

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian**

CV Joftra adalah perusahaan IT yang mengembangkan aplikasi untuk kebutuhan instansi pemerintah dan swasta. Didirikan tahun 2015 di kota Bandung. Pada awalnya CV Joftra mengembangkan aplikasi berbasis web untuk company profile, GIS untuk jalan dan jembatan berbagai propinsi di Indonesia, merambah ke berbagai sistem aplikasi pelayanan publik untuk pemerintahan serta jaringan komputer. Termasuk mengembangkan sistem kontrol otomasi industri dan lab.

Pada tahun 2021 CV Joftra berganti nama menjadi CV Joint Effect Transform dan berfokus pada bidang konsultasi bisnis dan IT. CV Joint Effect Transform berlokasi di Komplek Cherryfield Cluster Calosa No 169f Kabupaten Bandung. Perusahaan ini menyediakan berbagai pilihan konsultasi dan pelatihan untuk UMKM.

CV Joint Effect Transform yakin bahwa belajar akan lebih efektif dengan melakukan dibandingkan hanya mendengarkan sehingga selalu mengadopsi pendekatan partisipatif untuk program pelatihan. Aktivitas belajar dengan studi kasus dan peran di desain untuk menyampaikan poin penting pembelajaran. Dengan demikian dalam waktu singkat dapat memberikan ilustrasi berbagai pengalaman.

Visi CV Joint Effect Transform adalah:

1. Menjadi Konsultan Bisnis yang dipercaya, profesional dan dapat diandalkan.
2. Menjadi Konsultas Bisnis untuk bisa beradaptasi dengan volatilitas, ketidakpastian, kompleksitas dan ambiguitas.

Misi CV Joint Effect Transform adalah:

1. Memberikan layanan yang professional, komprehensif dan berkualitas.
2. Membangun hubungan jangka panjang dan jaringan yang baik dengan pemangku kepentingan.
3. Mengembangkan karyawan menjadi konsultan yang profesional dan terpercaya agar dapat memberikan layanan yang sesuai dengan harapan klien.

4. Menciptakan keseimbangan kehidupan kerja berdasarkan asas kekeluargaan dan lingkungan kerja yang kondusif.

CV Joint Effect Transform berfokus untuk mengembangkah usaha kecil agar dapat berkembang. Pelayanan yang diberikan PT ABC diantaranya adalah:

1. Advisory Service (Jasa Konsultasi)

Menyediakan jasa konsultasi terhadap organisasi/lembaga/perusahaan maupun UMKM, agar dapat semakin berkembang. CV Joint Effect Transform mengidentifikasi masalah dan memberikan solusi. CV Joint Effect Transform membantu membuat perencanaan bisnis ke depan agar dapat mencapai target yang diinginkan perusahaan. Layanan ini mencakup:

- Mempelajari secara menyeluruh bisnis klien/perusahaan, dengan mempelajari data perusahaan, informasi dari pemilik dan pegawai, melakukan pengecekan keuangan perusahaan, mengunjungi perusahaan, dan sebagainya.
- Menjalin hubungan dan komunikasi yang baik dan terbuka dengan para pekerja di perusahaan.
- Mengidentifikasi dan mengevaluasi kelebihan dan kekurangan perusahaan, serta masalah yang dihadapi dan peluang yang dimiliki.
- Memberikan alternatif solusi terhadap permasalahan yang dihadapi atau ancaman yang dihadapi perusahaan.
- Menyusun rencana untuk memanfaatkan dan memaksimalkan peluang yang ada.

2. Pelatihan

Menyediakan jasa pelatihan terhadap organisasi/lembaga/perusahaan. Layanan ini mencakup:

- Marketing  
Pelatihan yang diberikan kepada klien diantaranya merk dan logo, pengemasan, menentukan HPP, distribusi produk yang efisien, cara promosi dan media promosi yang tepat.
- Keuangan

Pelatihan yang diberikan kepada klien agar memiliki pengelolaan keuangan yang baik untuk meningkatkan keuntungan dengan mengembangkan usahanya, serta dapat mengetahui perkembangan usaha. Hal ini dilakukan dengan memberikan pelatihan penyusunan laporan keuangan yang baik.

