

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan MxD

MxD (*Manhood exceed Denim*) merupakan usaha yang bergerak pada bidang fesyen khususnya celana jeans. Usaha tersebut didirikan oleh Andromeda pada september 2012, pada awal berdiri usaha tersebut bernama Madxdog tetapi dikarenakan satu dan lain hal sang pemilik mengganti nama usahanya pada tahun 2016 menjadi MxD. Andromeda selaku pemilik usaha mendirikan MxD dengan berlandaskan visi dan misi yaitu ingin menjadi pelopor dalam bidang fesyen khususnya celana jeans yang mempunyai kualitas tinggi, baik nasional maupun internasional dan juga ingin memajukan *entrepreneurship* muda agar lebih berkarya, inovasi dan kreatif dalam membangun usaha.



Gambar 1.1 Produk MxD

Sumber : Instagram @mxd.denim

Dapat dilihat pada Gambar 1.1 yang merupakan salah satu produk yang ditawarkan oleh MxD. Selain celana jeans, produk yang ditawarkan bermacam-macam yaitu celana chino, celana cargo, jaket jeans, jaket hoodie, jaket parka, sweater, kemeja dan tshirt. Harga yang ditawarkan untuk setiap produknya sangat bervariasi mulai dari Rp.125.000 – Rp.1.200.000. dalam penjualan produknya MxD lebih berfokus kepada produk yang berbahan dasar denim hal tersebut dikarenakan Andromeda selaku pemilik ingin usahanya tersebut sesuai dengan tag line yaitu denim based dan visi untuk menjadi pelopor celana jeans yang mempunyai kualitas baik nasional maupun internasional. Celana jeans merupakan busana yang begitu populer di dunia fesyen. Celana jeans adalah sejenis celana yang dibuat dari bahan yang keras dan kuat yang disebut denim. Celana jeans tidak hanya digemari kalangan anak muda, trend mode celana jeans ternyata sudah mulai merambah kalangan anak-anak maupun orang dewasa. Bahan denim yang cukup nyaman untuk dikenakan dalam berbagai kegiatan, menjadikan celana jeans sebagai salah satu produk fesyen yang sering digunakan masyarakat baik diacara santai maupun semi formal.

Untuk dapat bersaing dan agar dapat dikenal oleh konsumennya MxD pernah mengikuti event-event yang bertemakan fesyen yaitu seperti trade mark pada tahun 2015, truno street market pada tahun 2014-2016, jakcloth pada tahun 2016 dan juga menjadi sponsor pada saat band asal kota Bandung yaitu Hockey Hook melakukan tournya di beberapa kota di pulau Jawa hal . Pada event-event tertentu biasanya MxD memberikan diskon/potongan harga agar dapat menarik perhatian konsumen untuk . Dalam mengoptimalkan pemasarannya MxD menggunakan beberapa media sosial seperti instagram, facebook dan juga line agar calon konsumen yang tidak bisa datang ke toko masih bisa membeli dan melihat produk yang ditawarkan tetapi untuk konsumen yang ingin melihat langsung produk yang ditawarkan dapat mendatangi offline storenya yang beralamat jl. Pamekar barat 4 no.26 Bandung.

1.1.2 Visi dan Misi

Visi :

Menjadi pelopor dalam bidang fashion khususnya pada celana jeans/denim terkemuka yang mempunyai kualitas tinggi baik nasional maupun internasional

Misi :

1. Memajukan entrepreneurship muda agar lebih berkarya, inovasi dan kreatif dalam membangun usaha.
2. Memajukan industri ekonomi kreatif di bidang fashion.

