

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan usaha yang banyak ditemukan di Indonesia. UMKM adalah salah satu sektor penting dalam perekonomian suatu negara Indonesia karena memiliki peran penting dalam menciptakan lapangan kerja baru, mendorong pertumbuhan ekonomi, dan mengurangi kemiskinan. Menurut Menteri Keuangan Sri Mulyani Indrawati menyebutkan pada tahun 2022 terdapat 64 juta UMKM yang merupakan 99% dari total kegiatan bisnis. Kontribusi UMKM terhadap PDB mencapai 60%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 97% dari total penyerapan tenaga kerja nasional. Fenomena ini menjelaskan bahwa UMKM merupakan usaha produktif untuk perkembangan ekonomi secara mikro dan makro di Indonesia.

Pentingnya UMKM sebagai tulang punggung perekonomian negara Indonesia membuat negara melakukan upaya semaksimal mungkin dalam mendukung pengembangan UMKM. Meski menjadi penyumbang terbesar PDB di Indonesia, namun Menteri Keuangan, mengatakan UMKM masih menghadapi berbagai tantangan, diantaranya adalah kurangnya akses pasar, kurangnya sumber daya manusia yang terampil, kurangnya penggunaan teknologi yang lebih maju, dan juga keterbatasan akses ke layanan keuangan. Untuk itu, Pemerintah menjaga peran perkembangan UMKM melalui empat hal. Pertama, dengan pembangunan infrastruktur. Kedua, melalui program pembiayaan. Ketiga, dengan terus mendorong digitalisasi UMKM. Terakhir, melalui peningkatan sinergi dan koordinasi antara Pemerintah dan para pemangku usaha besar.

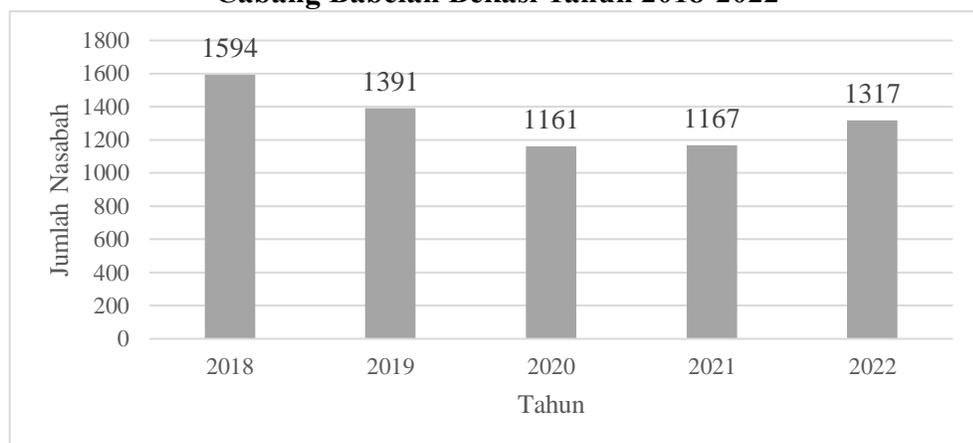
Dalam keterbatasan akses ke layanan keuangan. Menteri Keuangan mengatakan bahwa sekitar 18 juta UMKM di Indonesia belum memiliki akses terhadap pembiayaan formal dan sekitar 46 juta UMKM masih membutuhkan tambahan pembiayaan untuk modal kerja. Untuk itu, Pemerintah melalui program Kredit Usaha Rakyat dan pembiayaan Mikro memberikan dukungannya.

PT Bina Artha Ventura (Bina Artha) adalah perusahaan yang secara aktif terlibat dalam sektor pembiayaan mikro di Indonesia. PT Bina Artha Ventura turut memberikan kontribusi dalam pengembangan UMKM daerah dengan membantu tambahan

pembiayaan untuk modal usaha. Sejalan dengan program Menteri Keuangan, Bina Artha memiliki misi dalam memberikan akses keuangan kepada rumah tangga berpenghasilan rendah yang bergerak di usaha mikro, kecil dan menengah agar dapat mencapai peningkatan ekonomi.

