

**PENGEMBANGAN MODEL BISNIS RAMAH  
LINGKUNGAN UNTUK UMKM SEKTOR MAKANAN  
DI MASA PANDEMI MELALUI PENDEKATAN  
*DESIGN THINKING***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

**Disusun oleh:**

**Nama : Reynard Johansen**

**NPM : 2017610216**



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Reynard Johansen  
NPM : 2017610216  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : PENGEMBANGAN MODEL BISNIS RAMAH LINGKUNGAN  
UNTUK UMKM SEKTOR MAKANAN DI MASA PANDEMI  
MELALUI PENDEKATAN *DESIGN THINKING*

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2021

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

( Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

Pembimbing Pertama

Pembimbing Kedua

(Dr. Johanna Renny Octavia Hariandja) (Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri  
Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

### **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Reynard Johansen

NPM : 2017610216

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**“PENGEMBANGAN MODEL BISNIS RAMAH LINGKUNGAN UNTUK UMKM  
SEKTOR MAKANAN DI MASA PANDEMI MELALUI PENDEKATAN *DESIGN  
THINKING*”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung,

Reynard Johansen  
2017610216

## ABSTRAK

BPS (2020) mengungkapkan bahwa 92.47% usaha di sektor akomodasi dan makan/minum merupakan sektor usaha yang paling terdampak di masa pandemi. Dampak tersebut disebabkan oleh berubahnya cara transaksi masyarakat yang bergeser ke layanan pesan antar makanan, khususnya ketika kebijakan PSBB diterapkan. Di sisi lain, perubahan jenis transaksi ini memiliki efek yang buruk terhadap lingkungan hidup seperti melonjaknya proporsi penggunaan kemasan plastik makanan sekali pakai. Maka dari itu, diperlukan sebuah model bisnis ramah lingkungan yang dapat menyesuaikan dengan perubahan yang dialami oleh UMKM sektor makanan di masa pandemi untuk meminimasi dampak buruk terhadap lingkungan. Pada skripsi ini, penelitian dilakukan terhadap lima UMKM sektor makanan yang menjual produk berupa *ricebowl* selaku salah satu jenis makanan terfavorit di *platform* Gofood pada tahun 2021. Seluruh UMKM makanan yang diteliti merupakan usaha yang berdomisili di DKI Jakarta dengan lokasi usaha yang berbeda-beda mengikuti lima Kota Administrasi di DKI Jakarta. Pendekatan *Design Thinking* sebagai pendekatan yang *human-centered* digunakan dalam penelitian ini untuk memahami secara dalam perubahan perilaku pelaku usaha dan konsumen di masa pandemi. Pendekatan ini juga memetakan permasalahan yang dihadapi oleh para pelaku usaha di tahap *Problem Space* dan mencari solusi terhadap permasalahan tersebut secara kreatif di tahap *Solution Space*. Setelah pendekatan *Design Thinking* dilakukan, ditemukan solusi berupa standarisasi kemasan untuk mensubstitusi kemasan plastik dengan kemasan yang *biodegradable*, opsi untuk membantu kurir makanan memiliki *goodie bag* sekaligus mengedukasi kurir tersebut untuk tidak menerima kemasan plastik dari restoran ketika dimungkinkan, dan program insentif yang diberikan oleh penyedia aplikasi layanan pesan antar makanan untuk *merchant* aplikasi jika menerapkan praktik bisnis yang ramah lingkungan. Seluruh solusi tersebut kemudian diintegrasikan ke dalam model bisnis aktual UMKM yang sebelumnya dipetakan menggunakan *Business Model Canvas*. Pada akhir penelitian ini, dihasilkan sebuah *Business Model Canvas* usulan yang ramah lingkungan untuk memecahkan permasalahan lingkungan di masa pandemi.

**Kata Kunci:** Model Bisnis, Ramah Lingkungan, UMKM makanan, *Design Thinking*, *Business Model Canvas*

## **ABSTRACT**

*BPS (2020) revealed that 92.47% of businesses in the accommodation and food/drink sector were the business sectors that are most affected during the pandemic. This impact was caused by changes in the way people's transactions which shifted to food delivery services, especially during the PSBB policy. On the other hand, this change in the type of transaction has an adverse effect on the environment, such as the increasing proportion of single-use plastic food packaging. Therefore, we need an environmentally friendly business model that can adapt to the changes experienced by MSMEs in the food sector during the pandemic to minimize the negative impact on the environment. In this thesis, research is conducted on five MSMEs in the food sector that sell products in the form of rice bowls which is one of the most favorite types of food on the Gofood platform in 2021. All of the MSMEs are domiciled in DKI Jakarta with different business locations following the existing five City Administration in DKI Jakarta. The Design Thinking approach as a human-centered approach is used in this research to understand deeply the changes in the behavior of business actors and consumers during the pandemic. This approach also maps the problems faced by business actors in the Problem Space stage and creatively seeks solutions to these problems in the Solution Space stage. After the Design Thinking approach was carried out, solutions were found in the form of standardization of packaging to substitute plastic packaging with biodegradable packaging, options to help food couriers have goodie bags while educating them not to accept plastic packaging from restaurants when possible, and incentive programs provided by application providers. food delivery service for application merchants if implementing environmentally friendly business practices. All of these solutions are then integrated into the actual MSME business model which was previously mapped using the Business Model Canvas. At the end of this study, an environmentally friendly Business Model Canvas was produced to solve environmental problems during the pandemic.*

**Keywords:** *Business Model, Environmentally Friendly, Food MSMEs, Design Thinking, Business Model Canvas*

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dipanjatkan oleh peneliti karena bisa menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGEMBANGAN MODEL BISNIS RAMAH LINGKUNGAN UNTUK UMKM SEKTOR MAKANAN DI MASA PANDEMI MELALUI PENDEKATAN *DESIGN THINKING*”. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk menyelesaikan Program Sarjana pada Fakultas Teknologi Industri Jurusan Teknik Industri Universitas Katolik Parahyangan.

Peneliti merasa bahwa penulisan skripsi ini tidak akan rampung tanpa dukungan berbagai pihak baik itu secara materil ataupun moril. Maka dari itu peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung selesainya penelitian di dalam skripsi ini, terutama kepada:

1. Kedua orang tua peneliti yang telah memberikan dukungan tanpa henti dari segi materil dan moral di sepanjang proses penulisan skripsi.
2. Ibu Dr. Johanna Renny Octavia Hariandja, S.T., M. Sc., PDEng. selaku dosen pembimbing utama di penulisan skripsi ini.
3. Bapak Daniel Hermawan, S.AB., M.Si., MBA. selaku dosen pembimbing kedua di penulisan skripsi ini.
4. Seluruh pelaku UMKM yang telah bersedia untuk berpartisipasi sepanjang proses penelitian.
5. Seluruh responden lainnya yang juga telah berpartisipasi secara kreatif dalam proses penelitian ini.
6. Teman-teman seperjuangan saya di Kelas C TI UNPAR 2017: Michelle Mulyani Susanti, Albertus Magnus Andika Silitonga, Muhammad Daffa Alban Fairly, Muhammad Erlangga Sukma Pribadi, dan Stefanus Hendrich.
7. Sahabat penulis sejak SMA: Excel Verlieson Wijaya, yang selalu mendukung penulis secara moril.
8. Annastasia Candra yang juga selalu mendukung penulis secara moril.
7. Teman-teman yang telah mendukung penulisan skripsi ini baik dari segi saran maupun canda tawa: Favian Raffi Jauza Putra, Cynthia Odelia Haryono, Fujiarto Hosana, Valentina Nadya Subandi, Vicko Putri, dan Alfonsus Calviando.

