

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan zaman dan kemajuan teknologi telah mempengaruhi dunia kerja menjadi semakin berat dan ketat akan persaingan usaha, setiap perusahaan juga selalu dituntut untuk selalu maju dan berkembang. Bila melihat kondisi perekonomian yang terjadi di Indonesia saat ini, perekonomian di Indonesia dapat dikatakan sedang tidak stabil. Pada tahun 2018, pertumbuhan perekonomian di Indonesia mencapai angka sebesar 5,2% dan jika dibandingkan pada tahun 2019, pertumbuhan perekonomiannya mengalami penurunan hingga menjadi 5,05% sepanjang tiga bulan kedua tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2019). Oleh karena itu, setiap perusahaan harus mempunyai cara untuk dapat bertahan dalam menghadapi segala macam bentuk persaingan dan juga situasi ekonomi yang kurang stabil dalam berbisnis. Salah satu cara yang dapat digunakan perusahaan untuk dapat bersaing dan berkembang adalah dengan menciptakan strategi – strategi yang baru. Namun dengan mengandalkan strategi itu sendiri tidaklah cukup, setiap perusahaan harus memiliki model bisnis yang kuat, baik, serta tepat untuk perusahaan miliknya.

Suatu model bisnis menggambarkan pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai-nilai baik itu dari segi ekonomi, sosial, ataupun bentuk-bentuk nilai lainnya. Model Bisnis didefinisikan sebagai model yang menjabarkan bagaimana sebuah perusahaan bergerak dalam memperoleh *profit*. Model bisnis yang telah dibentuk oleh perusahaan ini harus dievaluasi dan direvisi untuk memperdalam dan memperluas pengetahuan akan komponen dasar suatu bisnis dan nantinya akan berfungsi untuk meningkatkan kinerja dari suatu bisnis tersebut serta mengembangkan keunggulan kompetitif.

Ada beberapa perangkat yang dapat digunakan untuk mengevaluasi suatu bisnis model, salah satu yang akan dibahas pada penelitian ini adalah *Business Model Canvas*.

Model bisnis kanvas yang biasa disebut BMC (*Business Model Canvas*) ini merupakan model bisnis yang dikembangkan dan dipublikasikan oleh Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur pada tahun 2010. Analisis perusahaan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dinilai efektif karena analisis yang digunakan dijelaskan secara menyeluruh baik dari segi pemasaran, sumber daya manusia, keuangan, sampai dengan nilai atau produk yang ditawarkan. Melalui *Business Model Canvas* (BMC), perusahaan akan dapat melihat gambaran secara garis besar suatu bisnis dan setiap elemen yang terkait dengan bisnis tersebut secara lengkap dan rinci. Pengusaha akan dapat menentukan arah bergerak bagi perusahaan serta mengetahui keunggulan bersaing yang ada pada bisnis yang sedang dijalkannya. *Business Model Canvas* ini membuat pengusaha dapat memahami bagaimana setiap komponen berhubungan satu sama lain dalam jangka fungsi, aktivitas, dan proses berjalannya bisnis tersebut (Ammanullah, 2015).

Sebagai objek dalam penganalisaan *Business Model Canvas* ini adalah Toserba ABM, yang berlokasi di jalan Terusan Candi Kalasan, Blimbing, Kecamatan Lowokaru, Kota Malang, Jawa Timur. Toko serba ada atau toserba yang istilah lainnya pasaraya (*department store*) adalah suatu bentuk toko swalayan yang menjual barang dagangan eceran. Keberadaan dari toko serba ada atau toserba, sangatlah krusial di Kota Malang. Kota Malang sebagai kota pendidikan tentu memiliki jumlah mahasiswa yang relatif banyak, terlebih lagi mahasiswa perantauan. Untuk memenuhi kebutuhan mereka, khususnya mahasiswa baru juga, keberadaan toserba ini sangat membantu para mahasiswa dalam melengkapi kebutuhan sehari-hari. Namun, tak lepas juga akan yang namanya persaingan ketat antar toserba, sehingga pihak Toserba ABM ini harus mampu bertahan dan memerlukan inovasi dalam model bisnisnya, sehingga dapat menumbuhkembangkan usaha yang lebih baik lagi. Toserba ABM ini sendiri juga memiliki peranan penting untuk perkembangan bisnis yang dimiliki oleh yayasan pendiri kampus STIE Malangkececwara, yayasan P3M. Oleh karena itu, dengan adanya inovasi dalam model bisnis diharapkan mampu meningkatkan kinerja Toserba ABM serta dapat meningkatkan *net income* toserba tersebut.