Perkembangan dunia usaha saat ini tumbuh dengan pesat ditandai dengan semakin ketatnya persaingan diantara perusahaan yang ada. Dalam industri keuangan, PT Bina Artha Ventura khususnya yang beroperasi di area Babelan Bekasi menjadi salah satu perusahaan yang mengalami dampak persaingan di industri keuangan, ini dapat dilihat dari pertumbuhan jumlah nasabah PT Bina Artha Ventura cabang Babelan Bekasi dari tahun 2018-2022 dibawah ini.

**Tabel 1.1 Tabel Pertumbuhan Jumlah Nasabah PT. Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi Tahun 2018-2022**



Sumber: PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa jumlah nasabah PT Bina Artha Ventura khususnya cabang Babelan Bekasi mengalami penurunan dari tahun 2018 hingga tahun 2020. Pada tahun 2018 Bina Artha memiliki 1.594 nasabah aktif dengan jumlah nasabah lancar sebanyak 1.343 dan 251 nasabah menunggak. Pada tahun 2019 jumlah nasabah menurun menjadi 1.391 dengan jumlah nasabah lancar sebanyak 1.252 dan nasabah menunggak sebanyak 139. Pada 2020 jumlah nasabah kembali menurun menjadi 1.161 dengan jumlah nasabah lancar sebanyak 257 dan nasabah menunggak 904. Namun demikian, Bina Artha berhasil memperoleh kenaikan nasabah pada tahun 2021 sebanyak 1.167 nasabah dengan jumlah nasabah lancar sebanyak 441 dan nasabah menunggak

sebanyak 726. Di tahun 2022 jumlah nasabah kembali mengalami kenaikan menjadi 1.317 nasabah dengan jumlah nasabah lancar sebanyak 1.027 dan 290 nasabah menunggak.

Menurut Ibu Rini Juniarti selaku *Branch Manager* PT Bina Artha Ventura cabang Babelan Bekasi, ada beberapa faktor yang mempengaruhi penurunan jumlah nasabah yang terjadi pada tahun 2018 hingga 2020. Pertama, tahun 2018 adalah tahun kedua berdirinya Bina Artha cabang Babelan sehingga masih banyak masyarakat yang belum memiliki kepercayaan pada Bina Artha. Kedua, kompetitor yang masih menguasai pasar area Babelan seperti PT Mitra Bisnis Keluarga (MBK) dan PT Permodalan Nasional Madani (PNM Mekar) yang memberikan bantuan kepada masyarakat berupa tabungan sehingga banyak masyarakat yang beralih dari Bina Artha. Ketiga, masyarakat memiliki pinjaman lebih dari satu lembaga keuangan, sehingga Bina Artha sulit untuk menawarkan jasa pinjaman. Keempat, Bina Artha memiliki waktu pencairan dana yang lebih lama dibandingkan lembaga keuangan lain. Namun demikian, pada tahun 2021 hingga 2022, Bina Artha melakukan strategi untuk meningkatkan jumlah nasabahnya yakni, dengan menerapkan strategi *member get member* serta fokus pada nasabah yang sudah ada. Ibu Rini Juniarti juga menambahkan meskipun berhasil meningkatkan jumlah nasabah selama dua tahun terakhir, Bina Artha terus berusaha merancang strategi untuk bisa meningkatkan jumlah nasabah, terlebih lagi kompetitor dengan jasa keuangan sejenis terus melakukan berbagai penawaran dan kemudahan dalam melakukan peminjaman kepada masyarakat.

Untuk menghadapi situasi tersebut, perusahaan perlu melakukan penyesuaian dan memikirkan cara yang tepat dalam merumuskan strategi bisnis guna meningkatkan daya saing dan mempertahankan pangsa pasar. Dalam merumuskan strategi bisnis, perusahaan harus memiliki gambaran dasar pemikiran tentang bagaimana perusahaan atau organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai melalui kerangka model bisnis.

Saat ini telah banyak ditemukannya model bisnis dan salah satu konsep bisnis yang sederhana adalah model bisnis yang dikembangkan oleh Alex Osterwalder dan Yves Pigneur yang dinamakan *Business Model Canvas* atau biasa disingkat dengan BMC.