8. Rekan kerja di DANA yang selalu memberi semangat selama penulisan skripsi: Muhamad Wafi Abdat, Agus, Vinka Riski Amalia, Chitra Ayuningdyah, Maureen Clara Lumowa, Vicky Firmansyah, dan Madina Nur Fitri.
9. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan dukungan selama penulisan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa masih banyak perbaikan yang dapat dilakukan terhadap skripsi ini. Maka dari itu, kritik atau saran yang diberikan terhadap penulis diterima dengan terbuka agar penelitian selanjutnya pada topik ini dapat menjadi lebih baik. Penulis berharap semoga penelitian ini dapat memberikan acuan bagi pelaku UMKM di sektor makanan sebagai pelaku utama, bagi peneliti selanjutnya, maupun bagi masyarakat luas.

Jakarta, 8 Agustus 2021

Reynard Johansen

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
I.1 Latar Belakang.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah.....	I-6
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-12
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-12
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-13
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-17
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
II.1 UMKM Makanan <i>Ricebowl/Ricebox</i> .....	II-1
II.2 <i>Business Model (BM)</i> .....	II-1
II.3 <i>Value Proposition Canvas (VPC)</i> .....	II-2
II.4 <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	II-3
II.5 Analisis SWOT ( <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> ) .....	II-6
II.6 <i>Business Model Innovation (BMI)</i> .....	II-7
II.7 <i>Sustainable Business Model (SBM)</i> .....	II-8
II.8 <i>Design Thinking</i> .....	II-8
II.9 <i>Food Packaging</i> .....	II-10
II.10 <i>Explorative Interview</i> .....	II-12
II.12 <i>How Might We Questions (HMW Questions)</i> .....	II-14
II.13 <i>Brainstorming</i> .....	II-15
II.14 Matriks 2 x 2.....	II-16
II.15 <i>Dot Voting</i> .....	II-17
II.16 <i>Video Prototyping</i> .....	II-18
II.17 <i>Likert Scale</i> .....	II-19
II.18 <i>Green Business Model Canvas</i> .....	II-19



### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

III.1	<i>Understand</i> .....	III-1
III.2	<i>Observe</i> .....	III-17
III.2.1	Penyusunan <i>Persona/User Profile</i> .....	III-18
III.2.2	Penyusunan VPC.....	III-22
III.2.3	Penyusunan BMC .....	III-23
III.2.4	Penyusunan SWOT .....	III-27
III.3	<i>Define Point of View</i> .....	III-28
III.4	<i>Ideate</i> .....	III-30
III.5	<i>Prototype</i> .....	III-34
III.6	<i>Test</i> .....	III-35
III.7	Perancangan BMC Usulan .....	III-44

### **BAB IV ANALISIS**

IV.1	<i>Analisis Design Thinking</i> .....	IV-1
IV.1.1	<i>Analisis Tahapan Understand</i> .....	IV-1
IV.1.2	<i>Analisis Tahapan Observe</i> .....	IV-2
IV.1.3	<i>Analisis Tahapan Define Point of View</i> .....	IV-3
IV.1.4	<i>Analisis Tahapan Ideate</i> .....	IV-4
IV.1.5	<i>Analisis Tahapan Prototype</i> .....	IV-5
IV.1.6	<i>Analisis Tahapan Testing</i> .....	IV-6
IV.2	<i>Analisis Tahapan Perancangan BMC Usulan</i> .....	IV-7

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

V.1	Kesimpulan .....	V-1
V.2	Saran .....	V-2

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

### **RIWAYAT HIDUP PENULIS**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jenis Kemasan yang Berbahaya untuk Lingkungan .....	I-5
Tabel I.2 Pemenuhan Indikator <i>Green Growth</i> oleh UMKM .....	I-7
Tabel I.3 Profil Responden UMKM Makanan .....	I-8
Tabel I.4 Alasan Penggunaan Kemasan Tidak Ramah Lingkungan.....	I-9
Tabel I.5 Profil Responden Konsumen.....	I-10
Tabel III.1 Profil Responden <i>Explorative Interview</i> .....	III-1
Tabel III.2 Panduan Pertanyaan <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-2
Tabel III.3 Panduan Pertanyaan <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen ....	III-4
Tabel III.4 Jawaban Pertanyaan 1 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-5
Tabel III.5 Jawaban Pertanyaan 2 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-5
Tabel III.6 Jawaban Pertanyaan 3 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-6
Tabel III.7 Jawaban Pertanyaan 4 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-6
Tabel III.8 Jawaban Pertanyaan 5 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-7
Tabel III.9 Jawaban Pertanyaan 6 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-8
Tabel III.10 Jawaban Pertanyaan 7 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-8
Tabel III.11 Jawaban Pertanyaan 8 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .....	III-9
Tabel III.12 Jawaban Pertanyaan 9 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM ...	III-10
Tabel III.13 Jawaban Pertanyaan 10 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .	III-10
Tabel III.14 Jawaban Pertanyaan 11 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .	III-11
Tabel III.15 Jawaban Pertanyaan 12 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .	III-11
Tabel III.16 Jawaban Pertanyaan 13 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .	III-12
Tabel III.17 Jawaban Pertanyaan 14 <i>Explorative Interview</i> terhadap UMKM .	III-12
Tabel III.18 Jawaban Pertanyaan 3 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-13
Tabel III.19 Jawaban Pertanyaan 4 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-13
Tabel III.20 Jawaban Pertanyaan 5 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-14
Tabel III.21 Jawaban Pertanyaan 6 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-15
Tabel III.22 Jawaban Pertanyaan 7 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-16

Tabel III.23 Jawaban Pertanyaan 8 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-16
Tabel III.24 Jawaban Pertanyaan 9 <i>Explorative Interview</i> terhadap Konsumen.....	III-17
Tabel III.25 Pemenuhan Komponen <i>Green Business Model Canvas</i> .....	III-26
Tabel III.26 Profil Responden <i>Brainstorming</i> .....	III-30
Tabel III.27 Hasil <i>Dot Voting</i> .....	III-32
Tabel III.28 Rekapitulasi Hasil <i>Dot Voting</i> .....	III-33
Tabel III.29 Ide Terpilih .....	III-34
Tabel III.29 Harga Kemasan dan Alat Makan Usulan.....	III-39