Dengan menggunakan inovasi *Business Model Canvas*, Toserba ABM akan dapat menganalisis secara menyeluruh baik dari saluran distribusi, segmentasi pasar dan pelayanan yang diberikan serta proposisi nilai produk yang ditawarkan dibandingkan dengan para pesaing. Model bisnis kanvas ini juga akan membantu pihak Toserba ABM dalam memahami keseluruhan proses, aktivitas utama, dan sumber daya utama yang diperlukan untuk menciptakan dan mengirimkan nilai kepada pelanggan, serta mengetahui struktur pendapatan dan biaya yang terjadi pada masa kini, sehingga Toserba ABM kelak dapat mengamati dan mengevaluasi masing-masing komponen model bisnisnya pada masa kini dengan menentukan strategi yang tepat, kemudian menginovasikan ke dalam model bisnis untuk kedepannya agar model bisnis dapat berjalan dengan lebih efektif dan efisien.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka topik penelitian ini berjudul : “Analisis Penerapan *Business Model Canvas* Pada Toserba ABM STIE Malangkucecwara”

1.2 Fokus Masalah

1. Bagaimana evaluasi model bisnis yang diterapkan di Toserba ABM dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana *Business Model Canvas* yang tepat untuk diterapkan pada Toserba ABM?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka Tujuan Penelitian yang ingin di capai adalah :

1. Untuk mendeskripsikan dan menjelaskan penerapan *Business Model Canvas* pada Toserba ABM
2. Untuk mengetahui *Business Model Canvas* yang tepat untuk diterapkan pada Toserba ABM

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diambil dengan penyusunan penelitian ini terbagi menjadi dua, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan dampak positif bagi pembaca dan memberikan kontribusi dalam ilmu manajemen bisnis terutama akan pengetahuan mengenai *Business Model Canvas* sebagai alat manajemen model bisnis. BMC digunakan untuk mengetahui bagaimana kondisi suatu bisnis termasuk didalamnya gambaran dan deskripsi mengenai bisnis tersebut. Sehingga tidak menutup kemungkinan dapat lebih dikembangkan lagi model bisnis lain yang sejenis. Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dan menambah wawasan mengenai *Business Model Canvas*.

1.4.2 Manfaat Praktis

1.4.2.1 Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pihak perusahaan atau pelaku bisnis mengenai pemahaman tentang *Business Model Canvas* yang memberikan dampak pada peningkatan usaha bisnis dan daya saing. Melalui penelitian ini, pelaku bisnis dapat mengetahui dari data yang diolah dalam *Business Model Canvas* tersebut mengenai setiap aspek yang bekerja didalam usaha yang nantinya akan memunculkan pula deskripsi menyeluruh sehingga akan terlihat jelas bagaimana kondisi usahanya saat ini.

1.4.2.2 Bagi Peneliti

Melalui penelitian ini diharapkan dapat membuat peneliti lebih memahami peranan dari *Business Model Canvas* sebagai suatu pendekatan model bisnis bagi suatu usaha. Peneliti akan lebih dapat mengerti cara kerja dari *Business Model Canvas* dan memiliki pengalaman lebih melalui kegiatan analisis untuk menemukan suatu alternatif strategi pengembangan bisnis dan peningkatan kinerja perusahaan.

1.4.2.3 Bagi Calon Peneliti

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi para calon peneliti lainnya yang akan membahas kaitannya dengan *Business Model Canvas*. Kemudian, hasil dari penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur untuk melakukan penelitian selanjutnya.