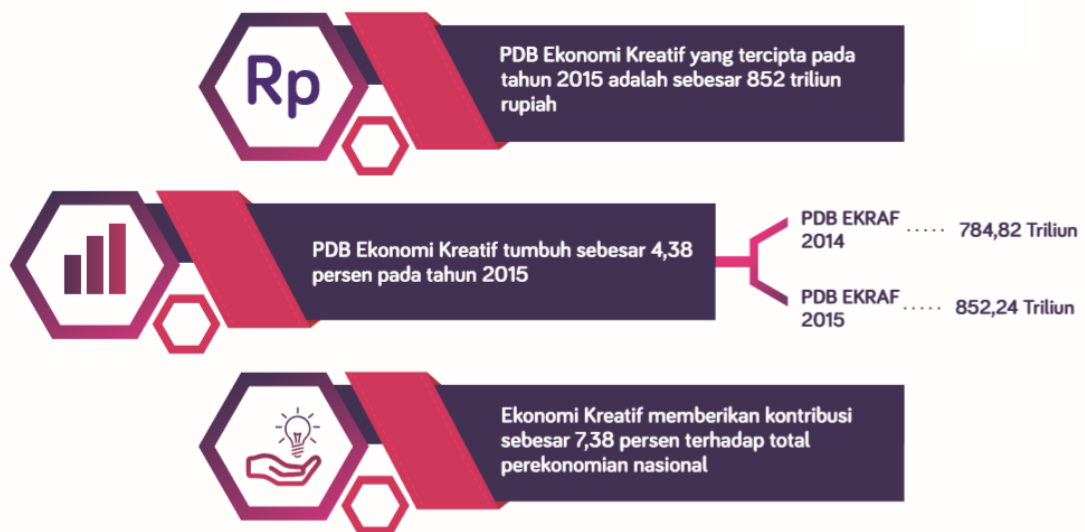
1.2 Latar Belakang

Ekonomi Kreatif merupakan sebuah konsep ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, ide, atau kreativitas dari Sumber Daya Manusia sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. Sumber daya utama dalam Ekonomi Kreatif adalah kreativitas (*creativity*), yakni kapasitas atau kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang unik, solusi dari suatu masalah, atau sesuatu yang berbeda dari pakem (*thinking outside the box*). Badan Ekonomi Kreatif menggunakan definisi dari Rencana Strategis untuk menjabarkan Ekonomi Kreatif, yakni: “Penciptaan nilai tambah dari kreativitas yang dilindungi kekayaan intelektual, dan bersumber dari pengelolaan budaya, ilmu pengetahuan, dan/atau teknologi”. Dalam definisi ini, nilai tambah merupakan unsur yang terpenting selain kreativitas. Misalnya, sebuah kegiatan fotografi yang dilakukan semata hanya karena hobi tidak bisa digolongkan sebagai Ekonomi Kreatif, sedangkan sebuah kegiatan fotografi yang menghasilkan pendapatan dapat digolongkan ke dalam Ekonomi Kreatif (Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif).

Di Indonesia, perkembangan ekonomi kreatif berkembang dengan cepat. Ekonomi kreatif pada saat ini memang memiliki peran penting pada perekonomian

suatu negara, bukan hanya di negara berkembang saja seperti di Indonesia. Hal ini tidak bisa dipisahkan, karena ekonomi kreatif memiliki peran dalam meningkatkan perekonomian sebuah negara. Industri kreatif sangat erat hubungannya dengan tingkat kreativitas manusia sebagai sumber daya utama penggerak roda perekonomian. Banyaknya ekonomi kreatif yang tercipta adalah sebagai bagian dari kreativitas dan inovasi yang dikembangkan oleh seseorang. (Sumber : ilmuseni.com : 2016)

Walaupun Ekonomi Kreatif sangat erat kaitannya dengan Industri Kreatif, namun Ekonomi Kreatif memiliki cakupan yang lebih luas dari Industri Kreatif. Ekonomi Kreatif tidak hanya terkait dengan penciptaan nilai tambah secara ekonomi, tetapi juga penciptaan nilai tambah secara sosial, budaya dan lingkungan (Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif).

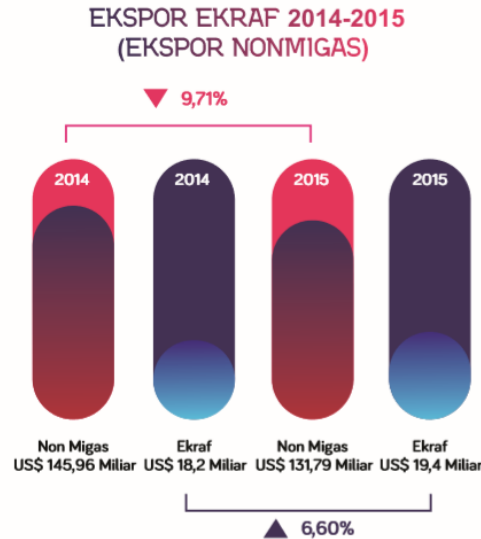


Gambar 1.2 Perkembangan ekonomi kreatif

Sumber : (Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif).