## 1.2. Latar Belakang Penelitian

CV Joint Effect Transform mengalami kegagalan yang mengharuskan untuk memberhentikan usahanya pada tahun 2021 dikarenakan model bisnis yang masih kurang jelas serta sulitnya untuk membentuk *value map* dan *customer profile*. Sehingga pada tahun 2022 ini CV Joint Effect Transform ingin kembali membangun usahanya dengan merombak segala strategi bisnis model yang dimilikinya pada awal mula usaha tersebut di bangun serta melakukan validasi dengan menciptakan *value map* yang sesuai dengan *customer profile* untuk menghindari resiko kegagalan. Permasalahan ini menjadikan tantangan yang mendorong untuk mengetahui lebih jauh permasalahan utama baik yang dialami oleh CV Joint Effect Transform maupun calon konsumen dari CV Joint Effect Transform.

CV Joint Effect Transform memiliki ide untuk membuat platform aplikasi konsultasi yang bisa menjadi media pendampingan UMKM agar produktivitasnya lebih cepat meningkat. Ide ini perlu di validasi agar nantinya dapat diperoleh bukti-bukti yang nyata apakah model layanan jasa konsultasi yang di desain layak untuk di jalankan, sehingga ide yang bagus tidak berujung menjadi halusinasi (Osterwalder&Pigneur, 2010). Osterwalder dan Pigneur menuliskan buku “Value Proposition Design, How to Create Products and Services Customers Want” yang dapat dijadikan pedoman untuk mengukur *value proposition* sebuah ide bisnis sehingga mengurangi resiko dan mengurangi ketidak pastian yang terjadi .

Jasa Konsultasi ini contohnya ialah jasa Branding dan digital marketing, Pendampingan Penyusunan Rencana Usaha (*Business Plan*), Jasa Pengurusan segala macam perijinan dan legalitas usaha, Jasa Keuangan dan perpajakan, Jasa publikasi usaha dan promo UMKM, Jasa Desain Branding, Jasa membuat Logo

produk, Jasa Manajemen Sosial Media (IG, whatapp), Jasa pelatihan laporan keuangan digital, Jasa membuat mobile app, dan lain lain.

Saat ini CV Joint Effect Transform sedang mencoba mengembangkan aplikasi untuk konsultasi bisnis UMKM. CV Joint Effect Transform bermaksud untuk mengembangkan aplikasi yang mempertemukan antara pelaku usaha dengan jasa konsultan bisnis. Ide ini terlihat bagus, tetapi belum pernah dilakukan pengukuran *value proposition* sebelumnya. Hal ini dikarenakan keterbatasan ilmu dan kemampuan serta kurangnya pemahaman mengenai metode validasi ide. Ide Aplikasi Bisnis online ini perlu di ukur *value proposition* agar nantinya dapat diperoleh bukti-bukti yang nyata apakah model layanan jasa konsultasi yang di desain layak untuk di jalankan, sehingga ide yang bagus tidak berujung menjadi halusinasi (Osterwalder&Pigneur, 2010).

Namun yang namanya ide bisnis tetaplah sebuah ide, belum terukur dan belum tervalidasi. Maka akan wajar apabila gagasan bisnis itu terbentur dengan sejumlah pertanyaan seperti: (1) Apakah ide tersebut sudah tepat sasaran? (2) Apakah semangat dan wawasan dalam gagasan itu sudah mencerminkan kebutuhan pasar? (3) Bagaimana mengukur kebutuhan pasar agar produk yang dihasilkan nanti bisa dipakai masyarakat,

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian mengenai DESAIN PROPOSISI NILAI LAYANAN KONSULTASI USAHA MIKRO, KECIL, dan MENENGAH (UMKM) di CV JOINT EFFECT TRANSFORM.

### **1.3. Perumusan Masalah**

Latar belakang diatas memberikan gambaran bahwa untuk menjalankan usaha tidak akan terlepas dari adanya hambatan atau permasalahan. Hal ini berlaku pada CV Joint Effect Transform yang didirikan pada masa pandemi sehingga memiliki tantangan pada awal merintis dalam mencari konsumen yang ingin menggunakan jasanya.

Seiring berjalannya usaha tersebut CV Joint Effect Transform ini mengalami defisit keuangan pada akhir 2021 dan mengharuskan untuk melakukan pengurangan

karyawan. Salah satu penyebab kegagalan ini karena inovasi layanan yang diciptakan sebelumnya tidak melalui proses riset maupun validasi apakah inovasi layanan tersebut sesuai dengan yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumennya atau tidak serta penentuan harga yang kurang tepat sehingga tidak didapatkan keuntungan yang signifikan.

