang paling banyak diminati, salah satunya usaha olahan kerupuk yang banyak ditemukan di Kecamatan Socah. Salah satu pelaku usaha pada bidang ini adalah UMKM Mamak Kirana yang telah berdiri sejak tahun 2023 dan dikenal sebagai salah satu pusat oleh-oleh khas Bangkalan. Produk UMKM Mamak Kirana telah dipasarkan tidak hanya di Kabupaten Bangkalan, tetapi juga ke beberapa daerah di luar Pulau Madura. Salah satu keunggulan produk yang dimiliki adalah penggunaan proses produksi yang masih mempertahankan teknik tradisional, seperti pemilihan bahan baku segar serta tahapan pengolahan yang dilakukan secara manual. Proses tersebut menghasilkan cita rasa yang khas dan konsisten sehingga menjadi salah satu alasan konsumen melakukan pembelian ulang.

Dalam menjalankan dan mengembangkan usaha sebuah perusahaan perlu memperhatikan aspek strategi agar mampu bertahan dan terus berkembang sebagai dasar dalam menyusun perencanaan usaha secara menyeluruh (Hermawan et al., 2024). Namun demikian, tidak sedikit pelaku UMKM yang belum mampu menyelaraskan keunggulan produk yang dimiliki dengan tata kelola model bisnis yang terstruktur. Keterbatasan sumber daya manusia, minimnya diversifikasi sumber pendapatan, serta pengelolaan usaha yang masih bertumpu pada pengalaman dan

intuisi pemilik menjadi persoalan umum yang dihadapi oleh banyak UMKM termasuk yang bergerak di sektor produk pangan lokal. Permasalahan ini juga dialami oleh UMKM Mamak Kirana sehingga diperlukan kajian mendalam guna mengidentifikasi kondisi aktual dan merumuskan strategi pengembangan usaha yang tepat. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa permasalahan mendasar yang dihadapi oleh UMKM Mamak Kirana bukan sekadar tekanan persaingan dari pelaku usaha kerupuk sejenis, melainkan kesenjangan antara potensi produk yang dimiliki dan tata kelola model bisnis yang masih belum terencana secara strategis di hampir seluruh aspek usaha. Apabila kondisi ini tidak segera diperbaiki usaha yang dijalankan oleh UMKM Mamak Kirana berisiko sulit dipertahankan secara berkelanjutan, terlebih dengan semakin banyaknya pelaku usaha kerupuk sejenis yang mulai bermunculan di Kecamatan Socah

Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut diperlukan suatu pendekatan yang mampu memetakan kondisi bisnis Mamak Kirana secara menyeluruh sekaligus merumuskan strategi pengembangan yang sesuai dengan kondisi internal dan eksternal usaha. *Business Model Canvas* (BMC) dipilih sebagai alat analisis karena mampu menggambarkan sembilan elemen kunci dalam suatu model bisnis secara sistematis, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya (Sepriyadi et al., 2023). BMC dapat digunakan sebagai alat manajemen strategis yang fleksibel untuk mengembangkan maupun memvisualisasikan model bisnis yang sedang berjalan serta memiliki kelebihan dalam menguraikan model bisnis sehingga mampu merancang strategi pengembangan usaha yang lebih efektif dan berkelanjutan (Wardana & Sitania, 2023).

Oleh karena itu, penelitian ini perlu harus dilakukan terhadap UMKM Mamak Kirana mendesak untuk segera dilakukan. Permintaan produk yang telah menjangkau hingga keluar kota Bangkalan menunjukkan bahwa usaha ini dalam fase pertumbuhan yang cukup baik. Tetapi hal tersebut terjadi tanpa diimbangi kesiapan model bisnis secara terstruktur. Oleh karena itu, UMKM Mamak Kirana berisiko tidak mampu menjaga ketersediaan, kualitas, dan keberlanjutan produksi seiring meningkatnya permintaan, akibatnya peluang pertumbuhan usaha yang telah terbentuk secara alami tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Oleh karena itu, penelitian ini perlu

dilakukan saat usaha masih dalam tahap pertumbuhan, sehingga strategi yang dihasilkan dapat membantu mengantisipasi masalah dan mendukung perkembangan UMKM Mamak Kirana

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana model bisnis yang dijalankan oleh UMKM Mamak Kirana saat ini berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Apa saja strategi yang sesuai dengan UMKM Mamak Kirana berdasarkan analisis SWOT?
3. Bagaimana rekomendasi rancangan *Business Model Canvas* (BMC) UMKM Mamak Kirana?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model bisnis yang dijalankan oleh UMKM Mamak Kirana saat ini berdasarkan *pendekatan Business Model Canvas*
2. Untuk mengetahui strategi apa saja yang dapat diterapkan oleh UMKM Mamak Kirana berdasarkan analisis SWOT
3. Untuk memberikan rekomendasi rancangan *Business Model Canvas* (BMC) UMKM Mamak Kirana

1.4 Manfaat Penelitian

1. penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam memberikan rekomendasi strategi kepada pengelola UMKM Mamak Kirana untuk meningkatkan penjualan produk dan masukan mengenai model bisnis sehingga dapat menjadi informasi bagi pihak terkait dalam upaya meningkatkan dan mengembangkan bisnis
2. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai panduan untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan UMKM melalui *Business Model Canvas* (BMC)