

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Bisnis merupakan suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa yang kemudian dijual dan dipasarkan dengan bertujuan untuk mendapatkan keuntungan atau laba. Perkembangan industri baik itu barang, jasa, atau manufaktur di Indonesia semakin lama semakin meningkat persaingannya. Di tambah dengan pesatnya perkembangan teknologi di era modern sekarang ini menimbulkan persaingan antara perusahaan dan pesaing semakin lama semakin meningkat. Keadaan ini menuntut perusahaan untuk terus berkembang dan menciptakan inovasi - inovasi baru untuk memecahkan masalah sosial yang menjadi kebutuhan masyarakat. Sehingga nantinya perusahaan tetap mampu berkembang dan bersaing dengan perusahaan di tengah persaingan dunia bisnis sekarang ini.

Salah satu persaingan dalam dunia bisnis yang semakin tahun semakin meningkat persaingannya adalah bisnis dalam dunia jasa. Perusahaan jasa adalah adalah suatu perusahaan yang menjual dan menawarkan keahlian tertentu yang bermanfaat untuk konsumen dalam bentuk pelayanan jasa. Sama halnya ketika seseorang mendirikan perusahaan yang menghasilkan produk tertentu dan kemudian dijual kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan, hal tersebut juga berlaku pada perusahaan jasa. Perusahaan jasa menawarkan jasa keahliannya dan menjualnya kepada konsumen untuk mendapatkan keuntungan. Salah satu perusahaan jasa yang lagi berkembang adalah perusahaan jasa yang bergerak di bidang outbound. Di Indonesia sendiri terdapat sebuah himpunan yang bergerak menghimpun seluruh provider outbound di seluruh Indonesia yaitu Himpunan Provider Outbound Indonesia (HPOI). Himpunan Provider Outbound Indonesia (HPOI) adalah wadah bagi provider outbound dan praktisi outbound di Indonesia yang telah sah diakui dan disahkan oleh negara Indonesia. Himpunan Provider Outbound Indonesia (HPOI) merupakan sebuah komunitas yang berpusat di Jawa Timur yang sekarang anggotanya mencapai kurang lebih 100 provider outbound. Dari 100an provider outbound tersebut salah satunya adalah Happy Training Center. Happy Training Center adalah salah satu provider outbound yang berada di Kota Malang. Lebih tepat kantornya berada Jl. Joyo Raharjo No. 281 B, Merjosari, Malang. Di Malang terdapat beberapa provider outbound yang lain seperti IOX

Outbound, Tips Indonesia, PRO OUTBOUND , Wahana Bhakti Production dan lain sebagainya. Kebanyakan masyarakat menganggap bahwa out bond itu adalah sebuah permainan seperti flying fox, rafting, dan lain sebagainya. Namun anggapan tersebut kurang benar outbound sendiri adalah suatu bentuk dari pembelajaran segala ilmu terapan yang di simulasikan dan dilakukan di alam terbuka atau tertutup dengan bentuk permainan - permainan yang efektif, yang menggabungkan antara intelegensi, fisik dan mental.

Saat ini diketahui bahwa banyak sekali munculnya perusahaan baru berdiri yang bergerak dibidang jasa dan salah satunya di bidang outbound. Dan dari munculnya perusahaan baru tersebut ada sebagian yang tetap bisa berkembang dan bersaing karena mampu beradaptasi dengan perkembangan bisnis sekarang ini dengan menciptakan dan memberikan inovasi - inovasi baru yang menjadi kebutuhan dari masyarakat. Dan ada sebagian pula perusahaan tersebut menghilang atau bangkrut karena kalah dalam persaingan bisnis dengan munculnya beberapa perusahaan jasa yang lain yang bisa lebih memberikan inovasi baru dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu perlu adanya sebuah strategi bagi perusahaan agar nantinya tetap mampu berkembang dan bersaing dengan perusahaan jasa yang lain. Untuk itu perusahaan harus memiliki suatu strategi bisnis dalam menghadapi persaingan bisnis dengan perusahaan lain. Strategi bisnis merupakan langkah - langkah yang dijalankan oleh perusahaan dalam upaya meraih keunggulan bersaing secara luas. Penerapan strategi bisnis merupakan pondasi awal perusahaan dalam menentukan bisnis yang akan dijalankan dan nantinya dapat mempermudah perusahaan dalam mencapai tujuannya. Strategi bisnis dibuat agar nantinya perusahaan dapat memperoleh hasil yang efektif dan efisien, sehingga dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Untuk dapat membuat strategi bisnis yang optimal, kita harus terlebih dahulu mengetahui model bisnis yang ada saat ini.

