

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Seiring perkembangan zaman, ekonomi kreatif kini semakin banyak diminati diiringi dengan perkembangan informasi dan teknologi. Ekonomi kreatif menjadi denyut nadi perekonomian yang memiliki hubungan erat di bidang budaya kewirausahaan yang diprediksi akan menjadi trend ekonomi dunia termasuk Indonesia. Menyadari bahwa industri kreatif merupakan sumber ekonomi baru yang wajib dikembangkan lebih lanjut di dalam perekonomian nasional. (Septiyana dkk, 2020).

Sektor industri memiliki peran yang cukup besar dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Indonesia karena kemampuannya dalam menciptakan nilai tambah yang tinggi. Industri juga dapat membuka peluang untuk menciptakan dan memperluas lapangan pekerjaan sekaligus mengurangi angka pengangguran, yang berarti meningkatkan kesejahteraan serta mengurangi kemiskinan (Yuliatwati, 2017). Industri kecil dan mikro tumbuh subur di Indonesia, ketika krisis moneter meluas menjadi krisis multi-dimensi yang menimpa Indonesia sejak tahun 1997. Krisis ini ternyata memotivasi pertumbuhan sektor industri kecil yang semakin hari semakin menyerap tenaga kerja dan semakin memperkuat inovasi inovasi pengembangan industri kecil (Sa'diyah dkk, 2017).

Industri kecil merupakan bagian integral dari dunia industri nasional yang mempunyai kedudukan, potensi dan peranan yang sangat strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Mengingat peranannya dalam pembangunan, industri kecil harus terus dikembangkan dengan semangat kekeluargaan, saling isi mengisi, saling memperkuat antara industri kecil dan besar dalam rangka pemerataan serta mewujudkan kemakmuran yang sebesar- besarnya bagi seluruh rakyat Indonesia. Pengembangan industri kecil adalah cara yang dinilai besar peranannya dalam pengembangan industri manufaktur. Pengembangan industri berskala kecil akan membantu mengatasi masalah pengangguran, mengingat teknologi yang digunakan adalah teknologi padat

karya, sehingga dengan demikian selain dapat memperbesar lapangan kerja dan kesempatan usaha (Sa'diyah dkk, 2017). Berdasarkan data yang disajikan oleh Badan Pusat Statistik Indonesia (BPS, 2020) berikut adalah jumlah data industri kecil pada 34 provinsi di Indonesia.

**Tabel 1.1** Jumlah Perusahaan Industri Kecil Di Indonesia Tahun 2020

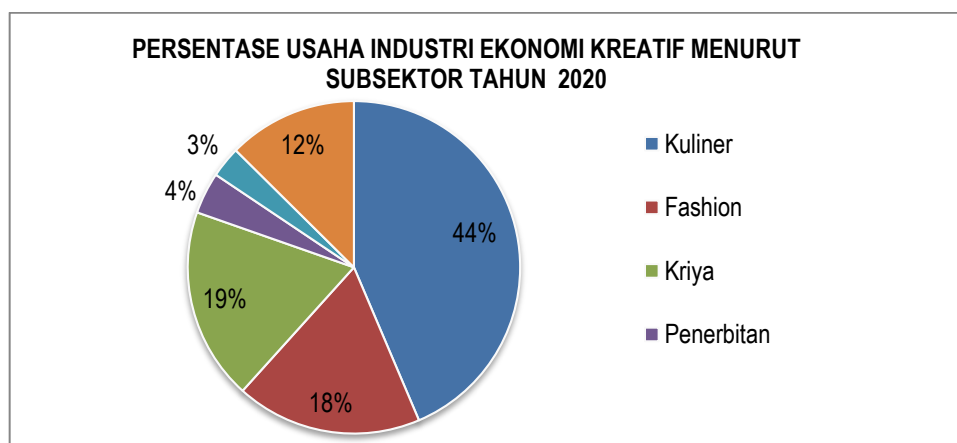
No	Provinsi	Industri Kecil (Unit)	Range
1	Aceh	2572	15
2	Sumatera Utara	6668	7
3	Sumatera Barat	3313	12
4	Riau	1952	17
5	Jambi	831	25
6	Sumatera Selatan	2165	16
7	Bengkulu	514	27
8	Lampung	4074	10
9	Kep. Bangka Belitung	482	28
10	Kep. Riau	297	30
11	Dki Jakarta	12933	4
12	Jawa Barat	41023	3
13	Jawa Tengah	66510	2
14	Di Yogyakarta	4367	9
15	Jawa Timur	108232	1
16	Banten	6968	6
17	Bali	3894	11
18	Nusa Tenggara Barat	11749	5
19	Nusa Tenggara Timur	1003	22
20	Kalimantan Barat	962	24
21	Kalimantan Tengah	1499	18
22	Kalimantan Selatan	2835	14
23	Kalimantan Timur	1094	21
24	Kalimantan Utara	192	34
25	Sulawesi Utara	1384	19
26	Sulawesi Tengah	3024	13
27	Sulawesi Selatan	5392	8
28	Sulawesi Tenggara	968	23
29	Gorontalo	1363	20
30	Sulawesi Barat	671	26
31	Maluku	311	29
32	Maluku Utara	294	31