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Persentase Dampak Pandemi terhadap Berbagai Sektor Usaha ....	I-4
Gambar I.2 Contoh Kemasan dan Pembungkus Plastik.....	I-9
Gambar I.3 Pemetaan <i>Value Proposition</i> (Sumber: Lewrick et al., 2020).....	I-11
Gambar I.4 Metodologi Penelitian.....	I-14
Gambar II.1 <i>Value Proposition Canvas</i> .....	II-2
Gambar II.2 <i>Business Model Canvas</i> .....	II-4
Gambar II.3 <i>Template Analisis SWOT</i> .....	II-6
Gambar II.4 Langkah-Langkah <i>Design Thinking</i> .....	II-10
Gambar II.5 <i>Template User/Persona Profile</i> .....	II-13
Gambar II.6 Contoh Pengerjaan HMW.....	II-14
Gambar II.7 Contoh Matriks 2x2.....	II-16
Gambar II.8 Ilustrasi Proses <i>Dot Voting</i> .....	II-17
Gambar III.1 <i>User/Persona Profile</i> Pelaku UMKM.....	III-18
Gambar III.2 <i>User/Persona Profile</i> Konsumen.....	III-20
Gambar III.3 BMC Dapoer Stevin.....	III-24
Gambar III.4 BMC Umum UMKM.....	III-25
Gambar III.5 SWOT UMKM.....	III-27
Gambar III.6 “ <i>How might we...</i> ” questions.....	III-29
Gambar III.7 Adegan <i>Video Prototype</i> .....	III-34
Gambar III.8 Harga <i>Paper Bowl</i> .....	III-36
Gambar III.9 Harga Sendok Kertas.....	III-37
Gambar III.10 Harga <i>Paper Bag</i> .....	III-38
Gambar III.11 Harga Selotip Kertas.....	III-38
Gambar III.12 Harga <i>Goodie Bag</i> .....	III-39
Gambar III.13 Tanggapan Penggunaan Kemasan Usulan - UMKM.....	III-40
Gambar III.14 Tanggapan Opsi untuk Membantu <i>Driver</i> – UMKM.....	III-40
Gambar III.15 Tanggapan Standarisasi Kemasan oleh Penyedia Aplikasi – UMKM.....	III-41
Gambar III.16 Tanggapan Standarisasi Kemasan oleh Penyedia Aplikasi – UMKM.....	III-41
Gambar III.17 Tanggapan Penggunaan Kemasan Usulan – Konsumen yang Peduli Terhadap Isu Lingkungan Hidup.....	III-42

Gambar III.18 Tanggapan Opsi untuk Membantu <i>Driver</i> – Konsumen yang Peduli Terhadap Isu Lingkungan Hidup .....	III-43
Gambar III.19 Tanggapan Penggunaan Kemasan Usulan – Konsumen yang Tidak Peduli/Netral Terhadap Isu Lingkungan Hidup .....	III-43
Gambar III.20 Tanggapan Opsi untuk Membantu <i>Driver</i> – Konsumen yang Tidak Peduli/Netral Terhadap Isu Lingkungan Hidup .....	III-44
Gambar III.21 BMC Usulan .....	III-45

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A VPC UMKM .....	A-1
LAMPIRAN B BMC UMKM .....	B-1
LAMPIRAN C <i>BRAINSTORMING</i> .....	C-1
LAMPIRAN D 2X2 MATRIX .....	D-1
LAMPIRAN E <i>Storyboard</i> Prototipe Video.....	E-1
LAMPIRAN F Perbandingan Komponen BMC UMKM dengan Indikator Komponen <i>Green Business Model Canvas</i> .....	F-1

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Melalui sensus yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (2016), diungkapkan bahwa dunia usaha di Indonesia didominasi oleh Usaha Mikro Kecil (UMK) sebanyak 96.68% dari usaha nonpertanian. UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) merupakan bagian krusial dari penggerak roda ekonomi di Indonesia karena jumlahnya yang sangat besar. Maka dari itu, inovasi yang dilakukan oleh UMKM memiliki efek yang besar terhadap perekonomian Indonesia secara keseluruhan. Jika dibahas secara spesifik untuk UMKM di sektor makanan dan minuman, Badan Pusat Statistik (2020) melaporkan bahwa kontribusi dari UMKM pada sektor ini sebesar 19.87% pada PDB (Produk Domestik Bruto) di kuartal II/2020. Jumlah ini mengindikasikan bahwa sektor ini memiliki kontribusi yang cukup besar dalam produksi barang dan jasa di skala nasional.

Sudah lebih dari setahun pandemi melanda Indonesia, banyak UMKM di sektor makanan dan minuman harus beradaptasi dengan tingkat mobilitas masyarakat yang berkurang secara signifikan. Sebagian banyak dari jenis transaksi yang sebelumnya dapat dilakukan secara luring sekarang harus dilakukan secara daring. Dengan dampak pandemi yang mengakibatkan perubahan yang besar terhadap UMKM khususnya yang berada di sektor makanan dan minuman, apakah para pelaku UMKM tetap dapat menerapkan praktik bisnis hijau?

Cheok dan Singh (2018) menyatakan bahwa dengan luasnya sifat-sifat UMKM, UMKM secara umum memiliki dua buah peran dalam mempromosikan *green growth*:

1. Mereduksi level pencemaran, khususnya untuk usaha yang berasal dari sektor informal.
2. Mendorong inovasi teknologi hijau dengan cara bekerja sama dengan perusahaan yang memiliki level teknologi lebih tinggi.

Jika dilihat dari definisi *green growth*, OECD (2011) mengartikan *green growth* merupakan gerakan untuk memelihara pertumbuhan ekonomi dan pada

saat bersamaan memastikan lingkungan hidup tetap dapat menunjang keberlangsungan hidup semua orang. Cheok dan Singh (2018) melanjutkan bahwa terdapat enam buah contoh indikator *green growth* yang bisa diterapkan UMKM secara umum:

1. *Waste generated*

UMKM hijau adalah UMKM yang mengadopsi praktik untuk mengurangi dampak atau jumlah limbah yang dihasilkan oleh UMKM tersebut atau membuat sebuah pelayanan yang mengurangi limbah yang dihasilkan oleh konsumen UMKM tersebut.

2. *Resource efficiency*

Indikator ini mirip dengan indikator sebelumnya, namun berfokus kepada minimasi penggunaan sumber daya yang dapat dioptimalkan UMKM, atau membuat pelayanan bagi konsumen untuk meminimasi penggunaan sumber daya.

3. *Business certification*

Sertifikasi lingkungan dapat menjadi acuan praktik oleh UMKM untuk mengelola tanggung jawabnya terhadap lingkungan hidup, namun, proses untuk mendapatkan sertifikasi ini prosesnya bisa bersifat kompleks dan mahal bagi UMKM.

4. *Share of environmental taxation*

Indikator ini berlaku untuk bisnis yang sifatnya menghasilkan kerusakan terhadap lingkungan secara langsung. Pajak yang dikenakan terhadap jenis bisnis ini berbanding lurus dengan jumlah zat-zat berbahaya yang dapat merusak lingkungan.

5. *Participations in environmental projects and knowledge-based institutions*

Indikator ini mengukur partisipasi UMKM dalam dalam proyek-proyek ramah lingkungan atau kerjasama dengan insitusi-insitusi pendidikan. Tujuan dari kerjasama ini bertujuan untuk UMKM dapat berkontribusi dari segi pengetahuan.