Melihat Gambar 1.2 setiap tahunnya perkembangan ekonomi kreatif selalu bertambah dan berkembang. Pada tahun 2015 Indonesia menghasilkan PDB (Produk Domestik Bruto) sebesar 852,24 Trilliun angka tersebut mengalami peningkatan dari

tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2014 sebesar 784.82 Triliun. (Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif).

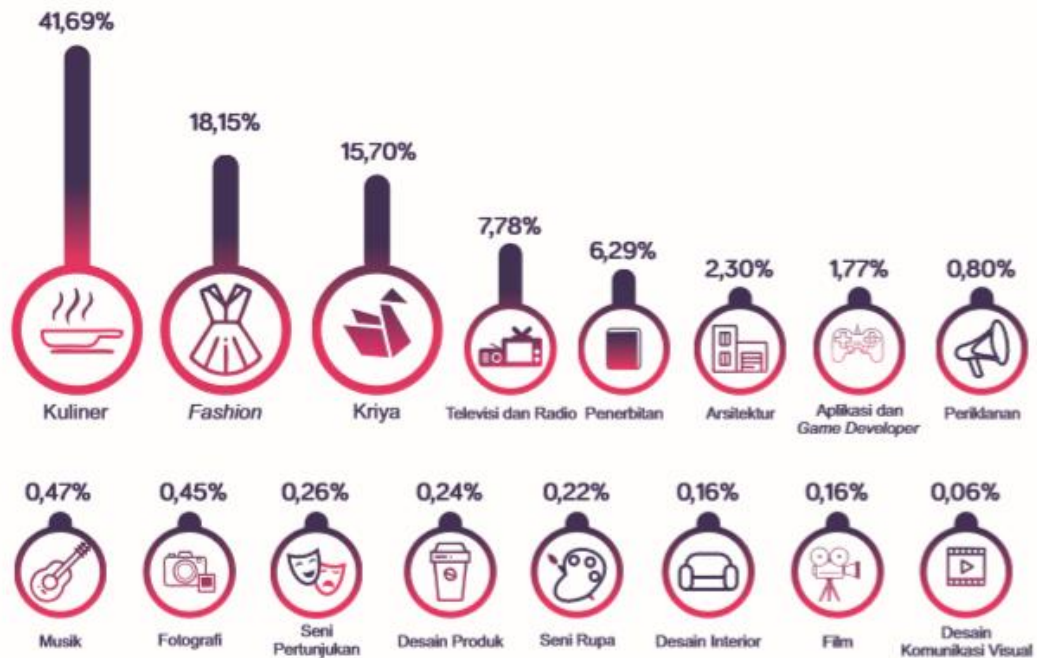


Gambar 1.3 Ekspor ekonomi kreatif

(Sumber : Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif)

Pada Gambar 1.3 dapat kita lihat bahwa ada penguatan ekspor ekonomi kreatif pada tahun 2014 – 2015 sebesar 6,60%, sementara terjadi penurunan pada sektor non migas sebesar 9,71%. Hasil ini mengindikasikan bahwa sektor ekonomi kreatif mampu memberikan kontribusi secara signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Pada tahun 2015, sektor ini menyumbangkan 852 triliun rupiah terhadap PDB nasional (7,38%), menyerap 15,9 juta tenaga kerja (13,90%), dan nilai ekspor US\$ 19,4 miliar (12,88%). Data juga menunjukkan peningkatan kontribusi Ekonomi Kreatif yang signifikan terhadap perekonomian nasional dari tahun 2010-2015 yaitu sebesar 10,14% per tahun. Hal ini membuktikan bahwa Ekonomi Kreatif memiliki potensi untuk berkembang di masa mendatang. (sumber data dan statistik hasil survey badan ekonomi kreatif).

