

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam ilmu ekonomi, bisnis dapat diartikan sebagai suatu entitas organisasi yang melakukan penjualan produk atau layanan kepada konsumen atau perusahaan lainnya, dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan (Afni & Jalil, 2020). Secara historis, istilah 'bisnis' diambil dari bahasa Inggris, yakni *business*, yang berasal dari kata dasar *busy* yang artinya 'sibuk' dalam konteks individu, komunitas, atau masyarakat. Secara sederhana, bisnis dapat didefinisikan sebagai aktivitas atau pekerjaan yang dilakukan dengan tujuan memberikan keuntungan pada pelakunya. Bisnis melibatkan berbagai kegiatan seperti pembuatan, pembelian, penjualan, atau pertukaran barang dan jasa (Ikhwan Syarif et al., 2023).

Para ahli, seperti Hughes dan Kapoor, mendefinisikan bisnis sebagai kegiatan individu yang terstruktur, memproduksi, dan menjual barang serta jasa dengan tujuan mencapai keuntungan sekaligus memenuhi kebutuhan masyarakat. Definisi serupa diberikan oleh Brown dan Pretello, yang menyatakan bahwa bisnis dapat mencakup lembaga-lembaga yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat, serta segala kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah dan swasta, baik itu untuk keuntungan maupun tidak. Salah satu bisnis yang dibutuhkan oleh Masyarakat yaitu tepung crispy.

Tepung crispy adalah salah satu bisnis yang tengah berkembang pesat dalam industri makanan. Bisnis ini menawarkan inovasi dalam menciptakan tepung khusus yang digunakan untuk memberikan tekstur renyah pada berbagai jenis makanan. Dengan bahan-bahan yang dipilih secara hati-hati dan proses produksi yang terkontrol, tepung crispy telah menjadi komponen penting dalam industri kuliner yang beragam, mulai dari makanan cepat saji hingga makanan gourmet.

Keunggulan tepung crispy terletak pada kemampuannya untuk memberikan hasil yang konsisten dalam setiap penggunaannya. Hal ini membuatnya diminati oleh para produsen makanan yang ingin memberikan sentuhan khusus pada produk mereka. Bisnis tepung crispy juga memberikan peluang bagi para kreator makanan untuk bereksperimen dengan berbagai resep dan jenis makanan baru, yang meningkatkan variasi dan daya tarik produk kuliner di pasaran.

Tak hanya itu, bisnis tepung crispy juga memberikan dampak ekonomi yang signifikan. Dengan pertumbuhan permintaan yang terus meningkat, industri tepung crispy membuka peluang pekerjaan bagi banyak orang, baik dalam hal produksi, penjualan, maupun distribusi. Selain itu, bisnis ini juga menginspirasi para pengusaha muda untuk mengeksplorasi ide-ide baru dalam industri makanan, mendorong inovasi, dan pertumbuhan ekonomi di sektor tersebut. Namun demikian, bisnis tepung crispy juga harus memperhatikan aspek keberlanjutan dan kesehatan. Penggunaan bahan-bahan yang berkualitas dan aman, serta proses produksi yang ramah

lingkungan, menjadi fokus penting dalam menjaga kelangsungan bisnis ini di tengah tuntutan konsumen akan produk yang lebih sehat dan berkelanjutan.

Tepung crispy merek Rizky Citra Rasa telah menghadapi persaingan sengit di pasar. Meskipun memiliki potensi yang besar, bisnis ini terhambat oleh beberapa masalah yang mempengaruhi pertumbuhannya. Salah satu masalah utama yang dihadapi adalah strategi pemasaran yang kurang efektif dalam ranah bisnis, strategi pemasaran berperan sebagai inti yang penting untuk kelangsungan suatu usaha (Mashuri, n.d.). Rizky Citra Rasa tidak berani memasuki pasar dengan kuat karena persaingan yang sudah mapan dari pesaing-pesaing yang lebih besar.

Selain itu, hambatan lain yang dihadapi melibatkan konsistensi ketersediaan bahan baku, menghambat produksi tepung crispy dalam jumlah yang memadai. Keterbatasan stok juga menjadi masalah akibat kendala keuangan, menghambat kemampuan bisnis untuk memperoleh bahan baku secara besar-besaran. Kurangnya tenaga kerja juga menjadi tantangan, membatasi produksi dan mengurangi efisiensi operasional. Selain itu, ketidakjelasan dalam struktur organisasi bisnis menciptakan masalah tersendiri, sulitnya koordinasi dan pengambilan keputusan, menyebabkan ketidakefisienan dalam operasional sehari-hari. Oleh karena itu, perencanaan ulang yang komprehensif dalam bisnis tepung crispy merek Rizky Citra Rasa sangat penting.

Evaluasi menyeluruh terhadap strategi pemasaran perlu dilakukan untuk mencari cara agar merek ini dapat bersaing dengan pesaing di pasar yang sudah ada. Manajemen yang lebih efisien terkait stok bahan baku dan keuangan harus menjadi prioritas utama untuk menjamin kelancaran operasional. Rekrutmen pegawai yang tepat dan pembentukan struktur organisasi bisnis yang jelas juga menjadi langkah penting untuk meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis. Melalui perencanaan ulang yang komprehensif, artinya melakukan penyesuaian strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan kompetitif bisnis dan produk, Rizky Citra Rasa dapat menemukan solusi untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi. Ini akan membantu merek tersebut memperoleh posisi yang lebih kokoh di pasar dan mengembangkan potensi bisnisnya secara berkelanjutan.

