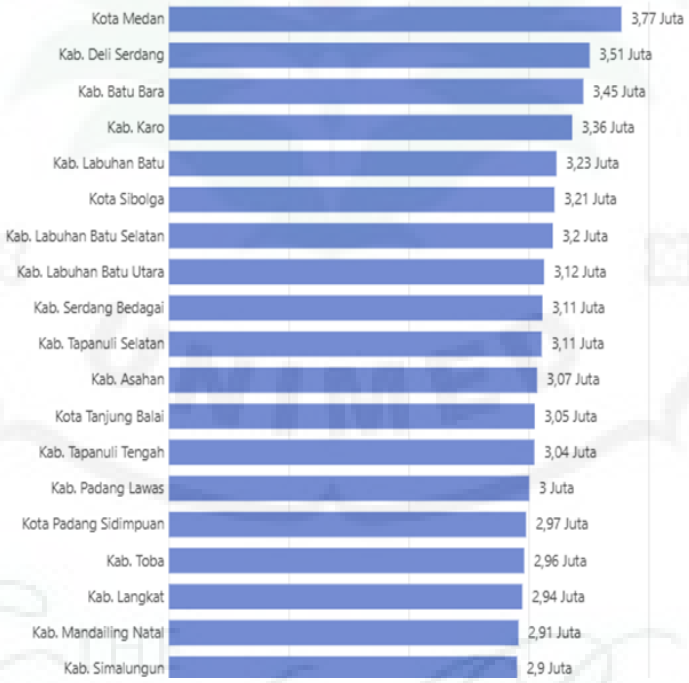
BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia, menyumbang lebih dari 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja (Rofiqoh et al., 2023). Kota Medan sebagai pusat ekonomi Sumatera Utara, dengan Upah Minimum Kota tertinggi di provinsi sebesar Rp3.769.082 pada tahun 2024 (Databooks Katadata, 2024), mencerminkan ekosistem bisnis yang dinamis dan kondusif bagi pertumbuhan UMKM lokal, termasuk sektor kuliner yang memanfaatkan kekayaan warisan budaya multietnisnya sebagai keunggulan kompetitif di pasar regional (Widayat et al., 2025; Setyawan et al., 2022).



Gambar 1.1 Grafik UMK 2024 Sumatera Utara
Sumber : (databooks katadata, 2024)

Meskipun memiliki potensi pertumbuhan yang besar, UMKM kuliner di Medan menghadapi tantangan struktural yang kompleks. Tingkat kegagalan usaha mencapai 70% dalam lima tahun pertama operasional, dipicu oleh persaingan ketat dari pemain bermodal besar, keterbatasan akses pembiayaan, serta

ketidakmampuan beradaptasi terhadap digitalisasi (Wediawati & Rahmayani, 2021; Putu Deddy Surya Mahendra et al., 2022). Banyak pelaku UMKM kuliner masih mengandalkan model bisnis tradisional berbasis intuisi tanpa perencanaan strategis yang terdokumentasi, sehingga rentan terhadap guncangan pasar dan tidak mampu mengidentifikasi segmen pelanggan, nilai unik produk, maupun saluran distribusi yang efektif (Imama & Hariastuti, 2024; Ulfah et al., 2024). Keterbatasan literasi digital memperburuk kondisi ini, karena UMKM yang tidak hadir dalam ekosistem pencarian online kehilangan peluang akuisisi pelanggan baru secara sistematis.

Di tengah kondisi tersebut, pendekatan *Lean Canvas* yang dikembangkan oleh Ash Maurya (2012) menawarkan kerangka kerja validasi model bisnis yang sederhana, iteratif, dan relevan bagi UMKM kuliner berskala mikro, namun penelitian yang secara empiris menerapkan dan mengimplementasikan elemen *Lean Canvas* secara konkret pada UMKM kuliner rumahan di Kota Medan masih sangat terbatas. Cooking by Juju *Snack Box & Catering*, sebuah UMKM kuliner berbasis rumahan yang berdiri sejak 2024 di Jalan Denai, Medan, merepresentasikan potret nyata kesenjangan tersebut: bisnis ini memiliki produk berkualitas dengan bumbu racikan khas yang dikonfirmasi pelanggan, namun dijalankan tanpa model bisnis terstruktur, tidak terdaftar di platform pencarian digital, dan seluruh akuisisi pelanggannya bergantung pada rekomendasi mulut ke mulut. Berdasarkan hasil pra-wawancara pada 1 September 2025, pemilik secara eksplisit mengakui ketidakmampuannya mengartikulasikan segmentasi pasar, nilai unik produk, maupun strategi promosi yang terarah , kondisi yang menjadikan bisnis ini subjek penelitian yang tepat untuk penerapan *Lean Canvas* secara empiris dan implementasi elemen *Channels* melalui *Google Business Profile* sebagai solusi konkret atas keterbatasan promosi digital yang dihadapi.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, UMKM kuliner di Medan seperti Cooking by Juju *Snack Box & Catering* menghadapi sejumlah permasalahan utama yang berdampak pada kinerja dan keberlanjutan usaha. Permasalahan tersebut meliputi:

