

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Pada laporan *Global Economic Prospects* yang diterbitkan oleh Bank Dunia pada Januari 2024, dilaporkan bahwa aktivitas ekonomi global terus mengalami pelemahan. Hal ini disebabkan oleh kebijakan moneter yang ketat, kondisi keuangan yang sulit, serta lemahnya pertumbuhan perdagangan internasional. PDB global diperkirakan akan mencapai 2,4% pada akhir 2024 dan sedikit meningkat menjadi 2,5% pada 2025.

Selain itu, inflasi global diproyeksikan akan terus menurun dalam periode ini, dengan angka inflasi umum diperkirakan turun menjadi 3,7% pada 2024 dan 3,4% pada 2025. Penurunan ini didukung oleh melemahnya pertumbuhan permintaan global serta harga komoditas yang sedikit lebih rendah. Laporan *OECD Economic Outlook* pada November 2023, disebutkan bahwa perekonomian global masih menghadapi tantangan berupa inflasi dan prospek pertumbuhan yang rendah. Meskipun pertumbuhan PDB lebih kuat dari yang diperkirakan pada 2023, laju ini melambat akibat kondisi keuangan yang semakin ketat, lemahnya pertumbuhan perdagangan global, serta rendahnya kepercayaan di kalangan dunia usaha dan konsumen (Soehandoko, 2024).

Tabel 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2018-2024

Tahun	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Jumlah UMKM (Juta)	64,19	65,47	64	65,46	65	66	65
Pertumbuhan (%)		1,98%	-2,24%	2,28%	-0,70%	1,52%	1,52%

Sumber: *Kadin.co.id* 2025

Pada Tabel 1.1 menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada tahun 2024 mencapai sekitar 65 juta. UMKM memiliki peranan yang signifikan dalam perekonomian Indonesia. UMKM berkontribusi sangat pesat terhadap pertumbuhan perekonomian di Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja, pengembangan industri dan peningkatan pendapatan masyarakat. Meningkatnya peran UMKM maka akan terjadi pula peningkatan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan (Arif, 2023).

Berdasarkan data statistik UMKM, pada tahun 2024, provinsi Jawa Barat tercatat sebagai daerah dengan jumlah UMKM terbanyak di Indonesia, menurut data

yang dirilis oleh Statistik Data UMKM Nasional. Data ini menggarisbawahi peran penting provinsi tersebut sebagai pusat utama kegiatan ekonomi dan kewirausahaan di Indonesia, yang memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional. Jawa Barat, sebagai provinsi dengan populasi terbesar, memiliki jumlah UMKM yang sangat tinggi, terutama di sektor perdagangan, industri kreatif, dan manufaktur. Provinsi ini dikenal sebagai salah satu pusat industri utama di Indonesia, dengan banyak pelaku UMKM yang terlibat dalam berbagai jenis usaha.



Gambar 1.1 Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2024

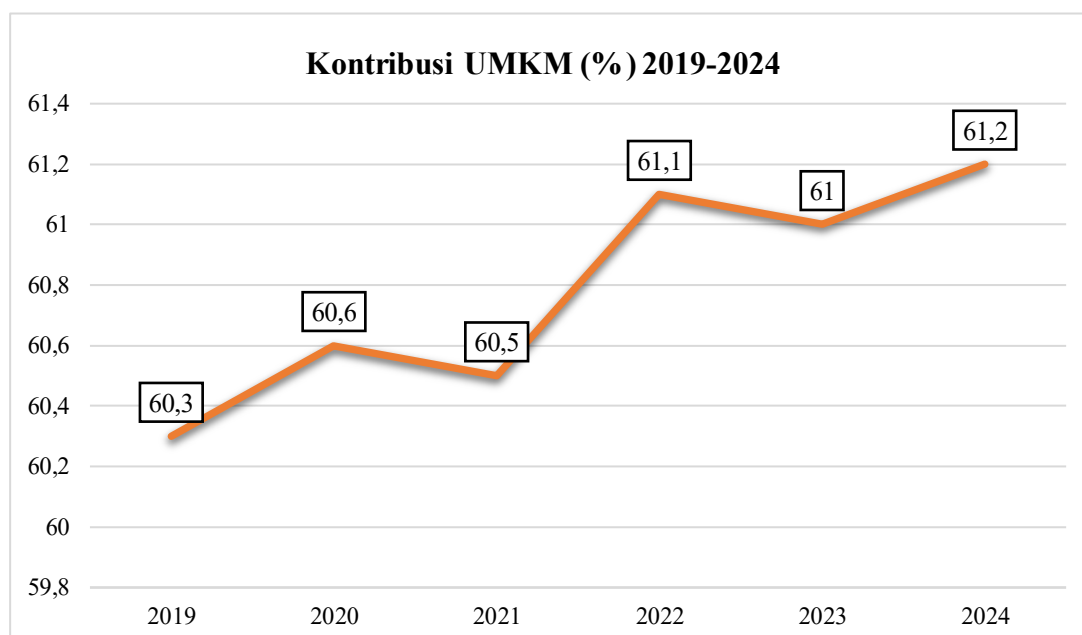
Sumber: Statistik Data UMKM Nasional 2025

