

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia semakin meningkat, seiring dengan meningkatnya teknologi para pelaku bisnis terus melakukan inovasi yang berkelanjutan. Di era globalisasi perubahan akan sangat cepat terjadi, alangkah baiknya bila setiap pelaku bisnis memiliki perhatian khusus terhadap inovasi usahanya agar tidak tergerus zaman. Dengan hadirnya fenomena ini, persaingan bisnis di Indonesia semakin ketat dan kompleks. Banyaknya persaingan yang terjadi dikarenakan meningkatnya para kompetitor maupun teknologi yang maju.

Para pelaku usaha haruslah memiliki strategi bisnis yang baik dan dapat memberikan dampak yang signifikan terhadap keberhasilan usaha. Strategi bisnis merupakan solusi bagi sebuah usaha untuk terus bisa bersaing di pasar. Baik dari melakukan inovasi, membuat promosi maupun memperbaiki sistem. Tidak hanya bersaing pelaku bisnis harus pandai dalam menjaga hubungan dengan konsumen. Bila konsumen telah memiliki loyalitas terhadap usaha, maka tidak sulit untuk mendapatkan keuntungan dalam waktu yang berkelanjutan.

Setiap pelaku bisnis pasti memiliki tujuan untuk menghasilkan untung ataupun profit. Tentu hal ini tidak bisa lepas dari hubungan yang baik antar pelaku usaha dan konsumen, sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan. Tidak hanya itu keberlangsungan hidup dan keberhasilan perusahaan, bergantung pada kemampuan perusahaan untuk mengamati dan beradaptasi terhadap lingkungan internal maupun eksternal bisnisnya. Tingginya ketidakpastian lingkungan eksternal dan intensitas persaingan dalam lingkungan dinamis mendorong perusahaan untuk meningkatkan penyesuaian strategi bisnisnya agar mencapai tujuan yang diharapkan.

Sebuah perusahaan perlu memahami pentingnya memahami keadaan internal maupun eksternal usahanya, pelaku usaha juga dituntut untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen. Sehingga strategi pemasaran yang diterapkan bisa sesuai dengan pasar yang ada. Dalam kegiatan ekonomi di Indonesia di berbagai sektor, UMKM memiliki kedudukan yang sangat penting. Menurut Undang-Undang No.20 tahun 2008, UMKM didefinisikan sebagai Usaha produktif

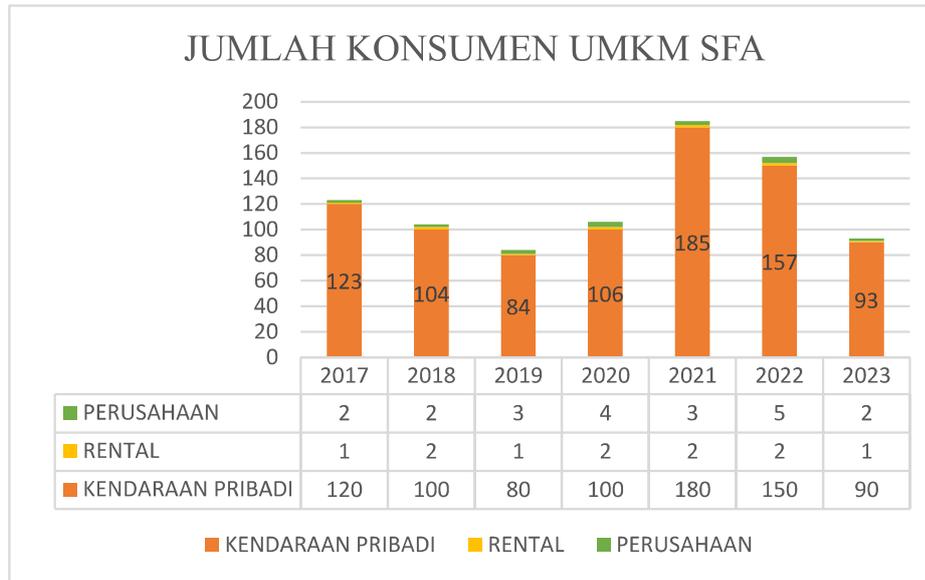
milik orang perorang dan atau badan usaha perorangan yang memenuhi kriteria usaha mikro, diharapkan UMKM menjadi pelaku utama yang produktif dan berdaya saing dalam perekonomian nasional. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dapat dikatakan sebagai ujung tombak pembangunan ekonomi Indonesia.

UMKM memiliki potensi yang begitu besar namun kenyataannya masih banyak dari pelaku usaha mengalami berbagai hambatan baik internal maupun eksternal. Pada UMKM Syifa Film Artistik strategi bisnis juga selalu menjadi hambatan. Adanya ketidaksesuaian dengan aktualisasi yang terjadi dilapangan, membuat umkm Syifa Film Artistik terus berinovasi dalam merumuskan strategi bisnis yang paling sesuai. UMKM Syifa Film Artistik adalah umkm yang bergerak dalam bidang jasa pemasangan aksesoris kendaraan dan percetakan.

