

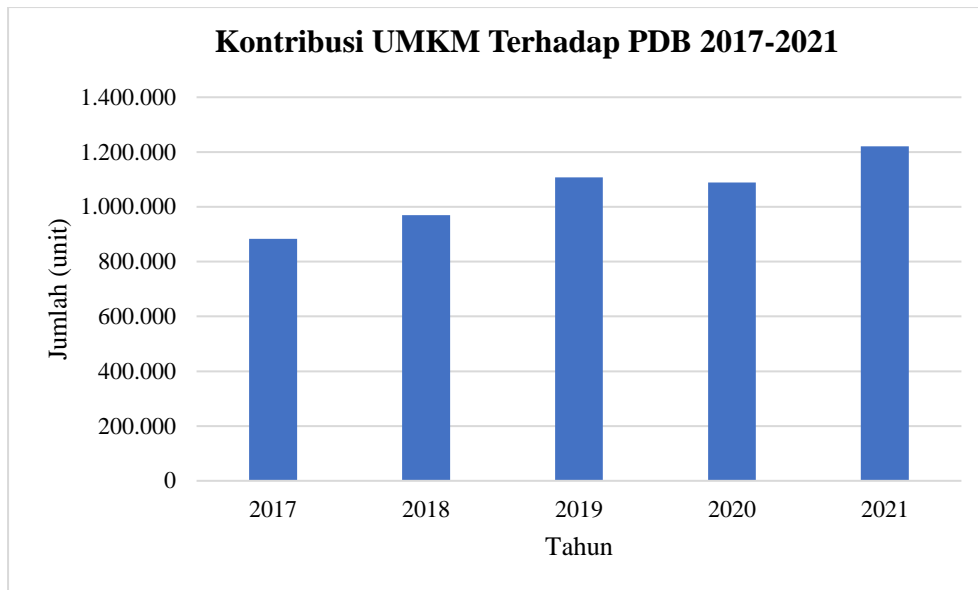
BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan strategis dalam pembangunan ekonomi nasional karena tidak hanya mendorong pertumbuhan ekonomi dan penyerapan tenaga kerja, tetapi juga pemerataan hasil pembangunan (Amalia et al. 2019). Beberapa tahun yang lalu, saat terjadi krisis ekonomi yang melanda negara kita, ketika banyak perusahaan besar yang berhenti beroperasi, usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) terbukti lebih tangguh menghadapi krisis. Namun, UKM juga memiliki kelemahan dalam mengumpulkan informasi yang diyakini berhubungan langsung dengan faktor internal. Sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) berperan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Keberadaan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mengurangi pengangguran, hal ini disebabkan tenaga kerja yang terserap dalam angkatan kerja.

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) juga terbukti menjadi pilar ekonomi yang kuat (Kementerian Keuangan, 2015). Usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian. Berdasarkan data BPS Tahun 2014, jumlah UKM di Indonesia sebanyak 57,89 juta unit atau 99,99 persen dari total jumlah pengusaha nasional, pangsa UKM dalam kesempatan kerja sebesar 96,99 persen, dan pembentukan PDB sebesar 60,34 persen. Hal ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah UKM terbesar di dunia (Andry, 2016). Berdasarkan pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa peran usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dalam setiap perencanaan pembangunan ekonomi di Indonesia harus menjadi bagian prioritas pemerintah.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) adalah salah satu hal penting dari perekonomian Indonesia. UMKM Indonesia berkontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) yang dapat dilihat pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. 1 Kontribusi UMKM terhadap PDP, 2017-2020