No	Provinsi	Industri Kecil (Unit)	Range
33	Papua Barat	281	33
34	Papua	282	32

Sumber: *www.bps.go.id*, dan diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel 1.1, terdapat 3 Provinsi dengan Jumlah Industri Kecil terbesar di Indonesia, yang pertama Jawa Timur 108.232 unit, kedua Jawa Tengah 66.510 unit, dan ketiga Jawa Barat 41.023 unit. Dari 3 Provinsi tadi, khususnya Provinsi Jawa Barat memiliki potensi dan sumber daya ekonomi kreatif yang melimpah (Ginting, 2017).

Hal tersebut didukung juga oleh data yang didapat dari Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). Bahwa berdasarkan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif (2020), dalam ekonomi kreatif indonesia terdapat 16 subsektor industri Ekonomi Kreatif yang terdiri dari subsektor Arsitektur, Desain Interior, Desain Komunikasi Visual, Desain Produk, Fotografi, Kriya, Kuliner, Musik, *Fashion*, Aplikasi Dan *Game Developer*, Penerbitan, Periklanan, Televisi dan Radio, Seni Pertunjukan, Seni Rupa Serta Film, Animasi, Dan Video. Terdapat 5 subsektor terbesar pada usaha industri ekonomi kreatif Tahun 2020, berikut persentasenya:



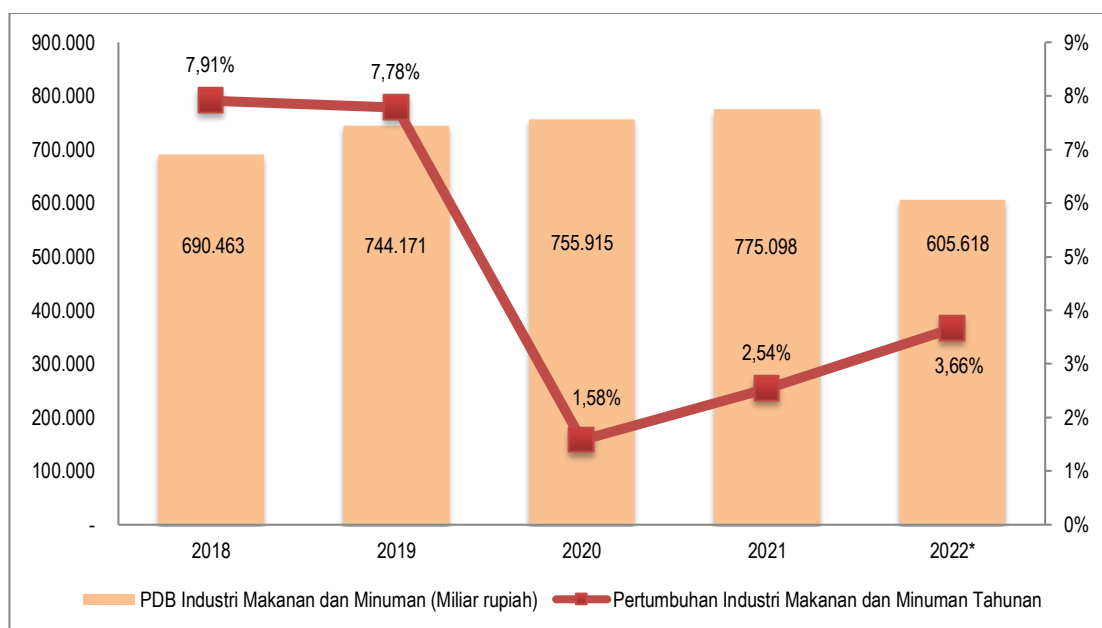
**Gambar 1. 1** Persentase Usaha Industri Ekonomi Kreatif Menurut Subsektor, 2020

Sumber: Kemenparekraf (2022)

Berdasarkan gambar 1.1, hasil pengolahan data dari Kemenparekraf 2020, dapat disimpulkan bahwa industri ekonomi kreatif persentase usaha terbanyak pada Subsektor Kuliner 43,60%, urutan kedua adalah Subsektor Kriya 18,68%,

kemudian urutan ketiga Subsektor *Fashion* 18,08%, selanjutnya Subsektor Penerbitan 4,04% dan kelima Penyelenggaraan Kegiatan Hiburan dan Rekreasi 3,02%. Salah satu sektor industri yang berperan cukup besar dalam pembangunan ekonomi di Indonesia adalah industri manufaktur. Indonesia memiliki potensi pasar yang besar untuk berbagai produk termasuk makanan dan minuman (Yuliawati,2017).