Kontribusi besar ini memperlihatkan bahwa UMKM adalah tulang punggung perekonomian nasional. Bahkan, di tengah kondisi ekonomi global yang penuh ketidakpastian akibat pandemi, inflasi, maupun tantangan geopolitik, UMKM terbukti mampu menjadi penopang daya tahan ekonomi Indonesia. Terlihat pada Gambar 1.2 data dari Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan bahwa sejak tahun 2019 hingga 2024, kontribusi UMKM terhadap PDB tetap konsisten di kisaran 60-61%, menegaskan ketahanan sektor ini dalam menghadapi berbagai krisis.

Hal ini menegaskan bahwa UMKM tetap menjadi penopang utama perekonomian nasional, bahkan ketika menghadapi dinamika global seperti pandemi *COVID-19* maupun tekanan inflasi. Stabilitas kontribusi ini membuktikan daya tahan UMKM dalam menjaga aktivitas ekonomi nasional (Nasila et al., 2024).

Namun, di balik potensi besar tersebut, UMKM juga menghadapi beragam tantangan. Nasila et al., (2024) menekankan bahwa keterbatasan akses permodalan, manajemen usaha yang sederhana, rendahnya kemampuan inovasi, keterbatasan literasi digital, serta persaingan yang semakin ketat menjadi hambatan utama

perkembangan UMKM. Saragih et al., (2024) juga menyatakan bahwa rendahnya kemampuan adaptasi UMKM terhadap perubahan teknologi membuat sebagian usaha tidak mampu mengikuti dinamika pasar.