6. *Development of "green" job or skills*

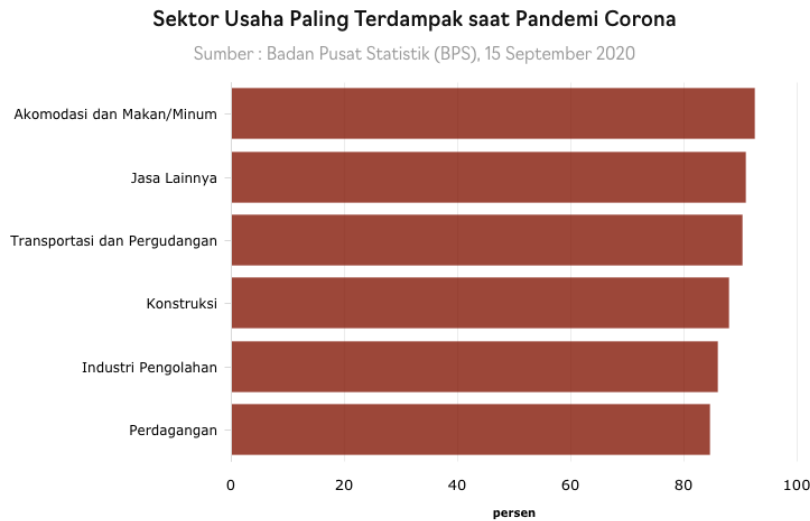
Hal ini berfokus kepada pengembangan keterampilan yang dapat memitigasi atau beradaptasi terhadap perubahan iklim. Selain hal itu, UMKM juga bisa merekrut karyawan yang memiliki pengalaman yang relevan dalam bisnis hijau.



Keenam indikator yang telah dipaparkan di atas tersebut hanya merupakan beberapa contoh indikator yang bisa diterapkan namun tidak terbatas pada keenam indikator tersebut saja karena sifat dari UMKM yang beragam. Perubahan yang dialami oleh UMKM makanan dan minuman selama masa pandemi, salah satunya adalah jenis transaksi terhadap konsumen. Jenis transaksi yang sebelumnya banyak dilakukan secara langsung melalui toko fisik sekarang harus berubah dalam bentuk pemesanan makanan atau minuman secara *online* yang diakomodasi oleh aplikasi-aplikasi *online* layanan pesan antar makanan. Maka dari itu, *waste* yang dihasilkan oleh UMKM banyak bergeser ke konsumen dalam bentuk kemasan *take-away* makanan atau minuman.

Penggunaan jenis kemasan yang tidak ramah lingkungan juga masih marak ditemukan saat memesan makanan melalui layanan pesan antar makanan secara *online*, contoh dari kemasan tersebut adalah plastik, *expanded polystyrene* (EPS) atau styrofoam, kaleng, dll. Meskipun jenis kemasan ini bisa menimbulkan dampak yang negatif terhadap lingkungan, kemasan ini sering dipilih oleh pelaku usaha pada umumnya karena harganya yang lebih murah dibandingkan dengan kemasan alternatif yang ramah lingkungan. Meskipun terdapat UMKM makanan/minuman yang telah menggunakan kemasan ramah lingkungan, jumlahnya tidak sebanding dengan UMKM yang masih menggunakan kemasan yang tidak ramah lingkungan. Ditambah dengan omzet yang menurun, keadaan ekonomi yang sulit ini bisa membuat para pelaku UMKM di sektor makanan dan minuman untuk tidak memprioritaskan bisnis yang ramah lingkungan.

BPS (Badan Pusat Statistik) di tahun 2020 mengungkapkan bahwa sektor usaha yang paling terdampak saat pandemi adalah sektor akomodasi dan makan/minum, data ini bisa dilihat pada gambar 1. Data yang dilaporkan oleh BPS ini menunjukkan bahwa UMKM di sektor makanan dan minuman sangat terpengaruh oleh berbagai efek pandemi seperti daya beli masyarakat yang menurun, berkurangnya mobilitas masyarakat karena kebijakan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) oleh pemerintah atau pun kebijakan WFH (*Work from Home*) oleh perkantoran. Oleh karena itu, UMKM di bidang makanan dan minuman merupakan sektor usaha yang harus beradaptasi banyak terhadap kondisi mobilitas masyarakat yang rendah di masa pandemi dengan cara berjualan secara *online*.



Gambar I.1 Persentase Dampak Pandemi terhadap Berbagai Sektor Usaha (Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/6-sektor-usaha-paling-terdampak-saat-pandemi-corona>)

LIPI (2020) melaporkan bahwa selotip, bungkus plastik, dan *bubblewrap* merupakan pembungkus berbahan plastik yang paling sering ditemukan. Selain dari alasan keterjangkauan harga dan kepraktisan, terdapat alasan lain dari digunakannya berbagai macam pembungkus berbahan plastik tersebut, yaitu karena alasan higienisasi. Anggrijono (2021) menyatakan bahwa tingginya penggunaan plastik di aktivitas belanja *online* tak lepas dari keinginan produsen dan konsumen yang sama-sama ingin memastikan kondisi produk, khususnya makanan tetap terjaga kebersihannya agar terhindar dari paparan virus mematikan, sehingga plastik dinilai sebagai media yang tepat untuk melindungi produk yang diterima konsumen untuk tetap higienis sekaligus tidak rusak. Hal ini menunjukkan bahwa pandemi menciptakan persepsi bahwa kemasan yang berbahan plastik akan memberikan higienisasi untuk mencegah terpapar virus.

Persepsi yang muncul di masa pandemi ini dapat berkontribusi untuk menambah jumlah sampah plastik yang bahkan di masa sebelum pandemi sudah mengkhawatirkan. Karuniastuti (2013) menyatakan bahwa plastik memiliki struktur material yang sangat sulit untuk diuraikan oleh mikroorganisme di dalam tanah, dan jika dibakar, asap yang timbul akan bersifat toksik karena berpotensi mengganggu kesuburan. Dari pernyataan tersebut, dampak negatif dapat ditimbulkan terhadap lingkungan dan kesehatan manusia. Selain itu, Karuniastuti juga mengungkapkan bahwa jika kantong plastik yang digunakan untuk

membungkus makanan terkena oleh panas, maka plastik tersebut dapat terurai ke dalam bentuk yang radikal yang dapat memicu kanker dan kerusakan jaringan pada tubuh manusia (karsinogenik). Selain dampak terhadap kesehatan manusia, terdapat dampak polusi lingkungan juga. Berdasarkan laporan JPNN (2019), tabel I.1 menunjukkan lima jenis kemasan yang sulit terurai dan berbahaya untuk lingkungan:

Tabel I.1 Jenis Kemasan yang Berbahaya untuk Lingkungan

Jenis Kemasan	Lama Waktu Terurai
Kantong Plastik	10 - 20 tahun
Botol Plastik	50 - 80 tahun
Sedotan Plastik	20 tahun
Styrofoam	450 tahun
Kemasan Sachet	50 - 80 tahun

Kebijakan pemerintah yang mewajibkan masyarakat untuk tetap di rumah tentu akan membuat masyarakat untuk memesan makanan dan minuman ke rumah. Oleh karena itu, jumlah sampah plastik yang dihasilkan rumah tangga dapat meningkat. LIPI (2020) juga melaporkan bahwa terdapat peningkatan belanja *online* dalam bentuk layanan antar makanan siap saji sebesar 47% di masa pandemi. Hal ini diperparah dengan minimnya aksi nyata masyarakat untuk melakukan daur ulang terhadap kemasan plastik sekali pakai. Pernyataan ini didukung oleh Nurhati (2020) yang menyatakan "Hanya separuh dari warga yang memilah sampah untuk didaur ulang. Hal ini berpotensi meningkatkan sampah plastik dan menambah beban tempat pembuangan akhir selama PSBB/WFH." Kondisi pandemi yang menambah tingkat penggunaan kemasan tidak ramah lingkungan ditambah dengan kurangnya aksi nyata dari masyarakat untuk menangani sampah plastik menunjukkan potensi kerusakan lingkungan yang akan semakin parah.