Di antara berbagai Konsep Manajemen, model bisnis kini menjadi yang sangat populer dan konsep model bisnis berkembang seiring berkembangnya e-business yang di pandang membutuhkan model bisnis yang berbeda dengan bisnis konvensional. Konsep model bisnis juga banyak digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan sepaik terjang perusahaan. Dari berbagai model bisnis yang ada, *Business Model Canvas* adalah yang paling unik. *Business Model Canvas* yang dikembangkan Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur ini di sajikan dalam bentuk

visual berupa kanvas lukisan sehingga sangat memudahkan untuk dimengerti oleh pembacanya. Dalam bukunya yang berjudul “ *Business Model Generation*” (2010) , Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur membuat suatu kerangka *business model* yang berbentuk kanvas dan terdiri dari 9 kotak berisikan elemen elemen penting yang menggambarkan bagaimana organisasi menciptakan dan mendapatkan manfaat bagi dan dari pelanggan. 9 elemen tersebut terdiri *customer segment, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resource, key activities, key partnership, dan cost structure*. Dari bisnis model canvas ini diharapkan perusahaan dapat menciptakan strategi bisnis yang mampu membuat perusahaan berkembang dan bersaing dengan perusahaan lain.

Penelitian mengenai *Business Model Canvas* mulai banyak dilakukan oleh beberapa peneliti dan sudah mulai banyak berkembang. Hal ini menandakan bahwa *Business Model Canvas* mulai banyak dilakukan oleh perusahaan perusahaan di Indonesia. Penelitian yang dilakukan oleh Dian Jingga Permana (2013) mengenai analisis peluang bisnis media cetak melalui pendekatan *Business Model Canvas* untuk menentukan strategi bisnis baru menunjukkan bahwa melalui *Business Model Canvas* adalah sebuah metode yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk menentukan strategi bisnis yang optimal di masa mendatang. Boedianto dan Harjati (2015) mengenai strategi pengembangan bisnis pada depot selaris dengan pendekatan *Business Model Canvas* menunjukkan hal yang sama yaitu *Business Model Canvas* dapat digunakan sebagai pendekatan untuk menciptakan strategi pengembangan bisnis. Ellizabeth Cindy Tjitradi (2015) mengenai Evaluasi dan Perancangan model bisnis berdasarkan *Business Model Canvas* yang dalam penelitiannya menyatakan bahwa *Bussines Model Canvas* adalah sebuah model bisnis yang dapat dijadikan bahan evaluasi dan perancangan sebuah model bisnis baru yang lebih baik dan modern bagi usaha yang sedang dijalankan dimasa depan. Penelitian yang sama juga dilakukan oleh Riza Kurniasari dan Dwi Kartikasari (2018) tentang penerapan bisnis model *Business Model Canvas* terhadap bisnis angkutan jasa penumpang yuang menunjukkan hasil yang sama yaitu *Business Model Canvas* dapat dijadikan strategi bisnis perusahaan yang lebih baik.

Penelitian mengenai *Business Model Canvas* penting dilakukan kembali karena masih belum banyak dilakukan oleh peneliti lain di Indonesia. Selain itu penelitian ini bertujuan membantu perusahaan untuk menganalisa strategi bisnis yang dijalankan melalui pendekatan *Business Model Canvas*. Dan diharapkan perusahaan bisa menciptakan strategi bisnis yang baru berdasarkan

pendekatan *Business Model Canvas* sehingga perusahaan mampu berkembang dan bersaing dengan perusahaan lain di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat dan pesatnya perkembangan teknologi. Oleh karena itu, penelitian mengenai *Business Model Canvas* masih menarik untuk diteliti lebih lanjut.

Dari penelitian dan teori yang telah dijabarkan diatas, maka perlu dilakukan penelitian kembali mengenai pengungkapan *Business Model Canvas* sebagai strategi bisnis perusahaan. Maka peneliti tertarik untuk penelitian kembali dengan judul “PERENCANAAN *BUSINESS MODEL CANVAS* SEBAGAI ALTERNATIF STRATEGI BISNIS BARU PADA PERUSAHAAN JASA (PROVIDER OUTBOUND HAPPY TRAINING CENTER).

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasar latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diambil dalam penelitian kali ini adalah:

1. Bagaimana gambaran model bisnis Happy Training Center saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana perancangan model bisnis sebagai bentuk strategi pengembangan bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan di Happy Training Center dengan pendekatan *Business Model Canvas*?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasar latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui dan memahami gambaran model bisnis Happy Training Center berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Untuk memberikan alternative pilihan strategi bisnis yang tepat kepada Happy Training Center dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat teoritis

- Bagi akademisi penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk melakukan penelitian selanjutnya terkait dengan *Business Model Canvas* sebagai strategi bisnis akan tetapi dengan menggunakan penelitian perusahaan yang berbeda.
- Penelitian ini diharapkan dapat mendorong peneliti lain untuk melakukan pengembangan penelitian mengenai *Business Model Canvas* sebagai strategi bisnis dengan model yang lebih kompleks dari penelitian yang sebelumnya.

### 2. Manfaat Praktis

- Penelitian tentang *Business Model Canvas* diharapkan dapat membantu dan mendukung perusahaan dalam pengembangan strategi bisnis.
- Penelitian ini juga diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk perusahaan di Indonesia terhadap *Business Model Canvas* sebagai strategi bisnis.