Gambar 1.2 Kontribusi UMKM terhadap PDB Tahun 2019-2024

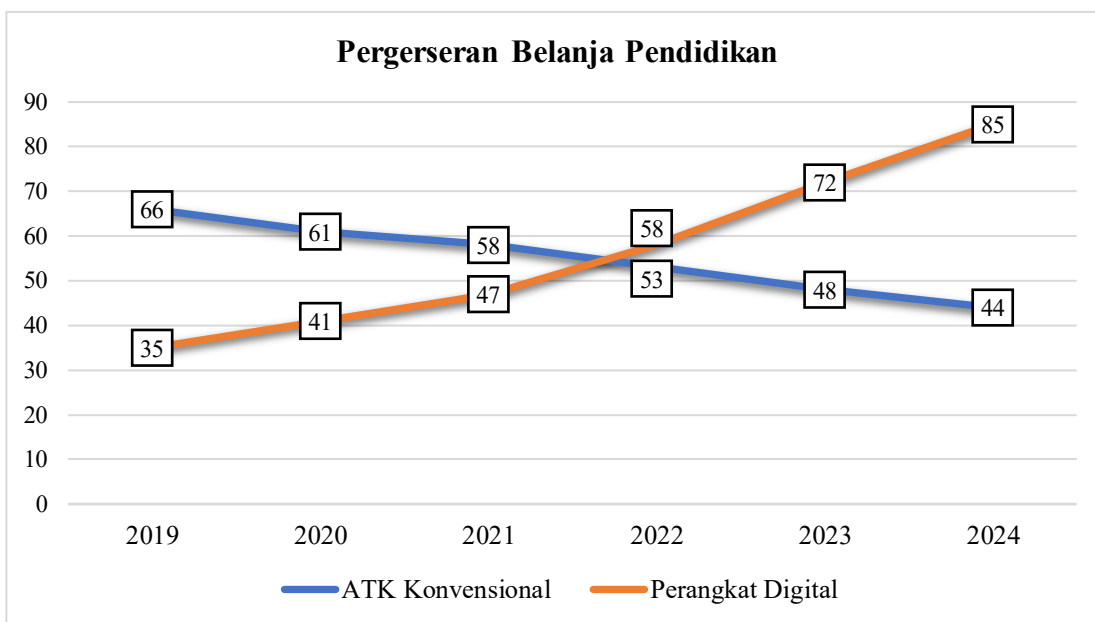
Sumber: BPS 2025

Salah satu sektor UMKM yang berdampak langsung adalah sektor ritel alat tulis kantor (ATK). Pada masa lalu, alat tulis konvensional seperti buku, pulpen, pensil, penggaris, dan kertas merupakan kebutuhan pokok bagi siswa, mahasiswa, serta instansi perkantoran. Namun, dalam beberapa tahun terakhir, kebutuhan tersebut mengalami penurunan seiring dengan meningkatnya penggunaan perangkat digital dalam dunia pendidikan dan perkantoran (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Berdasarkan data pada Gambar 1.3 memperlihatkan adanya pergeseran pola belanja masyarakat dalam sektor pendidikan. Belanja untuk alat tulis konvensional mengalami penurunan tajam dari indeks 66 pada 2019 menjadi 44 pada 2024, sedangkan belanja untuk perangkat digital meningkat signifikan dari indeks 35 menjadi 85 pada periode yang sama. Pergeseran ini menunjukkan adanya transformasi preferensi konsumen, di mana perangkat digital semakin menggantikan peran alat tulis tradisional dalam kegiatan belajar dan bekerja (Fadhillah & Yuniarti, 2023).

Pergeseran ini memberikan implikasi nyata bagi keberlangsungan toko-toko alat tulis konvensional di berbagai daerah, termasuk di Kota Bogor. Salah satunya adalah Toko Alat Tulis Salsa & Alya, sebuah UMKM yang menyediakan berbagai kebutuhan alat tulis dan perlengkapan sekolah. Toko ini memiliki beberapa keunggulan, antara lain lokasi yang strategis dekat dengan kawasan pendidikan,

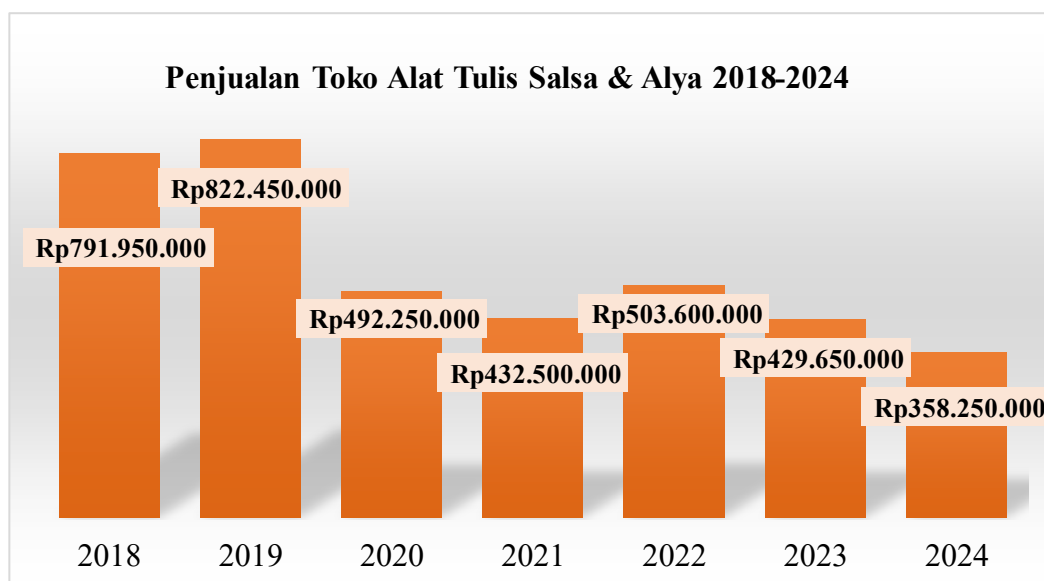
harga yang terjangkau, serta variasi produk yang cukup beragam. Namun, dalam lima tahun terakhir, Toko Alat Tulis Salsa & Alya menghadapi tantangan serius berupa penurunan penjualan yang signifikan.



Gambar 1.3 Pergeseran Pola Belanja Masyarakat di Bidang Pendidikan 2019-2024

Sumber: BPS 2025

Berdasarkan data internal yang terlihat pada Gambar 1.4, penjualan Toko Alat Tulis Salsa & Alya mengalami penurunan hingga 52,94% dalam lima tahun terakhir, yang menunjukkan bahwa adanya tren penurunan permintaan terhadap produk alat tulis konvensional.