Meskipun aksi nyata dari masyarakat Indonesia masih minim, kesadaran akan pentingnya menjaga lingkungan hidup sudah ada dan akan terus berkembang. Situmorang (2012) menyatakan bahwa terjadinya pemanasan global membuat masyarakat semakin hati-hati menggunakan berbagai produk yang dikhawatirkan dapat menambah level pemanasan global pada level yang membahayakan umat manusia. Kesadaran yang sudah ada tersebut hanya akan berdampak jika pola hidup hijau bisa dinilai lebih praktis dalam kehidupan sehari-

hari. Selain dampak positif terhadap lingkungan, bisnis di UMKM sektor makanan/minuman juga bisa memiliki *value* yang lebih baik di pasar dibandingkan dengan bisnis yang tidak ramah lingkungan. Pujari, Wright, dan Peattie (2003) mengatakan bahwa pemasaran hijau yang dilakukan oleh perusahaan memiliki dampak positif bagi perusahaan, antara lain: meningkatnya penjualan, memperbaiki umpan balik dari pelanggan, lebih dekat kepada pelanggan, mempertinggi kemampuan bersaing, memperbaiki citra perusahaan. Oleh karena itu, sebuah model bisnis ramah lingkungan juga dapat membantu UMKM sektor makanan/minuman untuk berkembang.

Perancangan sebuah model bisnis ramah lingkungan untuk UMKM sektor makanan minuman dapat dicapai dengan melakukan inovasi inkremental atau radikal terhadap model bisnis yang tengah berjalan. Mitchell dan Coles (2004) berpendapat bahwa meskipun terdapat perbedaan pendapat terhadap definisi dari *Business Model Innovation* (BMI), konsep dasar dari berbagai definisi tersebut sepakat bahwa inovasi bisnis dapat dilakukan dengan mengganti atau mengembangkan elemen-elemen model bisnis. Inovasi atau modifikasi tersebut memerlukan sebuah pemetaan atau pemodelan bisnis terlebih dahulu untuk mengidentifikasi elemen-elemen bisnis yang ada. Zott, Amit, dan Massa (2011) mengungkapkan bahwa model bisnis adalah sebuah alat atau yang bertujuan untuk memberikan sebuah pemahaman atas cara suatu bisnis menciptakan sebuah nilai bagi konsumen (*value creation*), mengantarkan nilai tersebut kepada konsumen (*delivery*), dan mendapatkan keuntungan dari penjualan nilai tersebut (*capture*). Melalui pemodelan bisnis, identifikasi terhadap ruang inovasi atau modifikasi dapat dilakukan.

## **I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah**

UMKM yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah UMKM yang menjual produk berupa ricebowl. Pebrianto (2021) melaporkan bahwa sesuai dengan temuan terkait tren usaha dari data internal Gofood, makanan berupa *dessert box* dan *rice bowl* diprediksi menjadi kuliner terfavorit di tahun 2021. Maka, salah satu jenis makanan yang tengah populer di masyarakat dipilih, yaitu *rice bowl*. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti terhadap lima pelaku UMKM yang menjual makanan *rice bowl*, sebagian pelaku usaha masih menggunakan jenis kemasan yang tidak ramah lingkungan, dengan sebagian

lainnya yang mengombinasikan penggunaan kemasan ramah lingkungan dan kemasan tidak ramah lingkungan. Penggunaan kemasan tidak ramah lingkungan tersebut juga diikuti dengan tidak adanya *waste management* oleh pihak UMKM untuk mencegah plastik langsung terbuang setelah digunakan oleh konsumen. Selain dari sisi konsumen, *waste* yang merupakan *output* dari UMKM itu sendiri hanya langsung dibuang ke Tempat Penampungan Sementara (TPS). Dari sisi manajemen sumber daya, hanya terdapat dua dari lima UMKM yang memiliki peraturan penggunaan sumber daya yang dibutuhkan. Seluruh UMKM yang menjadi responden juga menyatakan tidak pernah berpartisipasi dalam proyek ramah lingkungan atau pun berkolaborasi dengan institusi yang berbasis pengetahuan. Indikator yang terakhir yaitu pengembangan pekerjaan atau keterampilan hijau juga belum pernah dilakukan oleh seluruh responden UMKM. Berikut adalah rekapitulasi pemenuhan indikator *green growth* yang disusun oleh Cheok dan Singh (2018).

Tabel I.2 Pemenuhan Indikator *Green Growth* oleh UMKM

<b>UMKM Makanan</b>	<b><i>Waste Management</i></b>	<b><i>Resource Efficiency</i></b>	<b><i>Participation in Env. Projects &amp; Knowledge Based Institutions</i></b>	<b><i>Dev. of "Green" Job or Skills</i></b>
Fingers Butter Rice	X	Menerapkan jam penggunaan lampu dan membuat peraturan penggunaan air	X	X
Baql Ricebowl	X	X	X	X
Kok Mangkok Ricebowl	X	X	X	X
Dapoer Stevin	X	X	X	X
Ricebowl Nisrina	X	Menerapkan jam penggunaan lampu	X	X

Pada tabel I.2 di atas, indikator *Business Certification* dan *Share of Environmental Taxation* tidak diperhitungkan untuk diterapkan kepada UMKM karena aturan pemerintah Indonesia yang tertera di Peraturan Pemerintah No. 27/2012. Bisa diamati bahwa secara keseluruhan, UMKM saat ini tidak terlalu memerhatikan praktik bisnis hijau di dalam operasi bisnisnya.

UMKM yang tidak menetapkan aturan untuk efisiensi penggunaan sumber daya memiliki alasan tidak menetapkan aturan tersebut karena menganggap bahwa penggunaan seperlunya sudah cukup untuk mencegah penggunaan air, listrik, atau gas yang berlebihan. Partisipasi atau kerjasama dalam proyek-proyek ramah lingkungan tidak juga dilakukan karena belum pernah adanya ajakan dari organisasi tertentu untuk ikut serta dalam proyek ramah lingkungan. Pengembangan pekerjaan atau keterampilan yang hijau juga belum pernah dilakukan karena seluruh UMKM merasa tidak memerlukan hal tersebut dan hal tersebut tidak berkontribusi untuk menambah pendapatan UMKM.

Dikarenakan perubahan yang besar yang dialami UMKM dari segi transaksi terhadap konsumen, seluruh responden UMKM sektor makanan tersebut menyatakan bahwa tingkat pemesanan makanan secara daring selama masa pandemi meningkat, dan hal ini berbanding lurus dengan kebutuhan akan jenis kemasan yang digunakan. Data jenis kemasan yang akan ditampilkan akan merincikan produk-produk kemasan yang digunakan untuk pemesanan daring. Tabel I.3 menunjukkan data penggunaan jenis kemasan yang digunakan berdasarkan hasil wawancara:

Tabel I.3 Profil Responden UMKM Makanan

<b>UMKM Makanan</b>	<b>Tahun Berdiri</b>	<b>Jenis Kemasan yang Digunakan</b>
Fingers Butter Rice	2012	Mangkok plastik, kantong plastik
Baqul Ricebowl	2019	Boks kertas atau box plastik, kantong plastik, kabel tis
Kok Mangkok Ricebowl	2018	Mangkok plastik, kantong plastik, selotip plastik
Dapoer Stevin	2015	Mangkok plastik, kantong plastik, kabel tis
Ricebowl Nisrina	2020	Mangkok kertas, kantong plastik, kabel tis

Tabel I.3 menunjukkan bahwa tiga dari lima pelaku UMKM sektor makanan telah berupaya untuk mengurangi penggunaan kemasan plastik dengan mengombinasikan kemasan ramah lingkungan seperti boks kertas atau mangkok kertas. Namun, sisa dari pelaku UMKM di tabel masih sepenuhnya menggunakan kemasan plastik yang tidak ramah lingkungan.



