

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pengembangan usaha adalah salah satu upaya yang dilakukan oleh pemilik bisnis guna meningkatkan profitabilitas bisnisnya atau kemampuan bisnis untuk dapat menghasilkan keuntungan lebih dengan menggunakan semua modal yang dimiliki oleh bisnis tersebut. Di tengah persaingan bisnis yang kian ketat ini, melakukan pengembangan usaha adalah hal yang wajib dilakukan oleh setiap pemilik bisnis agar mampu tetap bertahan. Pasalnya, persaingan bisnis tidak memandang besar atau kecilnya skala bisnis. Baik itu di bisnis skala besar atau skala kecil, pada masing-masing tingkatnya, tentu terdapat kompetisi antar bisnis yang tidak dapat dihindari. Oleh karena itu, diperlukan strategi efektif yang perlu disusun karena mengimplementasikan pengembangan usaha adalah hal yang tidak bisa dilakukan tanpa ada rencana yang jelas.

Pearce dan Richard B. Robinson (2014:3) menjelaskan bahwa manajemen strategis adalah suatu rangkaian keputusan dan tindakan yang menghasilkan formulasi dan implementasi rencana untuk mencapai tujuan perusahaan. Manajemen strategi tidak berfokus hanya pada pencapaian tujuan perusahaan, namun dengan adanya manajemen strategi diharapkan perusahaan dapat memiliki nilai yang dicari konsumen. Sebuah organisasi berusaha untuk menemukan dan mengembangkan strategi untuk dapat bersaing dengan organisasi yang lain. Mengembangkan strategi yang belum diimplementasikan oleh organisasi lain atau menggunakan strategi yang lebih baik dari organisasi lain akan menciptakan keunggulan bersaing. Upaya jangka panjang yang dilakukan oleh organisasi adalah untuk tetap menjaga atau mempertahankan keunggulan bersaingnya sehingga organisasi tersebut mendapatkan keuntungan.

Menurut Gunawan (2016), penggunaan *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. *Business Model Canvas* juga membantu perusahaan untuk mengenali apa yang menjadi *value proposition* perusahaan, serta bagaimana membangun dan menjalankan *key activities* dan *key resources* dalam menciptakan *value proposition* dan mendapatkan *revenue stream*, memahami bagaimana produk dan jasa yang ditawarkan perusahaan dapat

dikomunikasikan dengan baik kepada konsumen hingga sampai ketangan konsumen untuk dikonsumsi.

Business Model Canvas (BMC) menjelaskan dasar-dasar menciptakan, menyampaikan, dan mengevaluasi bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2012). *Business Model Canvas (BMC)* diperkenalkan pada tahun 2005 oleh pengusaha Swiss yaitu Alexander Osterwalder dalam bukunya *Business Model Generation*. Di sini ia menjelaskan struktur sederhana yang mewakili elemen dasar model bisnis. *Business Model Canvas (BMC)* sering digunakan oleh berbagai kalangan bisnis karena ringkasan ide bisnis yang lebih mudah dan cepat ketimbang *Business Plan* yang dibuat berpuluh-puluh halaman untuk membuat konsep ide bisnis. *Business Model Canvas (BMC)* memiliki sembilan faktor elemen penting di dalamnya; *Customer Relationship* (Hubungan Konsumen), *Value Proposition* (Nilai Proposisi Konsumen), *Channels* (Saluran Distribusi), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Customer Segments* (Segmentasi Konsumen), *Cost Structure* (Struktur Biaya), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), dan *Key Partnership* (Kerja Sama). Dengan adanya *Business Canvas Model (BMC)*, penggambaran model bisnis dengan sembilan elemen yang saling berhubungan menjadi menarik serta membantu memahami elemen yang dapat membantu perusahaan untuk mengembangkan nilai untuk konsumen supaya menjadi lebih terarah dan lebih baik.

Menurut Novitha Herawati, Triana Lindriati, dan Ida Bagus Suryaningrat (2019) Perencanaan model bisnis terbaik usaha edamame goreng terletak pada komponen *value proposition* pada model bisnis kanvas adalah renyah, alami, kemasan berstiker, dan penggunaan minyak goreng yang baik. Komponen *customer segment* adalah pembeli seluruh wilayah Kabupaten Jember, pria dan wanita pada rentang usia di atas 20 tahun dengan penghasilan menengah ke atas. Komponen *revenue stream* adalah penjualan produk edamame goreng, penjualan minyak yang tidak terpakai, penjualan kulit edamame kepada peternak. Selain itu, komponen *channels* yang digunakan pada usaha edamame goreng adalah *direct selling* dan *retailer* di lingkungan Kabupaten Jember.

Persaingan yang tinggi membuat pengembangan usaha sangat penting bagi sebuah usaha baik dibidang mana pun usaha tersebut bergerak, karena sering dijumpai banyak jenis usaha yang berjalan di bidang yang hampir mirip bahkan ada yang sama. Hal tersebut membuat pelaku usaha harus mempertimbangkan beberapa strategi untuk mempertahankan usahanya seperti misalnya membuka

cabang lokasi usaha. Dengan begitu maka bisnis yang dijalankan akan mampu menguasai pasar yang sesuai dengan target yang telah direncanakan. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat tetap bertahan dan bersaing dengan kompetitor lain (Meliala, 2017).