Hal ini juga di kuatkan oleh pernyataan dari kementerian perindustrian menyebut industri makanan dan minuman menunjukkan ketahanannya meski dalam masa pandemi Covid-19. Industri makanan dan minuman (mamin) merupakan salah satu mesin pertumbuhan sektor manufaktur dan perekonomian nasional. Kekuatan industri mamin di Indonesia didukung oleh sumber daya alam yang melimpah dan permintaan dalam negeri yang terus meningkat. (Kemenperin, 2022)



**Gambar 1.2** Pertumbuhan Industri Makanan Dan Minuman Pada Tahun 2019-2022

Sumber: [www.dataindustrireseach.com](http://www.dataindustrireseach.com), diolah oleh penulis (2022)

Berdasarkan gambar 1.2 informasi dari lembaga Riset Data Industri (2022), industri minuman dan makanan Indonesia setelah terdampak pandemi di tahun 2020 hingga tahun 2022, PDB (Produk Domestik Bruto) mengalami pertumbuhan positif pada tahun 2021 PDB naik sebesar 2,54% dan pada tahun 2022 naik menjadi

Iis Nurdanilah, 2023

**PENGUATAN DAN PENGEMBANGAN MODEL BISNIS SILEGAR DENGAN PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](http://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](http://perpustakaan.upi.edu)

3,66%. Hal ini menunjukkan bahwa industri minuman dan makanan memiliki ketahanan yang baik. Melalui Pemberdayaan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) berpotensi sangat besar dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan menggerakkan kegiatan ekonomi bangsa. Peran UMKM dalam hal penyerapan tenaga kerja diharapkan dapat menjadi upaya menggerakkan sektor produksi pada berbagai lapangan usaha di daerah (Jufriyanto dkk, 2022).

Peran UMKM dalam perekonomian suatu negara sangatlah penting. UMKM melambangkan kekuatan pembangunan ekonomi. Pentingnya UMKM sebagian besar berkaitan dengan sebutan mereka sebagai tulang punggung ekonomi pembangunan. Bila dibandingkan dengan perusahaan besar, UMKM memungkinkan perusahaan untuk lebih mudah beradaptasi terhadap perubahan lingkungannya. Oleh karena itu, keberadaan UMKM, menjadi penting sebagai penggerak kewirausahaan dan pembangunan ekonomi (Kojo dkk, 2018)

**Tabel 1. 2** Jumlah UMKM Berdasarkan Kabupaten Kota Di Provinsi Jawa Barat Tahun 2021

No	Nama Kabupaten Kota	Jumlah UMKM (Unit)	Ran ge
1	Kabupaten Bogor	24585	1
2	Kabupaten Sukabumi	17633	4
3	Kabupaten Cianjur	16441	7
4	Kabupaten Bandung	23158	2
5	Kabupaten Garut	16987	5
6	Kabupaten Tasikmalaya	12328	12
7	Kabupaten Ciamis	9159	17
8	Kabupaten Kuningan	6220	19
9	Kabupaten Cirebon	16559	6
10	Kabupaten Majalengka	10281	15
11	Kabupaten Sumedang	7617	18
12	Kabupaten Indramayu	12523	11
13	Kabupaten Subang	11129	13
14	Kabupaten Purwakarta	5719	21
15	Kabupaten Karawang	15313	8
16	Kabupaten Bekasi	15145	9
17	Kabupaten Bandung Barat	10245	16
18	Kabupaten Pangandaran	3952	23
19	Kota Bogor	5664	22

No	Nama Kabupaten Kota	Jumlah UMKM (Unit)	Ran ge
20	Kota Sukabumi	2621	26
21	Kota Bandung	22546	3
22	Kota Cirebon	2637	25
23	Kota Bekasi	13311	10
24	Kota Depok	10645	14
25	Kota Cimahi	3731	24
26	Kota Tasikmalaya	5973	20
27	Kota Banjar	1698	27

Sumber: *opendata.jabarprov.go.id*, dan diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel 1.2 data dari situs Open Data Jabar (2021), situs *website* resmi pemerintah Jawa Barat. Bahwa dinyatakan ada 5 Kabupaten Kota di Jawa Barat dengan jumlah UMKM terbanyak di Jawa Barat, yang pertama Kabupaten Bogor 24.585, kedua Kabupaten Bandung 23.158, ketiga Kota Bandung 22.546, keempat Kabupaten Sukabumi 17.633, dan kelima Kabupaten Garut 16.987 unit Usaha Mikro Kecil dan Menengah. Dari 5 Kabupaten kota dengan jumlah UMKM tertinggi, kabupaten garut merupakan daerah yang menarik untuk dilakukan penelitian.