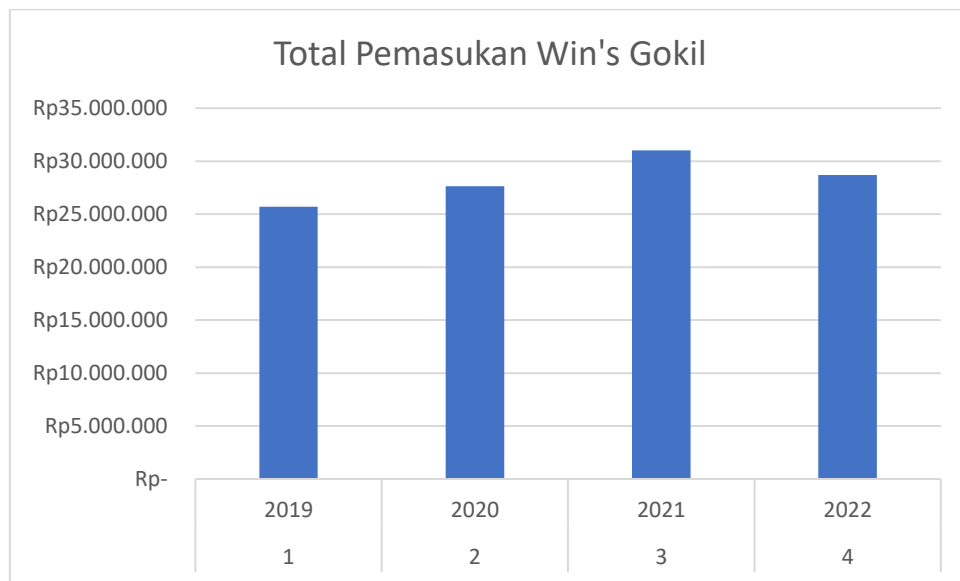
Dengan perkembangan pesat yang terjadi pada UMKM pada saat ini UMKM dituntut untuk meningkatkan daya saing dengan melakukan inovasi (Darwanto, 2013). Hal ini perlu dilakukan oleh UMKM sebagai upaya dalam meningkatkan inovasi dan kreativitas agar dapat bertahan dan bersaing karena UMKM mengalami pertumbuhan yang signifikan. Kemunculan bisnis kecil dan *startup* saat ini sangat memiliki kontribusi yang besar terhadap perekonomian negara di seluruh dunia, baik negara berkembang maupun negara yang telah maju. Salah satu jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang saat ini pertumbuhan bisnisnya sedang berkembang adalah usaha jasa penatu. Jasa penatu merupakan bisnis yang bergerak di bidang jasa pencucian. Kegiatan bisnis jasa penatu berfokus kepada cuci, setrika, dan *dry cleaning*. Menurut Ketua Umum Asosiasi Pengusaha Laundry Indonesia (APLINDO), Wasono Raharjo naiknya angka pertumbuhan pariwisata dan hotel, juga rumah sakit, pemukiman penduduk dan apartemen di Indonesia sangat memacu pertumbuhan usaha penatu dan *cleaning service* (Putri, 2014).

Laundry adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa laundry dan setrika. Laundry juga dapat diartikan sebagai kegiatan mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya dan juga sebagai tempat untuk mencuci pakaian atau bahan tekstil lainnya (Samosir, 2014). Jasa laundry dapat dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu yang pertama berdasarkan sistem perhitungan. Yang terdiri dari laundry satuan, laundry kiloan, laundry berlangganan. Kedua, berdasarkan sistem pencucian. Terdiri dari laundry biasa atau normal yaitu proses pencucian untuk menghilangkan kotoran dan noda pada kain dengan memakai air dan bahan kimia pencuci, baik dengan menggunakan mesin maupun tangan. Selain itu, ada laundry *dry cleaning*, dimana dilakukan proses pencucian untuk menghilangkan kotoran dan noda pada kain namun berbeda dengan laundry biasa karena disini dilakukan dengan menggunakan bahan kimia dan mesin yang khusus, biasanya bahan kimia yang digunakan pada mesin *dry cleaning* adalah *solvent perchloroethylene*. Ketiga, berdasarkan waktu pengerjaan. Terdiri dari laundry kilat atau 5 jam pengerjaan, laundry *one day service* atau satu hari pengerjaan, laundry *two days service* atau dua hari pengerjaan, laundry *ordinary/regular* adalah jenis laundry yang melayani dengan lama waktu pengerjaan tiga sampai empat hari.

Usaha Win's Gokil merupakan Usaha Mikro yang bergerak di bidang gosok pakaian kiloan, dikarenakan usaha Win's Gokil memiliki pendapatan dibawah Rp 50.000.000,00 (lima puluh juta) dan memiliki pegawai dibawah 5 orang maka dikategorikan sebagai usaha mikro. Usaha gosok kiloan ini dikenal dengan Win's Gokil merupakan usaha yang berbeda dari usaha laundry yang telah ada, perbedaan dengan usaha lain ialah Win's Gokil hanya membuka jasa gosok kiloan sedangkan pada umumnya masyarakat membuka usaha laundry yaitu cuci dan gosok pakaian. Win's Gokil telah berdiri di bulan Agustus 2019, Win's Gokil menggunakan sistem *online service* yang dimana para pelanggan harus mengontak pihak Win's Gokil terlebih dahulu agar pakaian yang akan digosok dapat diambil. Win's Gokil menjalankan usahanya di sebuah rumah yang terletak di Pondok Ungu Permai Blok C23 No 4 Kaliabang Tengah Bekasi Utara. Win's Gokil didirikan oleh seorang ibu rumah tangga yang sekaligus mengerjakan pekerjaan gosok dan mencatat keuangan Win's Gokil. Pelanggan pada Win's Gokil rata-rata seorang ibu yang bekerja sebagai karyawan yang tidak memiliki waktu untuk menggosok. Win's Gokil memiliki layanan yang dapat diterima kepada pelanggan sebagai berikut :