Usaha pempek menjadi salah satu usaha dengan prospek usaha yang menjanjikan. Pempek sangat cocok dijalankan bagi Anda yang mencari pilihan usaha dengan modal rendah namun menguntungkan. Tingginya minat masyarakat terhadap kuliner pempek di Palembang memberikan dampak positif bagi penghasilan pengrajin pempek. Saat ini pelanggan pempek tidak hanya berasal dari Kota Palembang, melainkan dari berbagai kota yang ada di Indonesia bahkan dari luar Indonesia. Beragam inovasi dilakukan oleh pengrajin pempek dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas pempek yang diproduksi.

Usaha pempek di Palembang merupakan usaha yang menjanjikan dalam potensi pasar yang sangat luas dan sangat mudah diterima oleh masyarakat kita. Banyaknya kompetitor yang serupa seperti Pempek Pak Raden, Pempek Nony, Pempek Candy dengan Toko Pempek Sentosa menyebabkan persaingan yang ketat. Daya saing antara usaha Toko Pempek inilah yang menarik untuk diteliti karena Pempek Sentosa Palembang merupakan satu dari sekian banyak usaha. Pempek Sentosa sendiri juga tidak hanya menjual Pempek tetapi menjual makanan lainnya seperti Model, Tekwan, Rujak Mie, dan Minuman lainnya. Peneliti ingin mengetahui bagaimana cara Pempek Sentosa Palembang mengembangkan bisnis mereka di tengah persaingan bisnis Toko Pempek yang semakin marak dan ramai di Palembang.

Usaha pempek menjadi salah satu usaha dengan prospek usaha yang menjanjikan. Pempek sangat cocok dijalankan bagi Anda yang mencari pilihan usaha dengan modal rendah namun menguntungkan. Tingginya minat masyarakat terhadap kuliner pempek di Palembang memberikan dampak positif bagi penghasilan pengrajin pempek. Saat ini pelanggan pempek tidak hanya berasal

dari Kota Palembang, melainkan dari berbagai kota yang ada di Indonesia bahkan dari luar Indonesia. Beragam inovasi dilakukan oleh pengrajin pempek dalam rangka meningkatkan kualitas dan kuantitas pempek yang diproduksi.

Toko pempek yang memiliki nama “Pempek Sentosa” ini merupakan toko pempek terbesar yang terletak di daerah Plaju yang berlokasi di Jalan Jenderal Ahmad Yani No.14, 14 Ulu Seberang Ulu I Kota Palembang yang di dirikan pada tahun 2000 Selama 20 tahun lebih usaha berjalan menunjukkan perkembangan ekonomi yang cukup signifikan terhadap kemajuan usahanya, kapasitas produksi yang cukup mampu memproduksi pempek lebih dari 100 kg perharinya, dengan omset penjualan yang terbilang cukup tinggi berkisar Rp. 2.500.000 – Rp.3.500.000 perharinya, dan sarana prasarana yang dimiliki lengkap karena masih menggunakan metode tradisional untuk memproduksi pempek tersebut dan untuk tempat produksi aneka pempek itu berbeda dengan tempat penjualannya. Berikut ini adalah tabel 1.1 pendapatan 3 tahun terakhir dari 2019 s/d 2021.

Tabel 1.1 Pendapatan 3 Tahun Terakhir

2019	2020	2021
Rp.918.000.000	Rp.720.000.000	Rp.1.080.000.000

Sumber: Pempek Sentosa (2023)

Dari latar belakang diatas menjadi dasar pertimbangan penulis untuk mengetahui bagaimana strategi pengembangan usaha yang dilakukan oleh Pempek Sentosa dalam meningkatkan daya saing serta mengembangkan usahanya dengan demikian penulis memilih judul skripsi sebagai berikut:

“STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA PEMPEK SENTOSA KOTA PALEMBANG MENGGUNAKAN METODE *BUSINESS MODEL CANVAS*”.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka masalah yang diperoleh ialah bagaimana menerapkan *Business Model Canvas* pada Toko Pempek Sentosa kota Palembang.

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian berlokasi di Jl. Jendral Ahmad Yani No.14 , dengan objek penelitian yaitu Pempek Sentosa, penelitian ini diperkirakan akan menghabiskan waktu selama 4 bulan dimulai dari proses penyiapan proposal, pengumpulan data awal, melakukan observasi yang akan digunakan untuk penelitian, setelah itu baru menganalisa data dan penulisan laporan yang akan dibuat.

1.4 Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk mengetahui penerapan Metode *Business Model Canvas* pada Toko Pempek Sentosa Kota Palembang.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis
 - a. Untuk pengembangan ilmu kewirausahaan jurusan Administrasi Bisnis program studi Manajemen Bisnis
 - b. Memberikan informasi penelitian dan hasil dari penelitian ini supaya dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Aspek Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat melalui Metode BMC yang telah dilakukan untuk mengetahui strategi pengembangan usaha pada Toko Pempek Sentosa Palembang.