Selain jumlah UMKM yang cukup tinggi, Kabupaten Garut merupakan salah satu daerah penghasil sayuran dan buah-buahan di Jawa Barat. Sektor pertanian berperan penting dalam kehidupan sosial ekonomi masyarakat di Kabupaten Garut, dimana pertanian masih merupakan sumber lapangan kerja bagi penduduknya. Salah satu sektor pertanian yang cukup terkenal di Kabupaten Garut adalah pertanian Jeruk Garut. Jeruk merupakan salah satu komoditas hortikultura yang dikembangkan di Kabupaten Garut karena iklimnya yang sesuai untuk perkembangan dan pertumbuhan jeruk (Wulandari, E., dkk, 2021). Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang pada Dinas pertanian Kabupaten Garut (2022), terdapat tiga jenis jeruk yang menjadi andalan Kabupaten Garut, yaitu jeruk pamelon, jeruk keprok/siam, dan jeruk lemon.

Upaya mengoptimalkan pemanfaatan jeruk lemon, perlu dilakukan inovasi produk baru yang lebih praktis dan diterima konsumen. Dari potensi yang dimiliki jeruk lemon, maka dapat dilihat adanya peluang usaha yang menarik dalam

pengolahan jeruk lemon menjadi produk yang memiliki nilai jual yang lebih tinggi (Murdinah, 2015). seperti yang dapat dilihat dari data Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) bahwa terdapat beberapa produk yang memanfaatkan Jeruk lemon sebagai bahan baku dan rasa pada Produk Minuman yang ditawarkan ke pasar industri, seperti pada tabel di bawah ini:

**Tabel 1. 3** Produk Minuman Berbahan Dasar Lemon Dalam Bentuk Kemasan Botol Berdasarkan Produk Yang Terdaftar Di BPOM Khusus Daerah Jawa Barat

No.	NOMOR REGISTRASI	PRODUK	PENDAFTAR
1	MD 266510001132	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: TEDS Kemasan: Botol plastik (250 ml, 350ml, 500ml, 1500ml)	PT TIRTA AMARTA BOTTLING COMPANY Kab. Bandung Barat, Jawa Barat
2	MD 266510030132	Minuman Rasa Lemon Lime Berkarbonasi Merk: TEDS Kemasan: Botol Plastik (250 ml, 350ml, 500ml, 1500ml)	PT TIRTA AMARTA BOTTLING COMPANY Kab. Bandung Barat, Jawa Barat
3	MD 266510041132	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: SUNKIST Kemasan: Botol Plastik (250 mL, 350 mL dan 500 mL)	PT TIRTA AMARTA BOTTLING COMPANY Kab. Bandung Barat, Jawa Barat
4	MD 266610062048	Minuman Rasa Lemon Madu (Honey Lemon Flavour Drink) Merk: Shihlin Kemasan: Botol Plastik (350ml)	PT PANCARAN MULIA SEJATI Kab. Karawang, Jawa Barat
5	MD 266528091016	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: AMO Kemasan: Botol Plastik ( 215 ml, 400 ml, 535 ml, 540 ml, 1000 ml dan 1500 ...	PT. AJEINDONESIA Kab. Bekasi, Jawa Barat
6	MD 266628001669	Minuman Rasa Lemon Merk: SILEGAR Kemasan: Botol Plastik PET (250 ml)	PD. RIZKY PUTRA BIRO JASA Kab. Garut, Jawa Barat
7	MD 266528023713	Minuman Rasa Lemon Merk: AMOVIT Kemasan: Botol Plastik PET (215 ml)	PT NUTRIBEV SINERGY INDONESIA Kota Bandung, Jawa Barat
8	MD 870310134064	Konsentrat Minuman Rasa Lemon Merk: Minreal Kemasan: Botol Plastik PET dan Karton (30 ml)	PT SUPRA SARI LESTARI Kota Bogor, Jawa Barat
9	MD 266610010439	Minuman Rasa Lemon dan Madu Merk: POKKA NATSBEE Kemasan: Botol Plastik (250 ml, 350 ml, 450 ml)	PT DIMA BEVERAGES INTERNATIONAL Kab. Subang, Jawa Barat
10	MD 266610001658	Minuman Rasa Lemon Madu (Ready to drink) Merk: Elowrie	UD DEDI ABDUL RAHMAT SALEH Kota Depok, Jawa Barat