Dalam perencanaan ulang bisnis tepung crispy Rizky Citra Rasa, pembuatan business plan menjadi langkah kunci. Rencana bisnis berfungsi sebagai penghubung antara ide dan kenyataan, memberikan gambaran rinci tentang rencana yang akan dilaksanakan. Dokumen ini juga mengandung pernyataan yang jelas mengenai tujuan dan strategi, digunakan sebagai panduan dalam lingkungan internal perusahaan dan sebagai dokumen penjualan kepada pihak eksternal. Business plan membantu merumuskan rencana tindakan terperinci untuk mengatasi masalah internal dan memastikan setiap langkah sesuai dengan tujuan jangka panjang bisnis.

Manajemen yang baik menjadi dasar penting dalam menjalankan rencana bisnis ulang. Diperlukan tim yang terampil dan terorganisir dengan

baik untuk mengelola produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Dengan manajemen yang efisien dan transparan, Rizky Citra Rasa dapat mengatasi tantangan internal, meningkatkan efisiensi operasional, serta memastikan setiap langkah bisnis didukung oleh keputusan yang terinformasi dan strategi yang terukur.

Inovasi juga menjadi elemen krusial dalam perencanaan ulang bisnis tepung crispy ini. Pengembangan produk baru, peningkatan proses produksi, atau strategi pemasaran yang inovatif dapat membantu merek ini menonjol di tengah persaingan yang ketat. Inovasi membuka peluang baru dan menarik minat konsumen, menjadi kunci dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing Rizky Citra Rasa di pasar tepung crispy.

Selain itu, *business model canvas* berperan sebagai dokumen penjualan yang akan disampaikan kepada pihak eksternal. Business Model Canvas merupakan suatu rencana jangka panjang dan kerangka kerja inovatif yang dirancang untuk membantu dalam merancang model bisnis. Ini merupakan alat bisnis yang muncul untuk meningkatkan perancangan bisnis dengan mempertimbangkan kondisi yang ada (Setiawan et al. 2023). Dokumen ini akan menjadi panduan yang jelas tentang arah bisnis yang diinginkan, strategi pemasaran yang efektif, analisis keuangan yang akurat, serta target-target yang realistis untuk dicapai. *Business model canvas* akan membantu dalam merumuskan rencana tindakan yang terperinci untuk mengatasi masalah-masalah yang dihadapi dan memastikan setiap langkah yang diambil sesuai dengan tujuan jangka panjang bisnis.

Manajemen yang baik menjadi pondasi penting dalam menjalankan rencana bisnis ulang ini. Diperlukan tim yang terampil dan terorganisir dengan baik untuk mengelola produksi, pemasaran, keuangan, dan sumber daya manusia. Dengan manajemen yang efisien dan transparan, Rizky Citra Rasa dapat mengatasi tantangan internal, meningkatkan efisiensi operasional, serta memastikan bahwa setiap langkah bisnis didukung oleh keputusan yang terinformasi dan strategi yang terukur.

Inovasi juga menjadi elemen krusial dalam perencanaan ulang bisnis tepung crispy. Pengembangan produk baru, peningkatan dalam proses produksi, atau bahkan strategi pemasaran yang inovatif dapat membantu merek ini menonjol di tengah persaingan yang ketat. Inovasi membuka peluang baru dan menarik minat konsumen, yang dapat menjadi kunci dalam memperluas pangsa pasar dan meningkatkan daya saing Rizky Citra Rasa di pasar tepung crispy.

Berdasarkan pemaparan yang ada diatas penulis mengambil penelitian ini dengan judul **“Perencanaan Ulang Usaha Tepung Crispy : Studi Kasus UD. Rizky Citra Rasa di Gumeno Manyar Gresik”**

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

1. Bagaimana perencanaan awal usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa?
2. Bagaimana kendala menjalankan usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa?

3. Bagaimana perencanaan ulang usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui rencana awal usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa.
2. Untuk mencari tahu kendala menjalankan usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa.
3. Untuk mengetahui perencanaan ulang usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis, luaran penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi ilmiah yang signifikan bagi perusahaan dan peneliti terkait perencanaan ulang usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa.
2. Manfaat Terapan, penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis bagi masyarakat terutama dalam hal perencanaan ulang usaha tepung krispi UD Rizky Citra Rasa.

1.5 Kesenjangan Fenomena

Judul "Perencanaan Ulang Bisnis Tepung Crispy: Studi Kasus pada UD. Rizky Citra Rasa di Gumeno Manyar Gresik" menunjukkan suatu kesenjangan fenomena dengan penelitian terdahulu yang memanfaatkan metode *Business Model Canvas*. Dalam penelitian sebelumnya, pembahasan lebih terfokus pada pengembangan dan perancangan, dengan sedikit penekanan pada aspek perencanaan ulang bisnis. Pada judul tersebut,

terlihat adanya upaya untuk memberikan sorotan yang lebih mendalam terkait perencanaan ulang bisnis tepung crispy di UD. Rizky Citra Rasa. Fokus pada studi kasus ini menunjukkan dorongan untuk lebih memahami tantangan konkret yang dihadapi oleh perusahaan tersebut, memberikan dimensi yang lebih khusus terkait konteks bisnis dan implementasi perencanaan ulang menggunakan Business Model Canvas. Keseluruhan, perbedaan fokus ini menciptakan peluang untuk menggali lebih dalam aspek strategis dan perbaikan dalam konteks bisnis tepung crispy, yang mungkin belum sepenuhnya terungkap dalam penelitian sebelumnya.