BAGAIMANA KONTRIBUSI PDB EKONOMI KREATIF MENURUT SUBSEKTOR

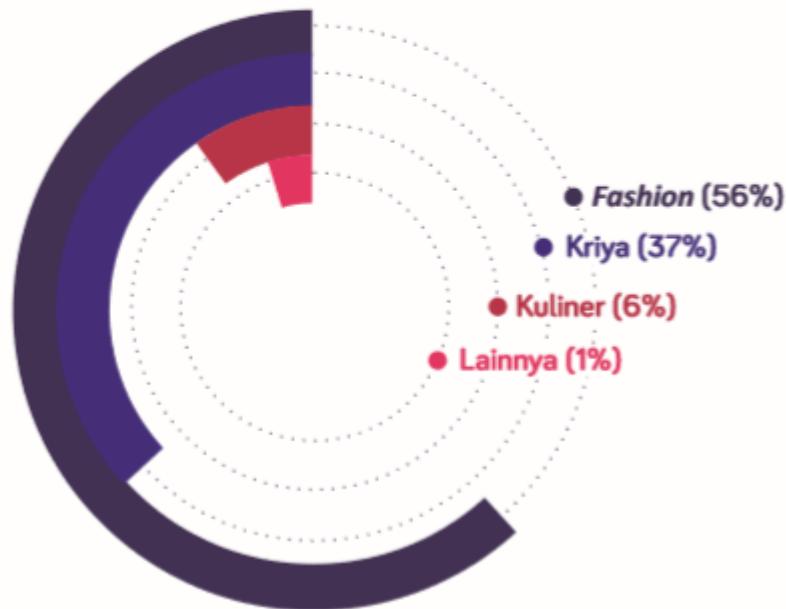


Gambar 1.4 Kontribusi PDB ekonomi kreatif

(Sumber : Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif)

Melihat gambar 1.4 sub sektor kuliner meraih peringkat pertama dari 16 sub sektor dengan kontribusi mencapai Rp. Sebesar 41,69% dan dibawah sub sektor kuliner terdapat sub sektor *fashion* yang memberikan pengaruh NTB sebesar 18,15%. Kedua subsektor ini jauh meninggalkan 14 subsektor lainnya dimana kondisi serupa diprediksi juga terjadi pada rentang 2010 sampai dengan 2015 (sumber data dan statistik hasil survey badan ekonomi kreatif).

EKSPOR EKRAF MENURUT SUBSEKTOR



Gambar 1.5 Ekspor ekonomi kreatif menurut subsektor

(Sumber : Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif)

Dari gambar 1.5 dapat dilihat bahwa bidang fashion menyumbang 56% nilai ekspor dari sektor ekonomi kreatif yang merupakan kontributor terbesar di tahun 2015.

(Sumber : Ekonomi Kreatif Outlook 2017, Bandung : badan ekonomi kreatif)

Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan Perserikatan Bangsa-Bangsa (*United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization* - UNESCO) mengumumkan Kota Bandung tercatat sebagai salah satu dalam jaringan kota kreatif UNESCO *Creative Cities Network*, Dimana perkembangan ekonomi kreatif di Bandung terdapat di beberapa sektor yaitu seperti musik, fashion, kuliner, desain teknologi informasi (TI), otomotif, dan lainnya. Bandung adalah kota yang

berhasil mengembangkan industri fesyen, terlihat pada pesatnya pertumbuhan FO (*factory outlet*), CC (*clothing company*) dan Distro (*distribution store*) sehingga industri kreatif fesyen sudah menjadi ikon kota Bandung. Pada zama modern seperti ini fesyen menjadikan masyarakat ingin menunjukkan gaya penampilan yang digunakannya seperti, gaya pakaian, celana, sepatu hingga tas.

Celana jeans merupakan busana yang begitu populer di dunia fesyen. Celana jeans adalah sejenis celana yang dibuat dari bahan yang keras dan kuat yang disebut denim. Celana jeans tidak hanya digemari kalangan anak muda, trend mode celana jeans ternyata sudah mulai merambah kalangan anak-anak maupun orang dewasa. Bahan denim yang cukup nyaman untuk dikenakan dalam berbagai kegiatan, menjadikan celana jeans sebagai salah satu produk fesyen yang sering digunakan masyarakat baik diacara santai maupun semi formal.