No.	NOMOR REGISTRASI	PRODUK	PENDAFTAR
		Kemasan: Botol Plastik PET ( 200 ml, 250 ml, 300 ml, 330 ml, 500 ml dan 10...	
11	MD 266528035016	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: AJE BIG Kemasan: Botol Plastik PET (215 ml, 250 ml, 300 ml, 325 ml, 375 ml, 400 ml...	PT. AJEINDONESIA Kab. Bekasi, Jawa Barat
12	MD 266528003713	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: AMO Kemasan: Botol Plastik PET (200 ml, 215 ml, 250 ml, 300 ml, 350 ml, 375 ml...	PT NUTRIBEV SINERGY INDONESIA Kota Bandung, Jawa Barat
13	MD 266610047208	Minuman Rasa Lemon Merk: Sunkist Kemasan: Botol Plastik PET (330 ml, 450 ml)	PT. HOKKAN INDONESIA Kab. Bogor, Jawa Barat
14	MD 266528075016	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: AJE BIG Kemasan: Botol Plastik PET ( 1050ml. 1090 ml, 1500 ml, 1625 ml, 1650 ml...	PT. AJEINDONESIA Kab. Bekasi, Jawa Barat
15	MD 266528073016	Minuman Rasa Lemon Berkarbonasi Merk: AJE BIG Kemasan: Botol Plastik PET (1050 ml, 1090 ml, 1650 ml, 1625 ml, 3100 ml)	PT. AJEINDONESIA Kab. Bekasi, Jawa Barat

Sumber : *cekbpom.pom.go.id*, dan diolah penulis (2022)

Berdasarkan tabel 1.3, Silegar merupakan satu-satunya produk minuman lemon yang berasal dari Garut. yang masuk dalam persaingan di bisnis minuman kemasan. Hal ini diharapkan dapat memberikan dampak yang baik bagi Kabupaten Garut mendapatkan ikon baru yang dapat mengenalkan daerah melalui produk yang unggul. Silegar (Sirup Lemon Segar) termasuk jenis industri kecil, didirikan pada tahun 2017 oleh Ade Setiawan. Berdasarkan hasil wawancara pada November 2022, ide bisnis ini muncul dari melimpahnya jeruk lemon yang ada di lingkungan perusahaan dan motivasi owner untuk ikut mengembangkan hasil tani menjadi produk dengan nilai ekonomi tinggi.

Dibutuhkan peran wirausaha untuk melakukan inovasi produk secara berkelanjutan, yang tadinya lemon hanya dijual dalam bentuk buah kini dapat dijual dalam bentuk minuman kemasan. Karena kewirausahaan saat ini menjadi sebuah peluang usaha yang menarik diberbagai kalangan. Sangat banyak wirausaha yang bermunculan dengan berbagai ide kreatif dan inovasi terbaru. wirausahawan terus



melakukan inovasi produk, memperbarui sistem manajerial, serta berupaya mempertahankan posisinya dipasar, hingga berusaha mengikuti perkembangan digital saat ini (Fatricia & Sultan, 2019).



**Gambar 1.3** Produk Perusahaan Silegar, Silegar Pure Lemon Dan Silegar Sirup

Sumber: PD. Rizky Putra Biro Jasa (2022)

Silegar dikelola dengan sistem penjualan langsung dari rumah atau *offline* dan *online*. (Aulawi dkk, 2021). Perusahaan saat ini telah melakukan pengembangan produk dari sirup lemon, kini menambah varian produk pure lemon yang artinya air perasan jeruk lemon murni tanpa gula yang berfungsi sebagai bahan campuran minuman yang bisa dikombinasikan dengan bahan minuman lain. Silegar dijual dalam bentuk kemasan botol plastik netto 250 ml. dari sisi inovasi perusahaan masih kurang dibanding produk sejenis lainnya, hal ini karena perusahaan masih dalam proses pengembangan usaha, mulai dari lokasi produksi, proses produksi, efisiensi kerja perusahaan, dan pemasaran produk yang masih dikembangkan.

Dari informasi yang didapat dari owner Silegar (November,2022), perusahaan saat ini menjalankan usaha dengan memanfaatkan media sosial seperti *instagram* dan *facebook*, serta menggunakan *market place* seperti *shopee* dan *blibli* sebagai media toko *online* dan pemasaran produk. Saat ini perusahaan telah berhasil menjual produk ke berbagai daerah di Indonesia seperti Malang, Bali, Lombok, dan Padang. Serta di luar Indonesia perusahaan telah berhasil memasarkan produk dan menjualnya ke Singapura dan Taiwan.