1. Belum jelasnya segmentasi dan target pelanggan, sehingga pemasaran produk menjadi kurang efektif dan usaha sulit menentukan fokus pengembangannya.
2. Strategi promosi yang digunakan masih terbatas, khususnya dalam pemanfaatan platform digital. Usaha selama ini hanya memanfaatkan Instagram dan WhatsApp, sehingga jangkauan pemasaran belum optimal. Belum adanya pemanfaatan fitur digital seperti *Google Business Profile* menyebabkan usaha sulit ditemukan oleh pelanggan baru yang mencari layanan *catering* dan *snack box* melalui mesin pencari.
3. Nilai unik (*Unique Value Proposition*) produk belum teridentifikasi secara spesifik, sehingga sulit bersaing dan membedakan diri dari produk sejenis yang ada di Medan.
4. Tidak adanya model bisnis yang terdokumentasi dan terstruktur sebagai dasar pengambilan keputusan strategis, sehingga pengembangan usaha berjalan tanpa arah yang jelas. Permasalahan-permasalahan ini membuat Cooking by Juju *Snack Box & Catering* memiliki keterbatasan dalam menghadapi persaingan, adaptasi terhadap perubahan pasar, dan upaya mempertahankan keberlanjutan usaha di tengah tantangan industri kuliner.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya membahas dan menganalisis model bisnis UMKM Cooking by Juju *Snack Box & Catering* di Medan menggunakan pendekatan *Lean Canvas*. Fokus penelitian terbatas pada:

1. Analisis Sembilan elemen utama *Lean Canvas* yang meliputi *problem, customer segment, unique value proposition, solution, channels, revenue streams, cost structure, unfair advantage, key metrics.*
2. Penelitian tidak membahas secara mendalam aspek finansial ataupun manajemen SDM serta tidak membahas implementasi strategi secara operasional. Dengan batasan ini, cakupan penelitian hanya pada pemetaan model bisnis saat ini, identifikasi kendala dan peluang, serta mengimplementasikan salah satu elemennya.

3. Peneliti hanya mengimplementasikan salah satu elemen dari hasil penelitian menggunakan pendekatan model bisnis *Lean Canvas* pada UMKM Cooking by Juju *Snack Box & Catering* yaitu *Channels*, sesuai identifikasi yang sudah dipaparkan salah satu permasalahan yang dihadapi UMKM ini adalah kurangnya pemanfaatan digital marketing sehingga promosi masih belum efektif. Maka dari itu peneliti akan membuat *Google Business Profile* untuk membantu mempromosikan dan memperluas jangkauan bisnis UMKM Cooking by Juju *Snack Box & Catering*.

1.4 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini disusun agar terukur dan sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu:

1. Bagaimana memetakan model bisnis Cooking by Juju *Snack Box & Catering* ke dalam sembilan elemen *Lean Canvas?*
2. Bagaimana rancangan model bisnis usulan berbasis *Lean Canvas* yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha Cooking by Juju *Snack Box & Catering* di Medan?
3. Bagaimana implementasi elemen Channels melalui pembuatan *Google Business Profile* dapat menjadi solusi atas keterbatasan promosi digital yang dihadapi UMKM Cooking by Juju *Snack Box & Catering*?

1.5 Tujuan Penelitian

Menurut rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Memetakan model bisnis Cooking by Juju *Snack Box & Catering* ke dalam sembilan elemen *Lean Canvas* untuk mengidentifikasi permasalahan dan peluang pengembangan usaha.
2. Merancang model bisnis usulan berbasis *Lean Canvas* yang dapat meningkatkan daya saing dan mendukung keberlanjutan usaha Cooking by Juju *Snack Box & Catering*.
3. Mengimplementasikan elemen *Channels* dengan membuat *Google Business Profile* sebagai upaya memperluas jangkauan promosi digital, sehingga

dapat meningkatkan visibilitas usaha dan peluang mendapatkan pelanggan baru.

1.6 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat yang positif di antaranya :

1. Bagi Penulis

   Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, dan pengalaman mengenai bagaimana model bisnis dapat dirancang menggunakan pendekatan *Lean Canvas*, khususnya pada UMKM kuliner, sehingga dapat menambah wawasan peneliti dalam dunia bisnis. Selain itu, peneliti juga memperoleh pengalaman langsung dalam mengimplementasikan strategi digital marketing melalui *Google Business Profile* sebagai bagian dari Solusi nyata untuk mendukung promosi digital UMKM kuliner.

2. Bagi Lembaga Universitas Negeri Medan

   Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai bahan bacaan ilmiah di perpustakaan Universitas Negeri Medan serta menjadi referensi berharga bagi mahasiswa/i dalam pengembangan penelitian yang berkaitan. Khususnya dalam penerapan solusi digital marketing pada UMKM dan pengembangan inovasi saluran promosi berbasis digital.

3. Bagi Objek Penelitian/Perusahaan

   Hasil penelitian ini dapat memberikan masukan strategis bagi pemilik usaha dalam melihat gambaran model bisnis mereka, menemukan kelemahan yang ada, serta menyusun langkah strategis agar usaha dapat lebih berkelanjutan dan kompetitif. Serta implementasi *Google Business Profile* diharapkan dapat menjadi solusi praktis untuk memperluas jangkauan promosi dan meningkatkan daya tarik pelanggan baru, sehingga membantu pengembangan usaha secara nyata.

4. Bagi Peneliti Lain

Penelitian ini dapat berfungsi sebagai sumber tambahan bagi peneliti lain yang berminat meneliti topik serupa, menyediakan informasi literatur terkait penerapan *Lean Canvas* pada UMKM, dan dapat menjadi tolak ukur atau pembanding dalam penelitian selanjutnya, serta menjadi referensi tentang integrasi strategi digital marketing melalui platform *Google Business Profile* sebagai bagian dari pengembangan saluran distribusi (Channels) pada UMKM.