

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Home industry (industri rumahan) memegang peranan penting dalam perekonomian Indonesia, khususnya dalam membuka kesempatan kerja serta mendorong pertumbuhan ekonomi di tingkat lokal. Dengan skala usaha yang relatif kecil dan sifatnya yang lebih fleksibel, usaha rumah tangga sering dipilih oleh masyarakat, terutama yang tinggal di wilayah pedesaan. Selain menjadi sumber tambahan penghasilan bagi keluarga, *home industry* juga berperan dalam meningkatkan keterampilan serta mendorong munculnya berbagai inovasi. Menurut Kementerian Koperasi dan UKM RI, kontribusi UMKM pada tahun 2023 mencapai 61% dari Produk Domestik Bruto (PDB) nasional dan menyerap sekitar 97% tenaga kerja di sektor industri (Kementerian Koperasi dan UKM, 2024). Di sisi lain, laporan Kementerian Dagang dan Industri Indonesia menyebutkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia pada tahun tersebut mencapai 66 juta unit dengan kontribusi PDB sebesar 61,07% (Kadin Indonesia, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa *home industry* memiliki peran strategis dalam memperkuat ekonomi lokal karena mampu menggerakkan roda perekonomian masyarakat dengan memanfaatkan sumber daya yang ada di sekitar. Melalui keberadaan *home industry*, masyarakat tidak hanya memperoleh pendapatan tambahan, tetapi juga dapat menciptakan kemandirian ekonomi yang berkelanjutan.

Provinsi Aceh merupakan salah satu wilayah yang memiliki kekayaan sumber daya alam serta warisan budaya yang melimpah, sehingga memberikan peluang strategis dalam pengembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Menurut data Dinas Koperasi dan UKM Aceh, pada tahun 2024 terdapat 74.810 UMKM yang tersebar di seluruh kabupaten/ kota di Aceh (Dinas Koperasi dan UKM Aceh, 2025).

Kota Lhokseumawe khususnya, telah menunjukkan perkembangan signifikan dalam UMKM. Data dari Dinas Perdagangan dan Perindustrian Kota Lhokseumawe tercatat ada 6.846 unit UMKM pada tahun 2023 (Disperindag Lhokseumawe, 2024). Hal ini mengindikasikan bahwa sektor industri memiliki

peran yang sangat strategis dalam menopang perekonomian lokal, terutama dalam menciptakan nilai tambah serta menyerap tenaga kerja di wilayah tersebut. Salah satu industri kecil yang berkembang di Kota Lhokseumawe adalah *Home Industry* Warung Uwais.

Home Industry Warung Uwais merupakan sebuah usaha yang bergerak dalam *home industry* makanan ringan atau cemilan, khususnya dalam memproduksi keripik tempe dengan merek dagang "Warung Uwais". Usaha ini didirikan setelah masa pandemi covid-19 tepatnya pada tahun 2020 di Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, Provinsi Aceh, dengan modal Rp 7.000.000. *Home industry* Warung Uwais memiliki tiga varian rasa keripik tempe, seperti pedas daun jeruk, balado, dan original. Dari ketiga varian tersebut, varian original menjadi *best seller* atau produk terlaris di pasaran. Setiap bulan, industri ini memproduksi rata-rata 32 kilogram keripik tempe, dengan harga jual per kilogram sebesar Rp 100.000 untuk varian original dan Rp 110.000 untuk varian pedas daun jeruk dan balado.

Home Industry Warung Uwais menjalankan kegiatan produksinya dengan memanfaatkan dua orang tenaga kerja yang berasal dari anggota keluarga. Untuk memenuhi peningkatan permintaan pasar, usaha ini juga mempekerjakan dua orang tenaga kerja dari luar keluarga yang bekerja secara tidak tetap. Sebagian proses produksi keripik tempe masih dilakukan secara manual, sehingga keterlibatan tenaga kerja menjadi faktor penting dalam menjaga kelancaran proses produksi dan kualitas produk yang dihasilkan. Input produksi utama yang digunakan berupa tempe setengah jadi (Bahan mentah) yang terbuat dari campuran kedelai dan ragi berbentuk blok yang dikemas dalam plastik dengan jumlah 4 blok dengan berat masing-masing blok 500 gram, yang diperoleh dari agroindustri tempe "Cap Bunga Mawar". Kemudian tempe setengah jadi yang berbentuk blok diolah kembali oleh *home industry* sebelum dilakukan pemotongan, yakni diolah dengan mencampurkan tepung tapioka dengan campuran kedelai dan ragi kemudian di masukkan ke dalam plastik berbentuk roll dengan ukuran 8 cm selanjutnya difermentasi selama 2 hari 2 malam. Meskipun usaha ini telah mampu mempertahankan kegiatan produksinya, penjualan produk keripik tempe Home Industri Warung Uwais masih mengalami fluktuasi yang