- a. *One Day One Service* (Sehari Jadi)
- b. *Free Delivery and Pick Up*
- c. Tinggal WhatsApp dan Kirim Alamat Gosokan Siap Diambil

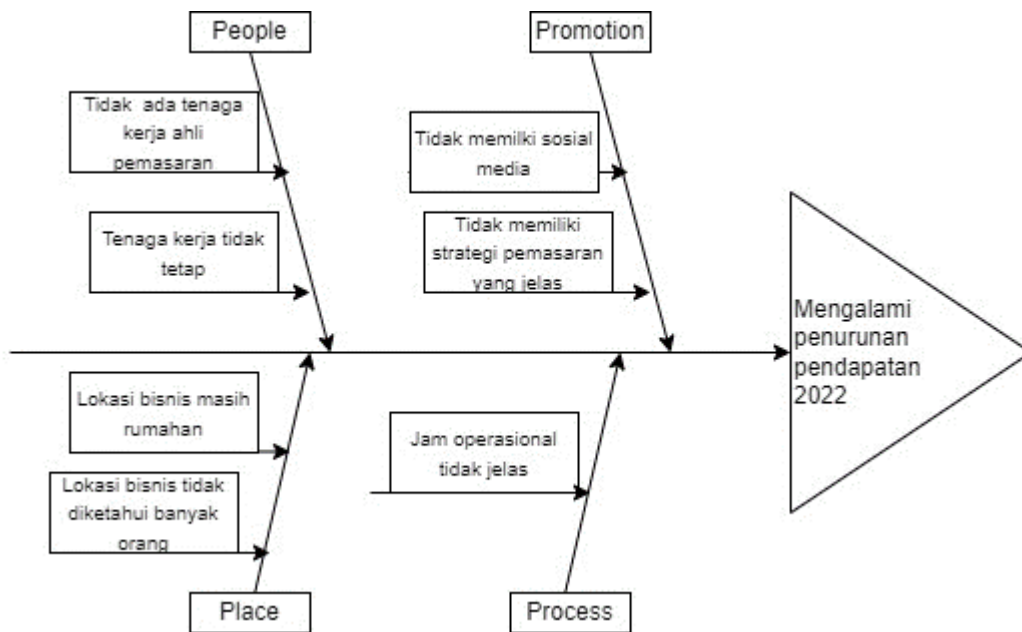
Win's gokil memiliki pendapatan per tahunnya sekitar Rp 27.000.000,00 (dua puluh tujuh juta), dan pendapatan bisa naik tergantung dari pemesanan laundry.



Gambar 1. 2 Grafik Pemasukan Win's Gokil

Dapat dilihat pada gambar 1.2 pendapatan yang dihasilkan oleh Win's gokil Tahun 2019 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 25.000.000,00, pada Tahun 2020 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 27.000.000,00, pada Tahun 2021 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 31.000.000,00, pada Tahun 2022 mendapatkan pendapatan sebesar Rp 28.000.000,00. Menurut data pendapatan pada Win's gokil dari Tahun 2019 hingga 2022, pendapatan yang paling baik atau paling besar yang dihasilkan pada tahun 2021 sebesar Rp 31.000.000,00. Namun berdasarkan data grafik pendapatan yang dihasilkan oleh Win's gokil pada tahun 2019 sampai 2022, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat penurunan penghasilan pada tahun 2022 dikarenakan kompetitor yang tinggi. Persaingan usaha laundry semakin meningkat, dengan terdapat berbagai macam usaha laundry sehingga semakin kuat persaingan bisnis tersebut. Usaha Win's gokil sudah melakukan berbagai macam pemasaran diantaranya adalah *mouth to mouth* dan penyebaran brosur.

Selain masalah penurunan jumlah konsumen, terdapat beberapa masalah yang dihadapi oleh Win's gokil yang digambarkan pada diagram fishbone berikut:



Gambar 1. 3 Fishbone Diagram Win's Gokil

Berdasarkan Gambar 1.3 diatas, terdapat beberapa faktor yang menjadi permasalahan yang dihadapi Win's Gokil, yaitu sebagai berikut:

1. Faktor Manusia

Permasalahan yang dihadapi Win's gokil dari faktor ini yaitu tenaga kerja tidak tetap yang mengakibatkan tidak konsistennya hasil dan pengerjaan yang dilakukan di setiap pesanan. Jam operasional yang tidak jelas pun menjadi salah satu permasalahan yang ada. Hal tersebut berdampak kepada beberapa pesanan tidak sesuai dengan permintaan. Selain itu, Win's gokil juga tidak memiliki tenaga kerja ahli pemasaran yang mengakibatkan kurangnya promosi yang dilakukan untuk mengenalkan bisnis ini.