CV Joint Effect Transform belum melakukan Analisa kebutuhan pasar secara mendalam dan terstruktur. Agar inovasi yang dikembangkan dapat sesuai dengan kebutuhan pasar maka pada tahap awal CV Joint Effect Transform perlu memastikan masalah utama apa yang dapat dipecahkan di lapangan dan ditemukan solusinya. Hal ini penting dilakukan untuk mengurangi resiko kegagalan saat produk di lepas ke pasar. CV Joint Effect Transform perlu memformulasikan inovasi yang dikembangkan dengan pendekatan yang tepat, yang dapat menawarkan nilai yang sesuai dengan kebutuhan konsumen sehingga menjadi peluang pasar.

Mengukur *value proposition* merupakan kegiatan fundamental yang penting untuk dilakukan para pelaku startup. Bahkan, dapat dikatakan fase ini merupakan fase krusial dimana founder dapat melihat apakah ide startup yang dimiliki dapat diterima oleh pasar dengan baik atau tidak. Setiap orang bisa membuat ide bisnis. Akan tetapi, tanpa divalidasi dengan baik ide tersebut belum dapat dibuktikan skalabilitasnya.

Maka penelitian ini akan mengeksplorasi interaksi antara pelaku usaha konsultan bisnis dengan pengguna layanan sehingga *pain* dan *gain* dari kedua belah pihak dapat dijadikan dasar untuk menciptakan solusi berbasis digital. Fokus penelitian ini adalah pada rumusan *customer jobs*, *pains*, dan *gains* untuk target pasar CV Joint Effect Transform dengan menggunakan pendekatan desain proposisi nilai sebagai alat untuk mengetahui dan memvalidasi serta dapat digunakan untuk mengetahui karakteristik target konsumen yang lebih spesifik, untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan produk dan layanan yang sesuai dengan preferensi konsumen agar target konsumennya dapat terlayani dengan menyeluruh. Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka dapat dirumuskan melalui pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana customer profile jasa layanan konsultasi UMKM dari CV Joint Effect Transform?
2. Bagaimana value map jasa layanan konsultasi UMKM dari CV Joint Effect Transform?
3. Bagaimana kecocokan antara value propositions dengan customer profile?

#### **1.4. Tujuan Penelitian.**

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengidentifikasi Customer Profile CV Joint Effect Transform
- b. Untuk mengetahui Value Map Xara Creative CV Joint Effect Transform.
- c. Untuk mengetahui kecocokan (fit) antara Value Map dengan Customer Profile.

Batasan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pemodelan proses bisnis jasa layanan konsultasi UMKM dari CV Joint Effect Transform dibuat menggunakan metode value proposition design.
2. Obyek perusahaan tidak dibahas sebagai input permasalahan, namun hanya sebagai objek uji validasi dan verifikasi proses bisnis.

#### **1.5. Manfaat Penelitian.**

##### **1.5.1. Aspek Akademis**

1. Ilmu Pengetahuan

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi sumber informasi atau referensi penelitian terkait konsultan bisnis dengan menghasilkan hipotesis yang berfokus pada layanan jasa layanan konsultasi bisnis. Dan diharapkan dapat berkontribusi dalam menambah penelitian objek baru dalam lingkup perancangan Proposisi Nilai pada UMKM.

2. Penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat terhadap penelitian selanjutnya dengan menjadi referensi penelitian di lingkup analisis bisnis UMKM dengan menggunakan Value Proposition Design.

### **1.5.2. Aspek Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi Usaha CV Joint Effect Transform dan Usaha mikro lainnya untuk mengambil keputusan dalam melakukan pengembangan bisnisnya. Dengan menggunakan Value Proposition Design diharapkan dapat membantu Usaha Mikro CV Joint Effect Transform dan Usaha mikro lainnya untuk memahami kebutuhan dan keinginan target pasar, sehingga nilai yang di tawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

## **1.6. Sistematika Penulisan**

### **Bab I   Pendahuluan**

Pada bab ini diuraikan tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II   Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini diuraikan mengenai kajian pustaka dari penelitian-penelitian terdahulu sehingga dapat menemukan kesenjangan penelitian dan menentukan posisi penelitiannya. Dalam bab ini juga membahas proses pembentukan kerangka *thinking* dari penelitian ini.

### **Bab III   Metodologi Penelitian**

Pada bab ini diuraikan mengenai jenis penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, situasi sosial, pengumpulan data beserta sumber data, validitas dan reliabilitas, serta teknik analisis data.

### **Bab IV   Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Pada bab ini diuraikan mengenai karakteristik responden dan hasil penelitian. Data tersebut dianalisis dalam pembahasan hasil penelitian

### **Bab V   Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini diuraikan kesimpulan dari hasil penelitian dan usulan saran dalam aspek akademis dan praktis.