Gambar I.2 Contoh Kemasan dan Pembungkus Plastik

Dokumentasi dari kemasan yang digunakan untuk membungkus *ricebowl* /*ricebox* dilampirkan pada Lampiran F. Selain kesamaan seluruh responden dalam penggunaan kantong plastik, terdapat juga penggunaan material lain yang digunakan untuk menyegel kemasan makanan dengan menggunakan selotip plastik atau kabel tis. Terdapat beberapa alasan digunakannya kemasan tidak ramah lingkungan.

Tabel I.4 Alasan Penggunaan Kemasan Tidak Ramah Lingkungan

UMKM Makanan	Alasan Digunakannya Kemasan Tidak Ramah Lingkungan
Fingers Butter Rice	1. Harga yang murah 2. Sifatnya kuat dan tahan air
Baql Ricebowl	1. Harganya murah. 2. Ingin makanan terlindungi dari paparan lingkungan saat proses pengantaran atau dari virus saat pandemi.
Kok Mangkok Ricebowl	Tahan terhadap makanan yang sifatnya basah
Dapoer Stevin	1. Agar estetik 2. Langsung bisa digunakan untuk wadah makan 3. Ketahanan dari air dan lingkungan
Ricebowl Nisrina	1. Harga yang murah 2. Tahan lama untuk ketika lembab atau basah

Pada tabel I.4, bisa dilihat beberapa alasan dari penggunaan kemasan yang tidak ramah lingkungan. Alasan penggunaan kemasan plastik yang paling sering muncul adalah ketahanan material karena seluruh pelaku UMKM merasa

bahwa kemasan berbahan plastik merupakan kemasan yang paling baik untuk melindungi makanan saat proses pengantaran makanan. Alasan kedua yang paling sering muncul adalah keterjangkauan harga karena tiga dari lima pelaku UMKM terdorong oleh harga kemasan plastik yang dinilai lebih murah dibandingkan dengan jenis kemasan lainnya. Penyebab lain yang muncul adalah alasan estetika, dan kepraktisan penggunaan.

Peneliti juga melakukan wawancara terhadap beberapa konsumen yang pernah memesan makanan jenis *ricebowl/ricebox* secara daring. Responden konsumen menyatakan bahwa jumlah pemesanan makanan dan minuman secara daring selama pandemi meningkat dibandingkan dengan jumlah pemesanan di masa sebelum pandemi. Jumlah kemasan pembungkus makanan sisa pemesanan juga dinyatakan meningkat, dengan hanya sebagian kecil yang digunakan ulang karna kekhawatiran akan kebersihan kemasan tersebut dari paparan Virus Corona. Jenis kemasan pembungkus yang diterima oleh konsumen pun jenisnya masih menggunakan kemasan tidak ramah lingkungan seperti styrofoam dan kantong plastik, khususnya ketika melakukan pemesanan kepada usaha makanan dan minuman yang masih kecil. Tabel I.5 merupakan profil responden konsumen beserta dengan frekuensi pemesanan makanan melalui aplikasi *online*.

Tabel I.5 Profil Responden Konsumen

Konsumen	Pekerjaan	Umur	Frekuensi Sebelum Pandemi	Frekuensi Selama Pandemi
1	Mahasiswa	21	5 kali seminggu - 7 kali seminggu	15 kali seminggu - 20 kali seminggu
2	Mahasiswa	22	5 kali seminggu	5 kali seminggu
3	Karyawan Swasta	26	3 kali seminggu	4 kali seminggu - 5 kali seminggu
4	Mahasiswa	22	1 kali seminggu	3 kali seminggu
5	Karyawan Swasta	24	2 kali seminggu	5 kali seminggu

Pada Tabel I.5, empat dari lima responden menyatakan kenaikan jumlah pemesanan makanan/minuman secara daring di masa pandemi. Melalui data ini, jumlah sampah plastik yang dihasilkan rumah tangga juga bisa meningkat karena jumlah pemesanan yang naik ditambah dengan kekhawatiran bahwa kemasan dari makanan/minuman yang dipesan bisa terpapar oleh Virus Corona.



Pendekatan *design thinking* dalam perancangan model bisnis digunakan pada tahap mencari ide-ide yang bisa diterapkan oleh UMKM sektor makanan minuman. Pengaplikasian dari *design thinking* dinilai tepat untuk usaha yang berskala mikro, kecil dan menengah dalam menghasilkan inovasi-inovasi radikal di model bisnis. Salah satu hasil yang ingin dicapai peneliti adalah sebuah *value proposition* bagi UMKM sektor makanan dan minuman. Lewrick, Link, dan Leifer (2020) menyatakan bahwa melalui *design thinking*, peneliti ingin untuk mencapai kesesuaian antara permasalahan dengan konsumen (*problem/customer fit*), dan kesesuaian antara permasalahan dengan solusi (*problem/solution fit*). Berikut adalah pemetaan dari proses menghasilkan *value proposition* melalui pendekatan *design thinking*.



Gambar I.3 Pemetaan *Value Proposition* (Sumber: Lewrick et al., 2020)

Berdasarkan data yang telah dipaparkan melalui latar belakang dan juga melalui wawancara yang telah dilakukan responden, rumusan masalah dibuat untuk menetapkan permasalahan yang ingin diselesaikan melalui hasil penelitian ini. Berikut adalah rumusan masalah yang muncul:

1. Bagaimana pemmasalahan yang dihadapi pelaku UMKM untuk menerapkan model bisnis yang ramah lingkungan dan pemetaan permasalahan tersebut melalui pendekatan *Design Thinking*?
2. Bagaimanakah model bisnis yang ramah lingkungan untuk UMKM yang dihasilkan melalui pendekatan *design thinking*?

### **I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian**

Dalam penelitian ini, pembatasan masalah dan asumsi penelitian dibuat agar penelitian ini dapat diselesaikan dalam jangka waktu pengerjaan skripsi yang wajar. Berikut adalah batasan penelitian yang ditetapkan peneliti:

1. Penelitian ini hanya akan dilakukan terhadap UMKM sektor makanan yang menjual produk berupa *ricebowl*//*ricebox* di Provinsi DKI Jakarta.
2. Selain itu, penelitian ini hanya ditargetkan kepada UMKM yang telah mengadopsi teknologi digital dalam operasi bisnisnya, contohnya seperti pemasaran melalui media *online*, layanan *delivery online* dari pihak ketiga, dll.

Hasil dari penelitian ini diasumsikan untuk dapat diaplikasikan di masa normal.