Berdasarkan hasil wawancara bersama Andromeda tanggal 26 Agustus 2018, terdapat beberapa pemain kunci selain MxD yaitu Vearst Jeans, Pop Meets Pop, Peter Says Denim, Pride n Joy, Bespoke Project dan Hammer Stout Denim. Masing - masing berlokasi di berbagai daerah di Bandung yang juga menyasar pasar di Bandung, serta masih banyak pemain lain yang akan bermunculan.

Hal ini menunjukkan bahwa bisnis dalam bidang fesyen semakin kompetitif. Para pemain harus menciptakan *competitive advantage* mereka sehingga mampu bersaing satu sama lain agar tetap bertahan. Menurut Andromeda pemilik dari MxD mengatakan bahwa harga dan kualitas menjadi pertimbangan utama bagi konsumen . MxD menggunakan produk berkualitas yaitu menggunakan denim unggulan dan alat konveksi yang di import dari jepang sehingga kualitas produk yang dihasilkan lebih terjamin tetapi dengan harga jual yang rendah. Oleh Karena itu MxD menyasar kelas menengah kebawah karena harga yang dipasarkan dapat diterima oleh semua kalangan.

Ketatnya persaingan antar perusahaan serta tingginya biaya produksi memaksa perusahaan untuk melakukan pembenahan di lingkungan internalnya agar tetap bisa

bersaing dengan perusahaan lainnya. Posisi persaingan MxD masih berada dibawah brand-brand tersebut dikarenakan MxD adalah brand baru yang belum cukup dikenal banyak orang dibandingkan para pesaingnya. Persaingan bisnis yang sangat ketat khususnya di bidang fesyen menuntut para pengusaha untuk selalu mengembangkan dan meningkatkan kreatifitas dalam merebut pangsa pasar.

Menurut Dian Jingga (2013:310) untuk dapat melihat peluang bisnis diperlukan suatu analisis tentang peluang bisnis yang ada dengan dibantu oleh pendekatan model bisnis yang mutakhir yang nantinya akan menggambarkan secara jelas tentang elemen-elemen yang saling terkait terhadap bisnis. Dalam konteks ini perusahaan dapat memperbaiki posisi persaingannya sehingga dapat bersaing dengan perusahaan lainnya untuk mendapatkan konsumen yang semakin loyal.

Menurut Dian Jingga (2013:311) proses pembuatan model bisnis adalah bagian dari strategi bisnis yang dipakai dalam membentuk suatu inti dari suatu bisnis untuk membangun berbagai aspek seperti proses operasional, strategi, apa yang bisa ditawarkan, maksud dan tujuannya, infrastuktur dan lainnya. Perusahaan perlu menggambarkan secara detail seperti apa model bisnis yang dimiliki dengan menggunakan *framework Business Model Canvas*. Framework ini akan mempermudah dalam menggambarkan rumusan dari model bisnis yang dimiliki. Penggunaan *Business Model Canvas* dapat memberikan gambaran mengenai model bisnis perusahaan dan hubungan yang terjadi antar-blok dengan cara yang lebih atraktif. Sembilan *Business Model Canvas* yaitu *customer segments, value propositions, channels, customer relationship, revenue streams, key resources, key activities, key partnership* dan *cost structure*.

Peneliti menggunakan *Business Model Canvas* sebagai suatu alat untuk membantu MxD untuk melihat model bisnis yang sedang dijalani dan membantu pemilik dalam melihat bisnis secara umum yang kemudian dapat menyusun strategi untuk membuat MxD terlihat berbeda dari pesaingnya. Oleh karena itu dengan

Business Model Canvas, penulis ingin meneliti bagaimana implementasi *Business Model Canvas* pada MxD dengan menggunakan analisis SWOT. Hal ini digunakan untuk memaksimalkan kekuatan dan peluang yang dimiliki perusahaan yang akhirnya diharapkan dapat meminimalkan kelemahan dan ancaman yang ada. (Magfirah *et al*, 2014:529)

Berdasarkan permasalahan yang ada untuk mengetahui gambaran model bisnis yang diterapkan MxD Denim Based dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* yang merangkum 9 elemen yaitu : *customer segments, value propositions, channel, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships* dan *cost structure* maka penelitiannya ini berjudul: “**Analisis model bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* studi kasus pada MxD**”

1.3 Perumusan Masalah

Persaingan yang ketat antara MxD dengan para pesaingnya menuntut kinerja manajemen profesional serta pengetahuan penuh atas bisnisnya untuk dapat mengetahui strategi bersaing. Untuk mengetahui bagaimana model bisnisnya adalah langkah awal yang bias dilakukan dan model bisnis yang paling mudah dipahami adalah model business canvas.