**Gambar 1.4** Kelompok Tani “Silegar Garut Indonesia”  
Sumber : *PD. Rizky Putra Biro Jasa (2022)*

Berdasarkan hasil wawancara dengan owner Silegar (November, 2022). Dalam kegiatan bisnis, sumber bahan baku produk merupakan bagian yang penting yang harus memiliki perhatian yang khusus demi mendapatkan bahan baku yang sesuai dengan standarisasi perusahaan dan ketersediaan bahan baku yang stabil. Dari hal itu owner membuat kelompok tani dengan nama kelompok Kelompok Tani Silegar Garut Indonesia, yang beranggotakan khusus petani lokal yang berada di lokasi sekitar perusahaan. Owner membuat satu kelompok tani binaan yang beranggotakan 6 anggota atau mitra tani. Hal ini diharapkan perusahaan memiliki pemasok bahan baku tetap atau kontinu sehingga ketersediaan bahan baku untuk proses produksi dalam kondisi stabil, adapun harapan sosial yang diharapkan oleh owner dalam pembentukan kelompok tani ini adalah petani lokal memiliki pasar tetap yang bisa saling memberikan keuntungan bagi kedua belah pihak. Pembinaan tani ini berupa pemberian bibit lemon, bantuan pupuk, dan bimbingan penanaman jeruk lemon.

Dalam menunjang kegiatan industri, perusahaan merekrut karyawan dengan rentang usia 35-40 tahun untuk membantu memproduksi produk, saat ini ada 8 orang karyawan wanita namun hanya 2 orang karyawan yang berstatus karyawan tetap. Hal ini dikarenakan sistem kerja lepas, dan sistem gaji harian. Dengan waktu kerja 8 jam perhari. Alasan owner mempekerjakan karyawan wani dalam membantu proses produksi, adalah karena owner beranggapan bahwa kaum ibu lebih ulet dalam bekerja dan lebih mudah untuk diberikan arahan, sehingga akan

lebih memudahkan dalam proses kegiatan usaha. Sisi sosial yang menjadi pertimbangan owner adalah, para ibu rumah tangga dilingkungan perusahaan perlu diberikan pelatihan kerja agar memiliki kemampuan dan bisa bekerja tim. Sehingga para ibu rumah tangga memiliki kemampuan untuk bisa mengembangkan diri dengan begitu bisa membantu perekonomian keluarga. Karna mayoritas penduduk dilingkungan perusahaan berstatus sebagai petani dan buruh tani. Sehingga diharapkan dengan adanya kegiatan usaha di perusahaan Silegar dapat memberikan pengaruh positif bagi lingkungan sekitar.

Fenomena yang dihadapi perusahaan Silegar, Yang pertama berdasarkan hasil wawancara dengan owner. Dari sisi ekonomi perusahaan, produk minuman dalam proses penjualan produk minuman lebih sulit dibanding makanan karena minuman dapat dipengaruhi oleh faktor cuaca. Sehingga dalam penjualan perusahaan pada musim-musim tertentu perusahaan mengalami perubahan pendapatan yang signifikan, seperti saat musim hujan penjualan produk mengalami penurunan yang signifikan, target 15.000 botol perbulan sering tidak tercapai, karena perusahaan hanya bisa menjual produk antara 7.000 – 10.000 botol perbulan. Dari kondisi ini perlu dilakukan pengembangan model bisnis dan strategi alternatif sehingga perusahaan dapat mencapai target penjualan perusahaan. Sehingga perlu mencari tahu apa saja faktor-faktor internal ataupun eksternal perusahaan yang bisa di manfaatkan dan ditanggulangi oleh perusahaan.

Yang kedua dari sisi lingkungan perusahaan, saat ini perusahaan dalam mengelola limbah masih menggunakan metode pembakaran untuk sampah jenis dus dan plastik bekas produksi. Hal ini dapat menyebabkan polusi udara bagi lingkungan sekitar tentunya memberikan dampak negatif bagi lingkungan, hal ini tentunya perusahaan belum menerapkan metode ramah lingkungan dalam mengelola limbah produksi seperti dus dan plastik. Perusahaan baru mampu mengelola limbah kulit jeruk yang dijadikan pupuk kompos untuk tanaman jeruk lemon.