### **I.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi dan rumusan masalah, penelitian ini memiliki tiga buah tujuan yaitu:

1. Memetakan dan mengevaluasi permasalahan ramah lingkungan terhadap model bisnis UMKM makanan yang tengah berjalan.
2. Merancang model bisnis usulan yang ramah lingkungan berdasarkan inovasi atau solusi yang dihasilkan dari pendekatan *Design Thinking*.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap *stakeholders* dari penelitian ini, dan juga terhadap lingkungan. Berikut adalah beberapa manfaat yang dapat dicapai dari hasil penelitian ini:

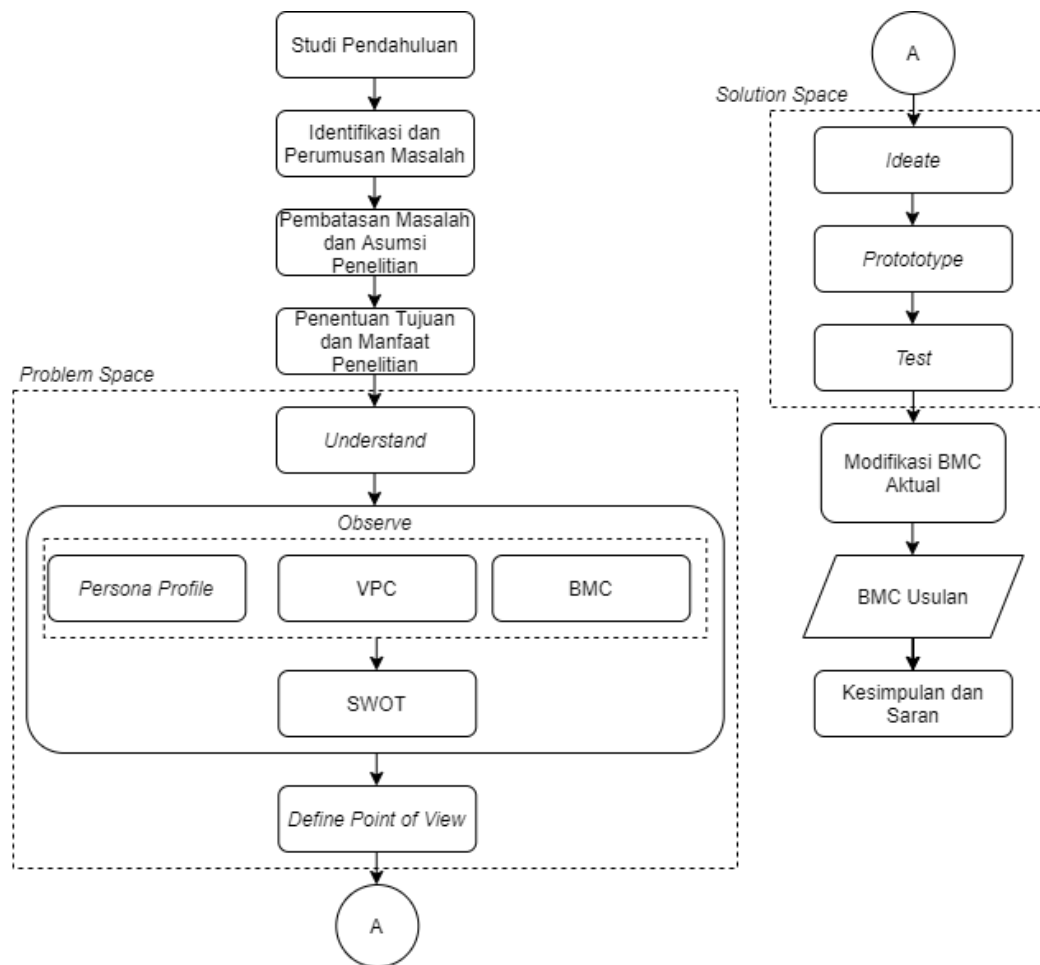
1. Memberikan model bisnis yang ramah lingkungan kepada UMKM sektor makanan sehingga bisnis UMKM tersebut bisa memiliki *value* ramah lingkungan di masyarakat.

2. Memudahkan konsumen *delivery* makanan untuk mengurangi sampah plastik rumah tangga.
3. Memitigasi dampak negatif *delivery* makanan terhadap lingkungan di masa pandemi.
4. Menciptakan kesadaran kepada para pelaku usaha makanan dan juga pihak konsumen bahwa pola hidup hijau bisa bersifat praktis.

### **I.6 Metodologi Penelitian**

Pada bagian ini, alur dari penelitian akan dipaparkan dan digambarkan menggunakan sebuah *flow chart*. *Flow chart* dari alur penelitian dilampirkan pada gambar I.3, penjelasan dari masing-masing tahap di *flow chart* dipaparkan setelahnya. Dua buah bentuk belah ketupat pada *flow chart* di gambar I.3 merepresentasikan bagian *problem space* dan *solution space* pada tahapan *design thinking*.

Pemilihan responden UMKM yang dilakukan dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik *Purposive Sampling* dilakukan dengan atribut informan yang digunakan untuk memilih UMKM yaitu UMKM yang menjual varian makanan *ricebowl* jenis ayam atau *chicken fillet* dengan rentang harga Rp.20.000 hingga Rp.30.000. Lalu, wilayah juga menjadi pertimbangan untuk memilih responden UMKM makanan. Responden UMKM dipilih berdasarkan pembagian lima kota administrasi yang ada di DKI Jakarta, yaitu Jakarta Selatan, Jakarta Pusat, Jakarta Utara, Jakarta Barat, dan Jakarta Timur. Masing-masing responden UMKM dianggap merepresentasikan masing-masing kota administrasi sesuai dengan domisili dari usahanya.



Gambar I.4 Metodologi Penelitian

Berikut adalah penjelasan dari *flow chart* metodologi penelitian yang disajikan pada Gambar I.3:

1. Studi Pendahuluan

Pada tahapan ini, dilakukan penentuan topik penelitian dan studi literatur. Tahap awal yang dilakukan pada penelitian ini adalah menentukan topik berdasarkan latar belakang permasalahan. Objek penelitian pada penelitian ini adalah UMKM makanan yang menjual makanan berupa *ricebowl/ricebox* di Provinsi DKI Jakarta. Responden UMKM dipilih dengan kriteria UMKM yang menjual varian makanan *rice bowl* ayam dengan rentang harga Rp. 20.000 hingga Rp. 30.000.

Studi literatur dilakukan untuk membandingkan teori dengan keadaan aktual. Lalu, informasi dan teori yang diperoleh dari studi literatur digunakan untuk membantu penelitian khususnya terkait dengan pengembangan model bisnis

ramah lingkungan. Informasi dan teori yang telah dipaparkan diperoleh dari jurnal, artikel, buku, *website*, dll.

## 2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahap selanjutnya adalah melakukan identifikasi dan perumusan masalah. Identifikasi masalah diperoleh dari studi literatur yang telah dilakukan beserta dengan *explorative interview* yang telah dilakukan peneliti. Setelah permasalahan yang ada diidentifikasi, dibuat rumusan masalah berupa pertanyaan yang ingin untuk dijawab peneliti pada penelitian ini.

## 3. Penentuan Batasan dan Asumsi Penelitian

Pada tahap ini, pembatasan dan asumsi penelitian dibuat untuk memfokuskan lingkup penelitian. Batasan tersebut dibuat untuk membatasi ruang lingkup masalah agar *scope* dari penelitian ini tidak terlalu luas. Pada penelitian ini, penelitian hanya dilakukan terhadap UMKM sektor makanan yang menjual produk berupa *ricebowl/ricebox*. Sedangkan asumsi penelitian yang telah dibuat bertujuan untuk memudahkan penelitian.