2. Faktor Promosi

Permasalahan yang dihadapi Win's gokil dari faktor ini yaitu tidak adanya strategi pemasaran yang jelas. Promosi yang dilakukan masih menggunakan pendekatan *mouth to mouth*. Hal tersebut disebabkan oleh pengelolaan manajemen yang masih kurang tertata. Disisi lain, Win's gokil juga tidak memiliki tenaga kerja yang mempunyai keahlian dalam bidang pemasaran, hal tersebut mengakibatkan tidak lancarnya proses pemasaran yang dilaksanakan. Win's gokil sendiri juga belum mempunyai sosial media untuk mempromosikan usaha tersebut.

3. Faktor Proses

Permasalahan yang dihadapi Win's gokil dari faktor ini yaitu tidak adanya jam operasional yang jelas. Jam operasional yang tidak beraturan menyebabkan ketidakkonsistenan hasil dan pengerjaan yang dilakukan di setiap pesanan.

4. Faktor Tempat

Permasalahan yang dihadapi Win's gokil dari faktor ini yaitu dimana bisnis ini masih berkonsep rumahan. Maka dari itu usaha Win's gokil tidak diketahui banyak orang dikarenakan lokasi tempat yang masih rumahan tidak seperti kompetitor lainnya yang memiliki toko diluar rumah.

Pada permasalahan yang telah ditulis pada fishbone diagram diatas, sesuai dengan mengapa penulis mengangkat permasalahan tersebut ialah pendapatan usaha Win's Gokil mengalami penurunan pada Tahun 2022, pendapatan usaha Win's Gokil mengalami penurunan sebesar Rp 3.000.000,00. Pada Tahun 2021 Win's Gokil mendapatkan pendapatan pertahun sebesar Rp 31.000.000,00. Oleh karena itu penulis ingin menggambarkan model bisnis pada usaha Win's Gokil lalu memberikan rumusan strategi pengembangan pada usaha Win's Gokil agar usaha tersebut dapat terus berjalan dengan baik.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang terjadi pada Win's gokil sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis pada Win's gokil jika digambarkan dengan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana rumusan strategi pengembangan bisnis pada Win's gokil?
3. Bagaimana usulan model bisnis pada Win's gokil jika digambarkan dengan *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berikut merupakan tujuan penelitian berdasarkan dari rumusan masalah yang telah ditentukan yaitu;

1. Untuk mengetahui model bisnis pada Win's gokil jika digambarkan dengan *Business Model Canvas*
2. Untuk merumuskan Strategi Pengembangan Bisnis pada Win's gokil
3. Untuk merancang model bisnis usulan pada Win's gokil dengan menggunakan *Business Model Canvas*

1.4 Manfaat Tugas Akhir

Adapun yang menjadi manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari penelitian tugas akhir ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi dalam meningkatkan strategi pengembangan bisnis sehingga perusahaan dapat berkembang dan bersaing dengan kompetitor lainnya.

2. Bagi Peneliti

Hasil dari penelitian tugas akhir ini dapat menjadi tambahan ilmu yang bermanfaat dan menambah pengetahuan mengenai masalah pada bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Selain itu dapat bisa dijadikan sumber referensi untuk penelitian dan tugas akhir lainnya.

1.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penulisan tugas akhir merupakan gambaran umum dari tiap-tiap bab penelitian yang dilakukan. Berikut merupakan sistematika penulisan dari tugas akhir sebagai berikut:

- 1. BAB 1 PENDAHULUAN**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan penelitian, rumusan masalah yang sesuai pada latar belakang, tujuan penelitian sesuai dengan rumusan masalah, manfaat penelitian dari beberapa sudut pandang, dan sistematika penulisan tugas akhir.

- 2. BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi tentang uraian mengenai teori-teori yang berkaitan dengan permasalahan serta menjadi dasar dalam penyelesaian masalah. Uraian tersebut berisi literatur yang membahas berkaitan dengan penelitian, serta pemilihan teori yang dikaitkan dengan permasalahan yang akan dibahas.

- 3. BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN**

Pada bab ini berisi tentang langkah-langkah penelitian untuk menyelesaikan masalah dengan metode yang dipilih sebelumnya dan teori dan metode yang relevan dengan penelitian yang dilakukan untuk membantu menyelesaikan permasalahan.

- 4. BAB 4 PERANCANGAN SISTEM INTEGRASI**

Pada bab ini berisi tentang seluruh kegiatan dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian masalah. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa pengumpulan dan pengolahan data, pengujian data, dan perancangan solusi.

5. BAB 5 VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang penjabaran analisis yang dilihat berdasarkan data yang diolah pada bab sebelumnya hingga menjadi informasi untuk melakukan perancangan strategi pemasaran yang baik.

6. BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari keseluruhan hasil penyelesaian masalah dan saran.