Yang ketiga dari sisi sosial perusahaan, saat ini perusahaan telah memberikan dampak positif bagi lingkungan yakni dengan adanya usaha ini memberikan peluang kerja bagi masyarakat sekitar khususnya kaum ibu-ibu rumah

tangga yang memiliki rentang usia 35-40 tahun dengan mengadakan pelatihan kerja. Perusahaan juga membuat 1 kelompok tani lemon yang beranggotakan 6 mitra usaha yang dimana kelompok tani ini berperan sebagai *supplier* bahan baku perusahaan. Adapun masalah yang dihadapi adalah, kualitas jeruk lemon yang tidak stabil. Hal ini dikarenakan beberapa faktor, yakni rendahnya modal usaha yang dimiliki petani, dan kurangnya pengetahuan dalam pertanian jeruk lemon. Adapun peran perusahaan saat ini masih minim karena pembinaan perusahaan terhadap petani yang masih kurang, seperti pemberian bantuan bibit yang masih sangat terbatas kepada petani, keterbatasan dalam kegiatan pelatihan petani maksudnya pelatihan petani yang diberikan belum optimal karena perusahaan hanya memanfaatkan pelatihan tani dengan cara kerjasama dengan pihak lain bukan sebagai pelaku utama, sehingga memiliki keterbatasan waktu yang bisa dimanfaatkan.

Menurut owner Silegar (Ade Setiawan, 2022) dalam bisnis ini memiliki peluang yang cukup bagus untuk dapat memasuki pasar nasional secara merata dan bahkan sampai pasar internasional. Untuk itu perusahaan dituntut untuk terus melakukan inovasi produk seperti produk Shihlin yang mengkombinasikan jeruk lemon dengan madu. Hal ini bisa menjadi motivasi untuk melakukan inovasi lebih lanjut pada produk Silegar dengan melakukan kombinasi bahan alam yang beraneka ragam dan belum ada di pasar. Dalam menghadapi persaingan usaha saat ini yang semakin luas. Maka perusahaan memerlukan membuat strategi yang tepat. Pemilihan strategi sebagai pendorong keberhasilan suatu perusahaan mencapai tujuan menjadi penting, Pemilihan strategi tepat jika pada tahap awal dilakukan identifikasi dan pemetaan kondisi perusahaan. Selain itu, sinergitas strategi terhadap tujuan atau sasaran lembaga juga penting dibangun supaya strategi yang dipilih dapat mendukung pencapaian tujuan organisasi (Widianti & Damayanti, 2015).

Keterbaruan penelitian ini menggunakan pendekatan *The Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC) yang merupakan pengembangan dari penelitian terdahulu, pada objek penelitian Silegar yang menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) (Aulawi, H., dkk,2021). Maka dikembangkan dengan

menggunakan pendekatan *The Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC). Sebagai alat pengembangan dalam industri pangan dapat mendorong UMKM untuk menangkap nilai dengan mengevaluasi potensi model bisnis berkelanjutan dan berproduksi dengan cara yang lebih ekonomis dan bertanggung jawab dengan melibatkan pelanggan, pemasok, karyawan, masyarakat, serta *stakeholder* (Basile,2021).

Dengan analisis yang dikombinasikan memakai analisis SWOT yang dapat diukur dari indikator kelemahan dan kekuatan faktor eksternal dan internal yang ada pada industri minuman sari buah lemon. Analisis ini dibuat berdasarkan masing-masing elemen yang terkait dalam melihat bisnis di masa depan. Meskipun analisis SWOT pada awalnya dikembangkan untuk mengevaluasi aktivitas suatu organisasi. Jika digunakan dengan benar, dapat diperluas dan dapat memberikan kerangka penilaian untuk gagasan, masalah sosial, dan lain-lain, untuk pengembangan strategis (Stefan D., et all, 2021)

Dalam upaya meningkatkan keunggulan bersaing dan *market share* model bisnis yang paling banyak digunakan Perusahaan adalah dengan *Business Model Canvas* karena menawarkan Strategi Bisnis modern untuk menghadapi permasalahan dalam bisnis dan Perpaduan pendekatan alat analisis *Business Model Canvas* dan pendekatan Analisis SWOT dapat menghasilkan formulasi Strategi Bisnis yang lebih realistis dan lebih spesifik dan dapat diimplementasikan dengan baik di Perusahaan (Ardiansyah M, 2020).

Setelah melakukan analisis SWOT maka selanjutnya membuat langkah-langkah analisis alternative strategi yaitu: langkah 1 mengidentifikasi komponen faktor - faktor internal dan eksternal; langkah 2 melakukan analisis faktor internal (*Internal Factor Analysis Summary* (IFAS)) dan analisis faktor eksternal (*External Factor Analysis Summary* (EFAS)) berdasarkan bobot dan rating masing - masing komponen dan langkah 3 melakukan tahap pencocokan antara hasil analisis IFAS dan EFAS untuk memperoleh matriks grand strategy dan matriks IE atau Internal – Eksternal (Wijaya F, 2017).