## 4. Penentuan Manfaat Penelitian

Tahap selanjutnya adalah penentuan tujuan dan manfaat penelitian. Tujuan penelitian dibuat untuk mengarahkan hasil akhir penelitian. Isi dari tujuan penelitian menjawab rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya. Selain tujuan penelitian, manfaat penelitian juga dibuat untuk memaparkan manfaat yang dapat diterima oleh berbagai *stakeholders* pada penelitian ini.

## 5. *Understand*

Pada tahap ini, proses empati terhadap pelaku UMKM makanan dan juga konsumen akan dilakukan. Proses empati tersebut dilakukan dengan metode *Explorative Interview* yang dapat memberikan pemahaman yang dalam terhadap persepektif pelaku usaha dan konsumen. Metode *Explorative interview* dipilih karena dapat mengeksplorasi kebutuhan yang tak tersampaikan secara eksplisit. Selain dari metode *Explorative Interview*, pengumpulan data yang diperlukan untuk merancang sebuah BMC akan dilakukan melalui proses wawancara. Wawancara tersebut akan menggunakan sebuah set pertanyaan yang melengkapi data terhadap sembilan buah komponen di dalam BMC.

## 6. *Observe*

Pada tahap ini, hal yang dilakukan secara garis besar adalah memroses data yang telah didapatkan pada tahap *understand* menjadi sebuah informasi

melalui *tools* atau *frameworks* yang akan digunakan. *Output* dari *Explorative Interview* akan digunakan untuk menyusun *tools* yang digunakan seperti *Persona Profile*, VPC, BMC, dan SWOT. *Output* berupa informasi atau *insights* yang telah didapatkan dari *Persona Profile*, VPC, dan BMC akan kemudian digunakan untuk menyusun analisis SWOT.

#### 7. *Define Point of View*

Sintesa dari informasi yang didapatkan pada tahap *understand* dan *observe* akan dilakukan untuk menggambarkan sebuah *gap* antara kondisi aktual bisnis dan kondisi optimal bisnis yang dapat dicapai. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan *tool how might we...* untuk memfokuskan bagian permasalahan yang dapat diperbaiki. Hasilnya dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya bisa memecahkan masalah di tahap kemudian.

#### 8. *Ideate*

Tahap ini akan melakukan proses pencarian solusi terhadap permasalahan berdasarkan kondisi aktual UMKM yang secara umum telah digambarkan melalui BMC, VPC, SWOT, dan pertanyaan *how might we...* yang telah dihasilkan. Metode *brainstorming* digunakan untuk proses ideasi menciptakan inovasi, dilanjutkan dengan alat *2x2 matrix* untuk menguji *feasibility*, dan yang terakhir adalah *dot voting* untuk menentukan ide mana yang akan dipilih sebagai inovasi yang tepat.

#### 9. *Prototype*

Pembangunan prototipe dari solusi yang telah dihasilkan dilakukan pada tahap ini. Tujuan dari pembuatan prototipe adalah untuk menguji solusi yang telah ditemukan secara mudah dan tanpa resiko. Secara spesifik, solusi digital dapat dihasilkan hanya dengan model kertas dan *mock-ups*. Pada penelitian ini, alat *prototype* yang digunakan adalah BMC. Proses membangun *prototype* ini akan dilakukan dengan cara memodifikasi BMC umum dengan menggunakan ide yang terpilih pada tahap *ideation* sebagai *value proposition* yang baru. Modifikasi terhadap BMC umum akan menyesuaikan dengan elemen bisnis yang perlu untuk diubah untuk menunjang *value proposition* yang baru.

#### 10. *Test*

Pengujian dari setiap tahap prototipe yang telah dibuat dilakukan di tahap ini. Pengujian tersebut dilakukan terhadap *user* dalam jumlah yang banyak. Dokumentasi dalam tahap pengujian ini harus dilakukan. Hasil dari dokumentasi

ini akan dijadikan sebagai umpan balik dari *user* untuk memperbaiki dan mengembangkan prototipe secara lebih lanjut.

11. Modifikasi BMC Aktual

Pada tahap ini, seluruh inovasi atau solusi terhadap permasalahan diintegrasikan ke dalam BMC aktual UMKM. Proses integrasi tersebut dilakukan sesuai dengan urutan perancangan model bisnis dengan BMC yang sesuai dengan sembilan buah komponen. *Output* dari tahapan ini adalah sebuah BMC usulan yang berlaku secara umum terhadap seluruh UMKM. Hasil dari modifikasi ini akan kemudian dianalisis pencapaiannya sesuai dengan indikator *Green* BMC dan sesuai dengan indikator praktik bisnis ramah lingkungan.

13. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir pada penelitian ini adalah penentuan kesimpulan dan saran. Kesimpulan berisikan hal-hal yang telah dicapai pada akhir penelitian dan berupa jawaban atas rumusan masalah dan tujuan penelitian. Lalu, saran juga dibuat sebagai masukan untuk bahan pertimbangan penelitian yang serupa selanjutnya.

### **I.7 Sistematika Penulisan**

Pada bagian sistematika penulisan, akan dijelaskan mengenai urutan dari penulisan di dalam penelitian ini. Urutan dari penulisan akan ditunjukkan dalam bentuk beberapa bab. Berikut adalah urutan dan penjelasan dari masing-masing bab tersebut.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan tahap pertama dari penelitian. Bagian pendahuluan ini terdiri dari 7 buah sub bab, yaitu latar belakang permasalahan, identifikasi masalah, pembatasan masalah, tujuan kerja praktik, manfaat kerja praktik, metodologi kerja praktik, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab II akan menjelaskan teori-teori dan literatur yang mendukung berjalannya penelitian ini. Teori dan studi literatur pada bab ini digunakan sebagai acuan berjalannya pengumpulan dan pengolahan data serta analisisnya. Teori-

teori pada bab ini akan menjelaskan teori mengenai model bisnis, bisnis UMKM di sektor makanan, dan *tools* yang digunakan dalam pendekatan *Design Thinking*.

### **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Bab ini merupakan tahap ketiga dari penelitian. Bagian ini pada dasarnya akan memaparkan seluruh proses pengumpulan dan pengolahan data yang dilakukan dalam penelitian ini. Kedua proses tersebut sudah mencakup seluruh pendekatan *Design Thinking* dan perancangan model bisnis yang dilakukan.

### **BAB IV ANALISIS**

Bab ini merupakan tahap keempat dari penelitian. Analisis akan dilakukan terhadap seluruh proses pengumpulan dan pengolahan data yang telah dilakukan pada bab sebelumnya. Analisis diberikan dalam bentuk penjelasan alasan dari seluruh proses yang dilakukan. Pada bab inilah interpretasi dari hasil pengumpulan dan pengolahan data dilakukan.

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan tahap terakhir dari penelitian. Bagian kesimpulan dan saran terdiri dari dua buah sub bab, yaitu kesimpulan dan saran. Bagian kesimpulan menjelaskan kesimpulan apa saja yang dapat diambil dari penelitian, sedangkan bagian saran menjelaskan saran yang dapat diberikan bagi pihak UMKM, pembaca, atau untuk penelitian selanjutnya.