Setelah mengetahui bentuk bisnis modelnya, MxD dievaluasi menggunakan SWOT untuk kemudian diketahui bagaimana rancangan model bisnis sebagai bentuk strategi yang dapat dijalankan.

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan yang telah dijelaskan dalam latar belakang, maka penelitian ini dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gambaran model bisnis MxD saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business model canvas*?
2. Bagaimana analisis model bisnis MxD dengan menggunakan analisis SWOT?

3. Bagaimana model bisnis baru yang sesuai dan disarankan untuk di terapkan di MxD dengan pendekatan *Business Model Canvas*?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk mengetahui gambaran model bisnis MxD jika ditinjau dengan pendekatan *Business model canvas*.
2. Untuk mengetahui analisis model bisnis MxD dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Untuk mengetahui bisnis model yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan di MxD dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Aspek Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat bagi pihak akademis (baik mahasiswa maupun dosen) yang membaca penelitian ini sehingga dapat menjadi referensi dan mengembangkan ilmu pengetahuan terutama di bidang *entrepreneurship*, khususnya terkait dengan konsep *Business Model Canvas* dan penerapannya dalam pengembangan bisnis baru.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti tentang *entrepreneurship*, khususnya terkait dengan konsep *Business Model Canvas*.

1.6.2 Aspek Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut :

1. Bagi penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman langsung tentang cara meningkatkan kemampuan sains anak melalui metode eksperimen.

2. Bagi pendidik dan calon pendidik

Dapat menambah pengetahuan dan sumbangan pemikiran tentang cara mengembangkan kemampuan sains khususnya melalui metode eksperimen.

3. Bagi Universitas

Sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun program pembelajaran serta menentukan metode dan media pembelajaran yang tepat untuk mengembangkan kemampuan sains anak.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini meneliti tentang analisis model bisnis pada MxD yang beralamat di jalan pamekar barat 4 no.26. Kota Bandung. Dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. sebagai salah satu cara untuk meningkatkan kemampuan bisnis yang dijalankan.

Sampel pada penelitian ini atau disebut informan adalah Andromeda selaku owner yang mempunyai pengetahuan tentang bidang bisnis yang dijalankan, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kemampuan strategi dan tata kelola dari bisnis tersebut sehingga dapat terus berkembang di tengah ketatnya persaingan usaha.

1.8 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang berjudul “Analisis model bisnis dengan pendekatan *business model canvas* studi kasus pada MxD” ini terdiri dari 5 bab, yang masing-masing terbagi menjadi beberapa subbab. Secara sistematika penulisan penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan bab pendahuluan yang menyajikan gambaran mengenai materi penelitian ini. Dalam bab ini diuraikan profil perusahaan, latar belakang penelitian, pokok permasalahan, tujuan penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan kerangka teori ditulis dengan tujuan agar dapat pemahaman dasar mengenai konsep-konsep dan teori-teori yang dijadikan pedoman dari penulisan ini. Selain itu juga terdapat model analisis, hipotesis penelitian, dan oprasionalisasi variable penelitian.

3. BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai metode penelitian, pendekatan serta teknik-teknik yang digunakan dalam mengumpulkan, mengolah data dan menganalisis data sehingga bias menjawab dan menganalisis permasalahan penelitian.

4. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini dijelaskan tentang hasil dari penelitian dan pengolahan data beserta pembahasan secara sistematis sesuai dengan ruang lingkup penelitian dan sesuai dengan tujuan dari penelitian.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan serta saran atas hasil dari penelitian, baik itu saran untuk perusahaan yang diteliti maupun saran untuk penelitian selanjutnya.