*The Triple Layered Business Model Canvas* (TLBMC) adalah alat yang praktis dan mudah digunakan yang mendukung dalam mengembangkan, memvisualisasikan, dan mengkomunikasikan inovasi model bisnis yang berkelanjutan. TLBMC mengikuti pendekatan tentang keberlanjutan organisasi, membahas secara eksplisit dan mengintegrasikan penciptaan nilai ekonomi, lingkungan, dan social sebagai inti dari model bisnis organisasi. Khususnya TLBMC memanfaatkan analisis siklus hidup dan perspektif manajemen dan pemangku kepentingan dalam canvas lingkungan dan sosial yang baru dibuat untuk membuat konsep dan menghubungkan beberapa jenis penciptaan nilai dalam perspektif model bisnis (Joyce & Paquin, 2016).

Setelah menggunakan TLBMC dilanjutkan dengan metode *Plus Minus Impaction Analysis* (PMIA), menurut Wibowo (Nikmah & Magfiroh, 2022) metode PMIA adalah suatu teknik yang digunakan dalam pengambilan keputusan dalam menentukan pilihan keputusan yang tepat dengan berdasarkan tiga sudut pandang *plus*, *minus* dan *implication*. Metode ini dilakukan dengan memberikan nilai pada masing-masing kolom sesuai dengan kepentingan dan kriteria penilaian tertentu, berupa : golongan *plus* diberikan nilai positif. Golongan *minus* diberikan nilai negatif. Golongan *implication* bernilai positif atau negatif.

Ketika seseorang atau organisasi telah memilih suatu tindakan, *Plus Minus Implications Analysis* (PMIA) adalah metode yang baik untuk mengevaluasi tindakan tersebut. Metode ini dapat digunakan dalam kasus apa pun ketika pengambilan keputusan memainkan peran besar dalam keberhasilan suatu proyek. penyaringan dan evaluasi ide baru dilakukan dan keputusan untuk yang terbaik harus dibuat. Di dalam tabel semua poin positif dan negatif untuk mengikuti tindakan tertentu ditulis. Juga implikasi dan hasil mereka dicatat. Jika keputusannya tidak jelas maka seseorang dapat menilai tabel dan menjumlahkan skor untuk melihat apakah menerapkan keputusan dan mengambil tindakan yang diberikan sepadan dengan usaha (Komninos et al., 2006).

Diharapkan dapat memberikan masukan positif sebagai bahan pertimbangan untuk perusahaan dalam mengembangkan produk dan usahanya dengan lebih baik lagi. Maka berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk

mengkaji permasalahan tersebut dengan judul penelitian “PENGUATAN DAN PENGEMBANGAN MODEL BISNIS SILEGAR DENGAN PEMBERDAYAAN KELOMPOK TANI ”

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Fokus masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah mengembangkan usaha produk Silegar melalui pengembangan strategi model bisnis berkelanjutan dengan pengambilan keputusan yang tepat dengan memperhatikan dampak dari pengambilan keputusan, agar menjadi perusahaan yang memproduksi produk lokal yang mampu memiliki daya saing yang kuat dipasar nasional bahkan internasional, dan bisa memberikan benefit impact positif bagi kehidupan ekonomi para petani lemon di lingkungan perusahaan.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, maka pertanyaan yang ingin dijawab dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran model bisnis Perusahaan Silegar?
2. Bagaimana uraian formulasi strategi yang harus diterapkan Perusahaan Silegar?
3. Bagaimana implementasi saling berhubungan dalam organisasi dan di seluruh rantai pasokan hingga jaringan pemangku kepentingan?
4. Bagaimana pengambilan keputusannya?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Setelah menentukan rumusan masalah yang akan di teliti, penulis menentukan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis:

1. Gambaran model bisnis Perusahaan Silegar.
2. Formulasi strategi yang harus diterapkan di Perusahaan.
3. Implementasi bagian-bagian saling berhubungan dalam organisasi dan di seluruh rantai pasokan hingga jaringan pemangku kepentingan.
4. Pilihan pengambilan keputusannya.

## 1.5 Kegunaan Penelitian

### 1. Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang kewirausahaan yang berkaitan dengan kemampuan entrepreneur, pengembangan usaha, inovasi, dan keberhasilan usaha

### 2. Kegunaan Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan juga manfaat secara praktis, yakni:

- 1) Wirausahawan (PD. Rizky Putra Biro Jasa) : studi kelayakan bisnis bermanfaat bagi para wirausahawan sebagai pedoman dalam mengembangkan usaha untuk lebih menjamin, langkah-langkah strategis dalam meningkatkan produk.
- 2) Pemerintah: studi kelayakan bisnis bermamfaat bagi pemerintah dan masyarakat sebagai kajian pemerintah mencakup kelayakan suatu usaha lemon yang dilakukan sehingga mampu memberikan kontribusi terhadap pendapatan daerah.
- 3) Bagi pihak lain, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan wawasan, pengetahuan, dan informasi.