UMKM Syifa Film Artistik telah berjalan selama 20 tahun. Ini merupakan pencapaian yang luar biasa, bagi sebuah usaha untuk bertahan dalam jangka waktu yang tidak sebentar. Pada mulanya umkm SFA menjangkau para pengoleksi kendaraan maupun orang-orang yang memiliki hobi memodifikasi kendaraan. Pada pecinta kendaraan menambahkan aksesoris maupun modifikasi merupakan bentuk kepuasan tersendiri. Jasa pemasangan kaca film pada gedung maupun kendaraan roda empat juga menjadi unggulan umkm SFA.

Pelanggan umkm SFA memiliki karakteristik yang bermacam-macam, akan tetapi ada pelanggan tetap yang terus berlangganan lebih dari 10 tahun. Pelanggan tetap tersebut memiliki karakteristik yaitu: Usaha rental kendaraan, Pemilik kendaraan pribadi, dan Yayasan Pendidikan. Akan tetapi umkm SFA memiliki hambatan dengan tidak lengkap nya pendataan secara terperinci. Pemilik mengatakan hadirnya pandemi Covid-19 pada tahun 2020 juga menjadi faktor kesulitan dalam menjangkau konsumen. Akibat adanya larangan keluar rumah dari pemerintah, membuat umkm SFA mengalami penurunan pendapatan yang cukup signifikan. Tidak bertambahnya pelanggan baru juga menjadi fokus tersendiri terhadap pengelolaan umkm SFA.

Tabel 1. 1 Jumlah konsumen umkm Syifa Film Artistik



Sumber : Data diolah peneliti 2024

Dari tabel diatas dapat dilihat fluktuasi jumlah *customer* yang melakukan pemasangan kaca film tiap tahunnya. Jika dilihat dari tahun 2017-2018 jumlah konsumen umkm SFA selalu stabil di angka 100 orang. Tetapi pada tahun 2019 jumlah *customer* yang dimiliki umkm SFA mengalami penurunan yang cukup jauh di angka 84 orang. Menurut pemilik, jumlah *customer* menurun di akhir tahun 2019 dikarenakan adanya informasi tentang covid-19. Setelah melihat keadaannya konsumen secara berkelanjutan hingga tahun 2020, pemilik menyesuaikan kembali strategi bisnis agar umkm SFA tetap bisa berjalan.

Lalu terjadi lagi penurunan jumlah konsumen di tahun 2023 yang cukup jauh dari tahun sebelumnya. Pemilik mengatakan bahwa penurunan jumlah konsumen dipengaruhi rasa bosan, karena umkm SFA jarang berinovasi. Penurunan jumlah konsumen juga bisa disebabkan karena tidak adanya konsumen baru.

Tabel 1. 2 Pelaku usaha kaca film di Tambun Selatan

PELAKU USAHA KACA FILM DI TAMBUN SELATAN		
NO.	NAMA USAHA	PRODUK USAHA
1	Central Kaca Film Bekasi	Jasa kaca film, kaca film gedung, kaca film mobil & kaca film panggilan

2	Berkah Jaya Film	Kaca film gedung, kaca film mobil & kaca film panggilan
3	Mantra sakti autofilm Bekasi	Pemasangan kaca film ceramic series
4	Spora Window Film 3M	Kaca film security, Kaca film jendela kontrol panas, & Film jendela retensi ledakan
5	MKM Window Film Bekasi	Pemasangan kaca film mobil
6	Spesialis Kaca Film Mobil	Pemasangan kaca film mobil
7	KENZ Auto Service	Kaca film & audio mobil
8	Mv Kaca Film	Pemasangan kaca Film Gedung
9	Wijaya Auto Film	Kaca Film Mobil
10	Variasi Mobil Tambun	Kaca Film dan Variasi mobil

Sumber : Hasil olahan peneliti 2024

Tabel diatas merupakan jumlah usaha dengan jenis usaha yang sama disekitar lokasi penelitian. Produk yang ditawarkan juga merupakan produk yang sama yang ditawarkan oleh umkm SFA. Walaupun pesaing terus bertambah umkm SFA tetap bisa beroperasi seperti biasa tanpa menghadapi dampak persaingan secara signifikan. Menurut pemilik Bapak Dyan. Moh Rany, beliau mengatakan umkm SFA tetap bisa berjalan ditengah banyaknya pesaing baru dikarenakan adanya hubungan yang baik dengan konsumen.

Umkm SFA terus menekankan dan memaksimalkan pelayanan terhadap kebutuhan pelanggan. Sehingga tidak sulit bagi umkm SFA menerima manfaat loyalitas pelanggan. Akan tetapi penurunan jumlah konsumen di tahun 2023 menjadi fokus yang cukup penting untuk umkm SFA merumuskan strategi kembali dan mencari konsumen baru.