menyebabkan volume penjualan menjadi tidak stabil. Kondisi tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Jumlah Produksi Home Industry Warung Uwais dari tahun 2022-2025

No	Tahun	Jumlah Produksi (Kg)
1	2022	488
2	2023	439
3	2024	413
4	2025	457

Sumber: Data Primer Diolah, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat pada tahun 2022 penjualan produk keripik tempe *home industry* Warung Uwais sebanyak 488 kg, pada tahun 2023 keripik tempe yang terjual mengalami penurunan dengan jumlah yang terjual sebanyak 439 kg, terus mengalami penurunan hingga pada tahun 2024 terjual sebanyak 413 kg. Sedangkan pada tahun 2025 penjualan keripik tempe *home industry* Warung Uwais mengalami peningkatan dibandingkan dengan tahun-tahun sebelumnya dengan jumlah penjualan sebanyak 457 kg, hal ini dikarenakan pihak *home industry* Warung Uwais sudah mulai melakukan penjualan tidak hanya pada toko kue SF Cake tetapi menjualnya juga dengan pihak petugas MBG (makan bergizi gratis).

Berdasarkan kondisi tersebut, *Home Industry* Warung Uwais menghadapi berbagai tantangan dalam menjalankan usahanya, seperti keterbatasan tenaga kerja, proses produksi yang sebagian masih dilakukan secara manual, ketergantungan terhadap pemasok bahan baku utama, serta fluktuasi penjualan yang menyebabkan volume penjualan tidak stabil. Kondisi tersebut berpotensi mempengaruhi efektivitas operasional dan keberlanjutan usaha, sehingga diperlukan evaluasi terhadap model bisnis yang diterapkan. Evaluasi model bisnis menjadi penting untuk mengidentifikasi aspek-aspek yang perlu dipertahankan maupun ditingkatkan guna mendukung pengembangan usaha. Salah satu alat analisis yang dapat digunakan adalah *Business Model Canvas* (BMC), karena mampu memetakan sembilan elemen utama bisnis secara komprehensif. Melalui pendekatan ini, kondisi usaha dapat dianalisis secara sistematis sehingga diperoleh

gambaran mengenai kekuatan, kelemahan, serta peluang pengembangan yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kinerja dan daya saing usaha.

Penelitian mengenai *Business Model Canvas* (BMC) telah banyak diterapkan pada berbagai usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), seperti usaha donat, bakso, dan budidaya jamur tiram. Namun, penelitian yang mengkaji model bisnis pada home industry keripik tempe di Kecamatan Banda Sakti, Kota Lhokseumawe, masih relatif terbatas. Keterbatasan penelitian pada objek usaha tersebut menunjukkan perlunya kajian yang lebih mendalam untuk memperoleh pemahaman mengenai model bisnis yang diterapkan sesuai dengan karakteristik dan kondisi usaha. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan judul “Analisis *Business Model Canvas* (BMC) pada *Home Industry* Keripik Tempe di Kecamatan Banda Sakti Kota Lhokseumawe.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah yang akan diteliti adalah bagaimana *Home Industry* Keripik Tempe bila dipetakan dengan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) sebagai strategi bisnis?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini ialah untuk mengetahui *Home Industry* Keripik Tempe bila dipetakan dengan sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) sebagai strategi bisnis.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, memberikan wawasan dan kajian keilmuan mengenai analisis *business model canvas* (BMC).
2. Bagi *home industry*, dapat dijadikan sebagai masukan dalam pengambilan keputusan pengembangan usaha mendatang.
3. Bagi pembaca, dapat menjadi referensi atau acuan bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji aspek *business model canvas* (BMC).