

BAB 1

LATAR BELAKANG

1.1 Latar Belakang

Makanan dan minuman menjadi kebutuhan pokok manusia untuk dikonsumsi. Sayuran dan buah-buahan sangat dikenal memiliki banyak manfaat untuk menjaga kesehatan tubuh termasuk untuk meningkatkan sistem imunitas tubuh yang berfungsi sebagai pelindung tubuh yang dapat melindungi tubuh dari berbagai serangan penyakit, termasuk virus dan bakteri jahat. Selama pandemi kita dihimbau untuk tetap dirumah saja, mematuhi protokol kesehatan, menjaga jarak, menjaga kesehatan, menjaga imunitas tubuh agar tidak turun, dan melakukan pola hidup sehat. Melakukan pola hidup yang sehat dapat menjaga tubuh agar tetap sehat dengan makan dan minum yang sehat. Sedangkan selama dirumah kita tidak memiliki kegiatan dan aktivitas sehingga banyak orang yang mengabaikan pola hidup sehat dan menyebabkan mudah untuk terkena penyakit karena penyebaran virus dan bakteri yang dapat menginfeksi semua makhluk hidup. Cara untuk mencegah penularannya sangat diperlukan kesadaran diri untuk menjaga kesehatan tubuh dengan cara menjaga pola hidup sehat agar tetap sehat.

Industri makanan dan minuman nasional terbukti menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi di Indonesia. Asosiasi GAPPMI (Gabungan Pengusaha Makanan dan Minuman Seluruh Indonesia) tahun 2020 meskipun dalam kondisi seperti ini industri makanan dan minuman tetap tumbuh ditengah Pandemi. Industri makanan dan minuman ditengah situasi Pandemi masih tetap tumbuh positif 2,0% pada kuartal II tahun 2020. Dengan demikian, berbisnis di industri makanan masih memiliki peluang pertumbuhan yang baik untuk dikembangkan. Berbisnis di industri makanan juga termasuk sederhana atau mudah dijalankan oleh setiap orang yang memiliki keyakinan dan tidak ragu. Sehingga dengan menjalankan

bisnis di industri makanan memiliki peluang usaha yang menguntungkan dan lumayan menjanjikan bagi setiap orang yang menjalankannya.

Berbisnis makanan dan minuman memang lumayan menjanjikan. Meskipun ditengah situasi Pandemi namun industri makanan dan minuman tetap tumbuh sehingga berwirausaha di sektor makanan dan minuman memiliki peluang yang cukup bagus. Menurut Eddy Soeryanto Soegoto (2009) dalam Lestari (2013) “Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memberikan nilai tambah, manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya dapat berguna bagi orang lain”. Kewirausahaan merupakan suatu bentuk proses pengembangan usaha yang berkaitan dengan seorang wirausaha yang berani mengambil resiko dan tidak takut dalam menerima kegagalan. Suatu usaha dapat dikatakan berhasil apabila usaha tersebut mendapatkan profit atau laba meskipun tidak hanya profit saja yang dinilai sebagai aspek keberhasilan suatu usaha. Namun, profit merupakan unsur penting karena tujuan seseorang menjalankan usaha atau bisnis salah satunya yaitu ingin mendapatkan profit. Suatu perusahaan perlu mengatur strategi yang tepat agar perusahaannya dapat berkembang dan memperoleh profit.

Business Model Canvas (BMC) adalah sebuah manajemen strategi bisnis yang menggambarkan aktivitas bisnis kedalam sembilan elemen dan merupakan metode pendekatan yang efektif karena analisis yang digunakan mampu menjelaskan secara menyeluruh baik dari segi pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, sampai dengan nilai atau produk yang ditawarkan serta dapat digunakan untuk membantu menganalisis dan memecahkan permasalahan yang terdiri dari sembilan elemen yang saling berkaitan. Dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* maka, suatu perusahaan dapat mengatur strategi bisnis perusahaan, memiliki kerangka kerja dan model bisnis yang lebih maksimal dan perusahaan bisa menentukan arah bergerak bagi perusahaan serta mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada bisnis yang sedang dijalankannya. Cara kerja pada *Business Model*

Canvas (BMC) yaitu menganalisis setiap elemen-elemen yang terdiri dari sembilan elemen. Sembilan elemen pada *Business Model Canvas (BMC)* antara lain mencakup *customer segments, value proposition, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure.*