Tabel 1. 3 Jumlah kendaraan pribadi di Kabupaten Bekasi

TAHUN	TRUK DAN PICK UP	BUS DAN MICROBUS	JEEP, SEDAN & MINIBUS
2023	113548	5892	538395
2022	45352	687	521360
2021	45245	711	210160
2020	45308	720	203612
2019	46929	747	205520
2018	45425	724	193331
2017	44320	724	177976

Sumber : Hasil olahan peneliti 2024

Tabel 1. 4 Potensi pasar

JENIS <i>CUSTOMER</i>	JUMLAH SURVEI	<i>CUSTOMER</i> SAAT INI
KENDARAAN PRIBADI	538395	0.02%
RENTAL	40	5%
PERUSAHAAN	52	5.77%

Sumber : Hasil olahan peneliti 2024

Jika dilihat dari dua tabel diatas umkm SFA memiliki potensi pasar yang cukup besar. Pada klasifikasi konsumen kendaraan pribadi umkm SFA masih berpotensi memperluas pasar sebesar 99,98%. Umkm SFA juga masih memiliki potensi memperluas pasar dikalangan pelaku usaha rental sebesar 95%. Pada klasifikasi konsumen Perusahaan umkm SFA berpotensi memperluas pasar sebesar 94,23%.

Untuk menghadapi kendala yang ada dan menambah konsumen baru, maka dari itu Bapak Dyan Moh Rany perlu merumuskan ulang strategi pengembangan bisnis yang sesuai dengan kondisi saat ini. Umkm SFA perlu berinovasi pada promosi karena kian kemari pasar otomotif maupun aksesoris kendaraan banyak dihuni oleh kawula muda. Model bisnis merupakan langkah-langkah yang dilakukan dalam menentukan perencanaan bisnis. Bisnis model kanvas dapat digunakan untuk menciptakan, menyampaikan, hingga memodifikasi sebuah model bisnis yang dijalankan oleh suatu perusahaan.

Model bisnis ini dapat menggambarkan kegiatan – kegiatan internal dan eksternal yang dijalankan suatu bisnis sehingga dapat mengidentifikasi kondisi lingkungan yang sedang dihadapi oleh suatu perusahaan. Penggunaan *Business Model Canvas* dapat digunakan sebagai alat untuk melihat bagaimana model bisnis yang sedang dijalani saat ini atau inovasi model bisnis yang akan dijalani. Melalui model bisnis ini, pelaku usaha akan melihat bisnis secara umum, namun semua elemen yang terkait dengan bisnis akan terlihat lengkap dan rinci. Dengan demikian, pelaku usaha akan sangat mudah untuk menentukan bagaimana strategi bisnis yang harus dilakukan kedepannya. *Business Model Canvas* akan memberikan petunjuk dari semua hal yang mendukung terbentuknya strategi baru yang memungkinkan untuk dijalankan pada bisnis tertentu.

Hal ini menjadi salah satu titik balik bagi Syifa Film Artistik untuk merumuskan kembali strategi, langkah-langkah dan model pengembangan bisnis yang diperlukan. Maka dari itu penulis ingin menganalisa pengembangan bisnis pada UMKM Syifa Film Artistik dengan *Business Model Canvas*.

1.2 Identifikasi Masalah

Dari beberapa permasalahan yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis sebagai berikut :

1. Kurangnya promosi yang dilakukan oleh UMKM Syifa Film Artistik.
2. Kurangnya edukasi tentang produk dan pemasangan produk terhadap konsumen baru.
3. Adanya beberapa hal yang tidak efektif dalam pengelolaan bisnis.
4. Tidak adanya perencanaan lebih lanjut dan lambat nya dalam inovasi bisnis.
5. Kurang nya karyawan saat permintaan melebihi kapasitas.
6. Tidak adanya pelanggan baru.
7. Banyak nya konsumen yang lebih memilih karyawan melakukan *home visit* dibandingkan datang ataupun melihat langsung ke toko/bengkel.

1.3 Pembatasan Masalah

Hasil identifikasi masalah yang ada di UMKM Syifa Film Artistik menunjukkan bahwa permasalahan yang ada cukup banyak. Guna mencegah mengembangkannya lingkup penelitian maka penulis membatasi masalah agar

terperinci dan jelas. Harapannya pemecahan masalah menjadi lebih terarah. Oleh sebab itu penulis membatasi penelitian ini hanya pada perencanaan strategi baru dan pengembangan umkm SFA dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.4 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengembangan bisnis pada Syifa Film Artistik dengan menggunakan *Business Model Canvas* ?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas* pada umkm Syifa Film Artistik.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1. Sebagai bahan masukan dan evaluasi bagi pelaku usaha untuk melihat bisnis model yang saat ini sedang dijalankan.
2. Sebagai bahan pertimbangan pelaku usaha untuk perencanaan bisnis, maupun pengambilan keputusan yang akan ditetapkan untuk kemajuan usaha
3. Sebagai tambahan wawasan, pengetahuan dan informasi bagi pembaca untuk lebih memahami tentang analisis strategi pada bisnis menggunakan BMC.
4. Sebagai bahan acuan dan informasi bagi para pembaca sehingga dapat mengatasi permasalahan yang sama.

1.7 Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka meteri-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjasi beberapa sub-bab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematikan 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 laoran 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, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

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

DAFTAR PUSTAKA

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