

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) saat ini di Indonesia sudah sangat pesat. UMKM dalam perekonomian Indonesia adalah kelompok usaha dengan jumlah paling besar. Namun, tidak banyak yang tahu jika UKM dan UMKM tahan terhadap goncangan krisis ekonomi. Kekuatan kelompok usaha tersebut harus dipertahankan dan diperlukan payung hukum dan undang-undang. Kriteria UMKM sudah diatur pada UU No. 20 Tahun 2008, yaitu memiliki kekayaan bersih paling banyak Rp50.000.000,- (lima puluh juta rupiah) tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha atau memiliki hasil penjualan tahunan paling banyak Rp300.000.000,- (tiga ratus juta rupiah). Pada masa kini mulai banyak bermunculan para pelaku UMKM yang turut serta berkontribusi dalam perekonomian di Indonesia. Dilansir dari Yuliani (2017), Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah (Kemenkop UKM) melansir 3,79 juta UMKM telah menggunakan platform *online* untuk memasarkan produknya. Jumlah tersebut berkisar 8% dari total pelaku UMKM yang ada di Indonesia, yaitu 59,2 juta. Dalam perkembangan ekonomi global saat ini, setiap pelaku usaha yang terjun dalam dunia bisnis cepat atau lambat mereka akan menghadapi persaingan bisnis yang kompetitif. Kegagalan dalam dunia bisnis merupakan suatu hal yang biasa, di mana perusahaan yang baru muncul atau yang sudah lama berdiri masing-masing tentunya pernah mengalami kegagalan dalam bisnisnya.

Usia 5 tahun pertama disebut dengan *failure rate*, yakni usia di mana kebanyakan UMKM mengalami kegagalan. Sejalan dengan yang disampaikan oleh Suryana (2001) dalam Halim et al. (2014), tingkat kegagalan usaha kecil di Indonesia mencapai 78%. Begitu pula dengan Hubeis (2004) dalam Lupiyoadi (2004) dalam Halim et al. (2014), menjelaskan hampir 80% *new company* di Indonesia gagal pada 5 tahun pertama bisnisnya. Kegagalan tersebut tidak lain diakibatkan oleh tidak lakunya produk atau jasa yang ditawarkan. Dilansir dari Kompas.com (2013), menurut pakar *Corporate Social Responsibility* (CSR)

Pudaryanto Prajarto, di Indonesia mayoritas orang lebih tertarik membicarakan sensasi daripada esensi, yang kelihatannya booming itulah yang tepat, padahal belum tentu. Esensi yang dimaksud adalah menciptakan gol yang berkelanjutan untuk pemberdayaan komunitas, usaha, atau program yang sedang dijalankan, sehingga dapat dalam jangka waktu yang lama.

Salah satu cara yang terbaik untuk dapat mempertahankan suatu bisnis agar tetap *sustainable* (berkelanjutan) sampai berumur ratusan tahun adalah dengan merencanakan dan melaksanakan secara terus-menerus perbaikan atau peningkatan melalui perubahan atau *transformation*. Menurut Scott (2013) dalam Business Management Laboratory (2019), kata ‘berkelanjutan’ memiliki kata ‘hijau’ yang melekat padanya. Kata berkelanjutan menggambarkan arti suatu proses atau tindakan kelanjutan dalam jangka panjang, yang dapat menyebabkan atau membiarkan sesuatu berlanjut dalam jangka waktu tertentu, dan sebuah proses atau tindakan membuat sesuatu tetap berjalan atau membuat sesuatu tetap berjalan. Bisnis ‘berkelanjutan’ (*sustainability*), melibatkan berbagai tindakan serta proses dalam melindungi perusahaan dari waktu ke waktu. Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *sustainability* terdiri dari eliminasi limbah dan perluasan sumber daya. Dari sudut pandang bisnis, *sustainability* adalah tentang bagaimana mengurangi biaya sekarang maupun biaya yang mungkin timbul di masa mendatang, dalam bentuk apapun sehingga dapat memfasilitasi profitabilitas, daya saing, dan umur bisnis. Oleh karena itu, setiap bisnis atau perusahaan perlu menerapkan *sustainability business model* yang tepat agar dapat memperoleh manfaat yang banyak, tidak hanya bagi kelangsungan hidup perusahaan, tetapi juga kelangsungan hidup setiap manusia.

Sustainability business model yang dilakukan secara terus-menerus serta melakukan perbaikan atau peningkatan suatu bisnis melalui perubahan atau *transformation* adalah cara terbaik untuk dapat mempertahankan suatu bisnis agar tetap *sustainable* (berkelanjutan). Seperti yang pernah dilakukan oleh Belyaeva et al. (2020), yang membahas mengenai transformasi model bisnis berkelanjutan dalam industri makanan dan minuman pada UMKM yang berkembang dengan baik dan pada UMKM yang kurang berkembang di negara-negara Eropa Barat, Tengah,

dan Timur. Lalu pada penelitian Dressler dan Paunović (2019), juga dilakukan tipologi model bisnis berkelanjutan dan mengeksplorasi profil kompetitif dalam industri makanan dan minuman pada perkebunan skala kecil dan menengah di Jerman. Lalu pada penelitian Fiore et al. (2020), yang bertujuan untuk mendefinisikan model bisnis koperasi susu yang berkelanjutan dan mengeksplorasi bagaimana kontribusi para pemangku kepentingan pada proses inovasi yang dihasilkan dalam ekosistem ini.

Pada *literature review* ini, akan membahas mengenai *sustainability business model* pada UMKM sektor *food and beverage* di Benua Eropa. Analisis ini menggunakan sumber dari beberapa artikel penelitian *case study* yang didukung dengan penerapan metode *content analysis*. Menurut Yuris (2009), *content analysis* merupakan suatu metode penelitian di mana membahas secara mendalam isi suatu informasi baik tertulis dalam karya tulis ataupun tercetak dalam media massa. Penelitian ini diharapkan dapat membantu para pemilik UMKM khususnya di sektor *food and beverage* untuk bisa *sustainable*/berkelanjutan dalam mempertahankan bisnisnya hingga kurun waktu panjang.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah pada *literature review* ini adalah bagaimana *sustainability business model* yang diuraikan pada *literature* tentang *sustainability business model* pada UMKM sektor *food and beverage* di Benua Eropa?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya *literature review* ini adalah untuk mengetahui *sustainability business model* yang tepat untuk diterapkan pada Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di sektor *food and beverage*.

1.4. Sistematika Penulisan

Sistematika agar pemecahan masalah lebih terarah, serta sasaran yang ingin dituju mudah tercapai maka dalam penulisan, peneliti menggunakan sistematika pembahasan yang dituangkan ke dalam 5 bab sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah yang akan dibahas, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan pada penelitian ini.

BAB II : LANDASAN TEORI

Bab ini mengemukakan berbagai teori relevan yang digunakan sebagai dasar pengumpulan dan pengolahan data serta analisa. Teori tersebut diantaranya mengenai *sustainability business model* serta metode *content analysis*.

BAB III : METODOLOGI

Bab ini menunjukkan langkah-langkah yang dilakukan oleh penulis yang berupa kerangka pemikiran penulis dalam melakukan pemecahan masalah.

BAB IV : ANALISA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi analisa pemecahan masalah yang dihadapi dan menjelaskan temuan-temuan yang ada dalam *literature review* mengenai *sustainability business model*.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Berisikan kesimpulan yang didapat dari hasil analisa dan pembahasan, yang disertai pula dengan saran-saran yang diharapkan dapat digunakan sebagai dasar pertimbangan dalam suatu pengambilan keputusan.