Gambar 1.4 Penjualan Toko Alat Tulis Salsa & Alya 2018-2024

Sumber: Toko Alat Tulis Salsa & Alya, 2025

Selain penurunan permintaan, Toko Alat Tulis Salsa & Alya juga menghadapi ketatnya persaingan dengan toko-toko sejenis di sekitar lokasi yang menawarkan produk dan layanan serupa. Lebih jauh lagi, keberadaan *platform e-commerce* turut memperkuat ancaman kompetitif karena konsumen dapat dengan mudah membandingkan harga dan melakukan pembelian secara *online* dengan fasilitas pengiriman cepat.

Tabel 1.2 Tabel Pesaing Toko Alat Tulis Salsa & Alya

No.	Nama	Skala Usaha	Jarak dari Toko
1.	Fotocopy Sampinang	Kecil	20 m
2.	Fotocopy Jekita	Kecil	110 m
3.	Fotocopy Triple F	Kecil	300 m
4.	Fotocopy Aaxon	Kecil	1000 m
5.	Idol Mart Taman Cimanggu	Menengah	1000 m
6.	Toko Salemba	Atas	2200 m
7.	Toko Buku 88 Toserba	Atas	2300 m

Sumber: Peneliti, 2024

Berdasarkan data pada Tabel 1.2, dapat dilihat bahwa persaingan tidak hanya berasal dari Toko dengan skala yang lebih besar, tetapi juga dari usaha kecil yang memiliki lokasi strategis. Selain itu, kesulitan dan hambatan yang sering dihadapi oleh UMKM dalam menjalankan bisnisnya adalah kendala dalam mengelola keuangan bisnis, manajemen sistem, manajemen produksi yang tepat, dan kesulitan dalam pemasaran (Andria et al., 2023).

Sebagai salah satu UMKM yang menghadapi tantangan saat ini, Toko Alat Tulis Salsa & Alya perlu segera beradaptasi agar tetap relevan di pasar yang terus berkembang. Penurunan penjualan yang signifikan, persaingan yang semakin ketat, serta perubahan perilaku konsumen menjadi masalah utama yang harus diatasi.

Melalui penggunaan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT, diharapkan Toko ini dapat merumuskan strategi pengembangan bisnis yang terintegrasi dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan. Strategi ini tidak hanya akan membantu Toko bertahan di tengah kompetisi, tetapi juga membuka peluang baru untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di masa depan.

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, maka penelitian ini mengambil judul “Strategi Pengembangan Bisnis menggunakan Metode *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT pada Toko Alat Tulis Salsa & Alya”.

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

1. Terjadinya penurunan penjualan mencapai 52% pada Toko Alat Tulis Salsa & Alya dalam 5 tahun terakhir.
2. Persaingan usaha semakin ketat, baik dengan Toko sejenis di sekitar Lokasi maupun dengan *platform e-commerce* yang menawarkan kemudahan dan variasi produk lebih luas.
3. Toko belum memaksimalkan pemanfaatan saluran digital seperti media sosial atau *Whatsapp* untuk efisiensi belanja konsumen maupun menarik pelanggan baru.

1.2.2 Perumusan Masalah

1. Bagaimana perancangan pengembangan bisnis Toko Alat Tulis Salsa & Alya dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana analisis pengembangan bisnis Toko Alat Tulis Salsa & Alya dengan menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana analisis alternatif-alternatif strategi pengembangan bisnis berdasarkan metode *Business Model Canvas* dan analisis SWOT pada Toko Alat Tulis Salsa & Alya?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi terkait penerapan metode *Business Model Canvas* dan analisis SWOT, dalam strategi pengembangan bisnis pada Toko Alat Tulis Salsa & Alya.

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk merancang pengembangan bisnis Toko Alat Tulis Salsa & Alya dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*.
2. Untuk menganalisis pengembangan bisnis Toko Alat Tulis Salsa & Alya dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Untuk menganalisis alternatif-alternatif strategi pengembangan bisnis berdasarkan metode *Business Model Canvas* dan analisis SWOT pada Toko Alat Tulis Salsa & Alya

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Praktik

Hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan baru terhadap Toko Alat Tulis Salsa & Alya terhadap metode BMC dan analisis SWOT yang dapat memberikan solusi terhadap pengembangan usaha.

1.4.2 Kegunaan Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan mampu dapat menjadi sebuah manfaat bagi pembaca sebagai penerapan teori-teori yang didapatkan oleh peneliti, dan memberikan manfaat bagi penulis lain yang mengkaji tentang model bisnis ini yang dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian yang relevan dengan penelitian ini.