Sedangkan analisis *SWOT* merupakan suatu analisis untuk mengatur dan memaksimalkan strategi perusahaan. Analisis ini terdiri dari Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*). Analisis *SWOT* dapat digunakan untuk mengevaluasi keseluruhan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada suatu perusahaan. Sehingga analisis *SWOT* dapat membantu memberikan informasi bagaimana suatu perusahaan mempertahankan kekuatan yang dimiliki, memaksimalkan kelemahan, memanfaatkan setiap peluang dan mengatasi rintangan atau ancaman dari luar perusahaan. Proses yang dapat dilakukan untuk analisis *SWOT* yaitu dengan analisis setiap faktor-faktor internal yang dimiliki perusahaan seperti kelemahan dan kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan dan analisis faktor-faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yang dimiliki oleh suatu perusahaan. Dengan demikian, dapat diketahui kelebihan apa yang dapat terus dipertahankan oleh perusahaan dan kelemahan apa yang harus di kembangkan serta peluang apa saja yang masih dapat dimanfaatkan perusahaan dan ancaman-acaman apa saja yang dapat mengancam perusahaan sehingga perusahaan dapat meminimalkan dan mencehan adanya ancaman yang dapat menghancurkan perusahaan. Oleh sebab itu, menggunakan analisis *SWOT* dapat membantu perusahaan *MoodBooster* dalam menganalisis adanya kekuatan dan kelemahan yang dimiliki serta memanfaatkan peluang yang masih dapat dimanfaatkan serta dapat meminimalkan adanya ancaman-ancaman dari luar perusahaan.

MoodBooster merupakan suatu usaha rumahan yang didirikan sejak awal November tahun 2020 pada saat Pandemi *Covid19*. Usaha ini didirikan dengan tujuan agar dapat memberikan manfaat kesehatan kepada setiap

pelanggannya. Dengan demikian perusahaan *MoodBooster* memiliki visi dan misi yang jelas untuk berkembang kedepannya.

Visi :

Minuman yang dapat memberikan manfaat kesehatan yang diperoleh pada setiap variannya.

Misi :

1. Membuat produk minuman tanpa kandungan air, bahan pengawet dan pemanis buatan.
2. Mengkombinasikan sayur dan buah-buahan menjadi minuman praktis dan memberikan banyak manfaat kesehatan.

Perusahaan *MoodBooster* merupakan suatu usaha bisnis produk minuman *cold pressed juice*. *Cold pressed juice* menggunakan teknologi *High Pressure* (HPP) yang membuat jus lebih aman untuk dikonsumsi tanpa proses pemanasan yang tetap mampu mempertahankan cita rasa, nutrisi dan tekstur produk. *Cold pressed juice* terbuat dari sayuran dan buah-buahan yang dikombinasikan bersama sehingga berbeda dengan minuman *juice* pada umumnya. Pada pembuatan *juice* konvensional kebanyakan terdapat penambahan air dan gula dengan bantuan alat *blender* sedangkan untuk jenis pembuatan minuman *cold pressed juice* dibuat menggunakan alat *juicer* sehingga jenis minuman ini tidak ada campuran air dan gula jadi diperoleh langsung dari kandungan sayuran dan buah-buahan sehingga rasanya asli dari sayuran dan buah-buahan sehingga tidak perlu menambahkan air dan gula. Oleh karena itu *cold pressed juice* tidak mengandung pemanis buatan dan pengawet buatan sehingga aman serta dapat memberikan banyak manfaat bagi kesehatan tubuh.

Perusahaan *MoodBooster* mengadirkan suatu produk minuman dengan nama *MoodBooster* yang merupakan produk minuman *cold pressed juice* dan telah ada selama Pandemi *Covid19* terjadi, mengingat dimana dalam masa Pandemi *Covid19* setiap orang harus menjaga kesehatan, menjaga imunitas tubuh dan melakukan pola hidup sehat sehingga dengan mengonsumsi minuman sehat seperti *MoodBooster* dapat membantu setiap orang memiliki

tubuh yang sehat karena minuman *MoodBooster* memberikan banyak manfaat untuk menjaga kesehatan tubuh. Produk *MoodBooster* memiliki pesaing seperti Re.juve dan Sedarijuicedairy yang sama-sama menjual produk *cold pressed juice* namun produk *MoodBooster* tentunya memiliki komposisi yang berbeda serta setiap varian rasa yang ditawarkan dari produk *MoodBooster* memiliki kandungan manfaat kesehatan yang berguna bagi kesehatan tubuh karena terbuat dari sayuran dan buah-buahan asli tanpa bahan pemanis dan bahan pengawet.