Ada Sembilan elemen *Business Model Canvas* (BMC) yang memperlihatkan cara perusahaan menjalankan proses usahanya. Adapun sembilan elemen tersebut adalah segmen pelanggan (*customer segments*), proposisi nilai (*value propositions*), saluran (*channels*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), arus pendapatan (*revenue streams*), sumber daya utama (*key resources*), aktifitas kunci (*key activities*), kemitraan utama (*key partnerships*), dan struktur biaya (*cost structures*).

Peneliti menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) sebagai alat untuk membantu PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi dalam melihat bagaimana strategi yang dapat digunakan untuk menghadapi persaingan. Melalui *Business Model Canvas*, PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi tidak hanya dapat melihat bisnis secara garis besar namun juga setiap elemen yang terkait dengan bisnis akan terlihat lengkap. Dengan demikian, PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi bisa melihat gambaran yang dapat membantu perusahaan memenangkan persaingan. Evaluasi terhadap masing-masing elemen akan memudahkan analisis terhadap apa yang dirasa kurang tepat, dan pada akhirnya PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan.

*Business Model Canvas* (BMC) akan membantu PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi dalam melihat bisnis secara umum yang kemudian dapat menyusun strategi untuk membuat PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi terlihat berbeda dari perusahaan jasa keuangan lainnya. BMC memudahkan perusahaan untuk melihat hubungan antara masing-masing elemen dalam bisnisnya sehingga dapat menciptakan *value* bagi konsumen dan perusahaan.

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti tertarik melakukan penelitian mengenai **Usulan Penerapan *Business Model Canvas* (BMC) Dalam Menentukan Strategi Bersaing (Studi Kasus Pada PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi).**

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Beberapa masalah yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Rendahnya tingkat kepercayaan masyarakat pada Bina Artha sebagai lembaga keuangan baru di area Babelan. Hal ini mempengaruhi jumlah nasabah yang bergabung dengan perusahaan.
2. Persaingan ketat dari kompetitor yang telah lama menguasai pasar area Babelan dan menawarkan produk yang menarik bagi masyarakat, sehingga banyak nasabah beralih ke kompetitor.
3. Sulitnya Bina Artha menawarkan jasa pinjaman karena masyarakat sudah memiliki pinjaman dari lebih dari satu lembaga keuangan.
4. Waktu pencairan pinjaman Bina Artha yang lebih lama dibandingkan dengan lembaga keuangan lain.
5. Terus berkembangnya penawaran dan kemudahan dalam melakukan peminjaman dari kompetitor yang membuat Bina Artha harus berusaha keras untuk mempertahankan jumlah nasabah dan meningkatkan daya saing di pasar.
6. Kurangnya pemahaman tentang model bisnis dan strategi bersaing, penerapan *Business Model Canvas* dapat menjadi sulit jika tidak ada pemahaman tentang konsep model bisnis dan strategi bersaing. Ini dapat menyebabkan masalah dalam mengidentifikasi elemen penting dalam model bisnis dan dalam memilih strategi bersaing yang efektif.

## **1.3. Pembatasan Masalah**

Hasil identifikasi masalah yang ada di PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi menunjukkan bahwa ada beberapa masalah yang terjadi dalam perusahaan. Guna mencegah mengembangnya penelitian maka penulis membatasi masalah agar terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalahnya lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian hanya pada usulan penerapan *Business Model Canvas* (BMC) Dalam Menentukan Strategi Bersaing pada PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi.

#### **1.4. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bersaing yang sesuai untuk diterapkan pada PT Bina Artha Ventura Cabang Bekasi.?

#### **1.5. Tujuan Penelitian**

Melihat rumusan masalah di atas maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui strategi bersaing yang sesuai untuk diterapkan di PT Bina Artha Ventura Cabang Bekasi.

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Dapat digunakan sebagai masukan oleh para pelaku bisnis khususnya yang berhubungan dengan jasa keuangan maupun oleh Manajemen PT Bina Artha Ventura Cabang Babelan Bekasi.
2. Membantu mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen strategi serta melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada khususnya yang berkaitan dengan *Business Model Canvas* (BMC).
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi penulis khususnya bidang manajemen strategi.

## **1.7. Sistematika Penulisan**

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

### **BAB III          METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, devinisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

### **BAB IV          HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi tentang gambaran objek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada di dalam penelitian.

### **BAB V           SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.