MoodBooster merupakan minuman sehat *cold pressed juice* yang terbuat dari sayuran dan buah-buahan asli tanpa bahan pemanis dan bahan pengawet. *MoodBooster* dipasarkan dan dapat dikonsumsi oleh semua orang dan juga dapat dikonsumsi setiap orang yang membutuhkan minuman kesehatan untuk menjaga kesehatan tubuhnya. Namun, kenyataannya usaha *MoodBooster* merupakan bisnis baru dan produknya kurang diminati banyak orang dan belum dikenal secara luas sehingga konsumennya masih sedikit karena penjualannya hanya dipasarkan melalui media online. Sejauh ini strategi yang dilakukan oleh perusahaan *MoodBooster* dalam memasarkan produknya yaitu memanfaatkan adanya media sosial seperti *instagram* dan *WhatsApps* dan sistem penjualannya masih *pre-orders* sehingga penjualannya belum maksimal karena belum mencapai target penjualan setiap minggunya. Berikut merupakan laporan penjualan *MoodBooster* :

Tabel 1.1

**Data Penjualan Produk Minuman *MoodBooster*
Periode Bulan November-Desember 2020**

Varian	Jumlah Penjualan Bulan November				Jumlah Penjualan Bulan Desember			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Orange Crush	5	7	4	5	4	6	4	6
Dragon Fire	10	6	6	6	4	8	6	12
Green Day	7	3	0	0	2	1	0	4
Jumlah	22	16	10	11	10	15	10	22

Sumber : Data Sekunder, 2020

Berdasarkan data penjualan diatas, merupakan data hasil penjualan produk *MoodBooster* periode bulan November dan Desember 2020. Bisnis yang dijalankan melalui penjualan setiap minggunya masih sangat sedikit dan masih jauh untuk mencapai keberhasilan usaha. Berbisnis makanan dan minuman di Indonesia sangat menjanjikan. Namun kenyataannya, usaha penjualan produk minuman *MoodBooster* tidak meningkat setiap minggunya dan masih naik turun sehingga usaha bisnis yang dijalankan belum berhasil karena kurang berkembang baik dipasaran.

Berdasarkan permasalahan yang dialami, peneliti memilih usaha *MoodBooster* karena ingin membantu mengembangkan usaha *MoodBooster* karena usaha bisnis *MoodBooster* belum berkembang dengan baik. Oleh karena itu, diperlukan strategi bisnis yang tepat untuk menjadikan usaha bisnis *MoodBooster* lebih baik dengan pendekatan model bisnis yang tepat yang dapat di terapkan pada usaha bisnis *MoodBooster*. Salah satu metode untuk membuat strategi model bisnis nya adalah dengan menggunakan

Business Model Canvas (BMC) dan analisis *SWOT*. Usaha bisnis *MoodBooster* membutuhkan *Business Model Canvas (BMC)* karena usaha bisnis *MoodBooster* belum berkembang baik sehingga membutuhkan *Business Model Canvas (BMC)* dan analisis *SWOT* yang dapat digunakan untuk membantu menganalisis dan memecahkan permasalahan yang terdiri dari sembilan elemen yang saling berkaitan. Oleh karena itu, *Business Model Canvas (BMC)* dapat digunakan sebagai salah satu cara metode pendekatan yang efektif dengan menggabungkan kekuatan (*Strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam analisis *SWOT* dengan *Business Model Canvas*.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan memecahkan permasalahan yang dialami yang nantinya dapat di implementasikan sebagai salah satu upaya untuk pengembangan bisnis pada usaha *MoodBooster* sehingga usaha *MoodBooster* dapat berkembang lebih baik sesuai dengan strategi yang tepat. Berdasarkan uraian diatas sangat penting untuk dilakukan kajian lebih jauh, sehingga perlu dilakukan penelitian dengan judul :“ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* SEBAGAI PENGEMBANGAN USAHA PADA *MOODBOOSTER SEMARANG*”, sebagai judul penelitian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Soegijapranata.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, rumusan masalah utama dalam penelitian ini adalah bagaimana pengembangan usaha yang dilakukan perusahaan *MoodBooster* dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dan analisis *SWOT*?

1.3 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah disampaikan, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan usaha pada

perusahaan *MoodBooster* dengan menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dan analisis *SWOT*.

1.4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada berbagai pihak antara lain dapat memberikan manfaat :

1. Bagi Perusahaan

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dengan metode *Business Model Canvas (BMC)* dapat bermanfaat untuk pengembangan perusahaan sehingga usaha dapat berkembang lebih baik dan penjualan produk dapat terus meningkat.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengalaman, pengetahuan, dan wawasan mengenai metode *Business Model Canvas (BMC)* dan dapat digunakan sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan permasalahan yang sama.

3. Bagi Pihak Lain

Dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk mengembangkan penalaran, pola pikir dan dapat memberikan sumbangan pemikiran serta tambahan ilmu dan pengetahuan tentang pengembangan bisnis dengan menggunakan metode *Business Model Canvas (BMC)*.