

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Usaha Kecil Menengah (UKM) memiliki peran penting untuk negara yaitu mengurangi jumlah kemiskinan karena terciptanya lapangan kerja (Indarti & Langenberg, 2004). Oleh karena itu, UKM merupakan komponen penting dalam kontribusi pergerakan ekonomi suatu negara. Berdasarkan BPS Indonesia, jumlah UKM yang terdaftar pada tahun 2015 yaitu berjumlah 283.022 (Badan Pusat Statistik, 2018) dan untuk daerah DKI Jakarta terdapat 6.616 unit UKM (Badan Pusat Statistik, 2018). Selain berkontribusi pada sektor ekonomi, UKM juga turut menciptakan lapangan kerja yang cukup besar bagi negara.



(Sumber: Kementerian Keuangan, 2015)

Gambar I. 1 Kenaikan Pertumbuhan Industri Mikro dan Kecil di wilayah DKI Jakarta

UKM menyerap 87,9 juta pekerja ditahun 2006 dan ditahun 2012 meningkat sebesar 22,5% atau sebanyak 107,7 juta pekerja (Abidini, 2017). Selain itu, UMKM memberikan kontribusi terhadap produk Domestik Bruto (PDB) negara. Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil Menengah mencatat bahwa UKM memberikan kontribusi pada PDB dalam lima tahun terakhir dari 57,84% menjadi 60,34% di tahun 2016 (Mutmainah, 2016).

TWS *Petshop* merupakan UKM yang bergerak di bidang *retail* dan jasa, didirikan pada bulan Agustus 2015 di kota Jakarta oleh Tri Wahyu Setyawati dan Nurti Rahayu Ningsih. Aktivitas penjualan TWS *petshop* yaitu menjual beberapa produk makanan, aksesoris, kandang, pasir, untuk kucing, anjing, hamster, kura-kura, kelinci. Selain itu, TWS *petshop* juga bergerak dibidang industri jasa yaitu layanan kesehatan vaksin dan konsultasi. TWS *petshop* memiliki *tagline*, “*We make pets happy!*” yang mengedepankan konsep “*healthy, happy, humanie*”, yaitu dengan memperlakukan hewan harus seperti manusia yang sebagaimana manusia rasakan, hidup sehat dan layak bahagia.

Berkembangnya tren masyarakat untuk memelihara hewan peliharaan terutama anjing dan kucing semakin banyak pada saat ini. Sementara itu, menurut Nugroho (2014), peningkatan jumlah orang Indonesia yang memelihara dan membeli makanan *manufacture* anjing dan kucing meningkat 15% sampai 25% pertahun. Pangsa pasar hewan peliharaan di Indonesia mencapai 15.6% di Asia Tenggara (Siswodiarmoko, 2016). Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan hewan peliharaan di Indonesia, maka bisnis di sektor ini semakin meningkat pula. Data menunjukkan pangsa makanan hewan peliharaan berdasarkan jenisnya, yaitu makanan anjing (*dog food*) 51,8%, makanan kucing (*cat food*) 20,2%, produk terkait hewan peliharaan (*pet products*) 16,9% dan produk lainnya 11,1% (Siswodiarmoko, 2016).

Dengan semakin banyaknya masyarakat untuk memelihara anjing dan kucing, maka semakin banyak pula bermunculan komunitas-komunitas pecinta hewan, *pet shop*, *pet grooming* dan juga dokter hewan. Tetapi fasilitas tersebut dianggap masih kurang lengkap, karena masyarakat ternyata juga masih membutuhkan layanan hotel untuk anjing dan kucing dalam satu area. Hal ini sangat bertentangan dengan gaya hidup orang pada zaman sekarang yang ingin serba cepat, efisien, dan mudah. Selain itu tingkat kemacetan di kota Jakarta sudah semakin meningkat karena hal ini lah yang membuat orang seringkali enggan untuk berpindah-pindah dalam memenuhi kebutuhan hewan peliharaannya. Oleh sebab itu TWS *Petshop* (*Best for your pets*) sedang menyediakan fasilitas untuk kebutuhan hewan peliharaan yaitu layanan kesehatan konsultasi dan vaksin sehingga dapat memudahkan para pecinta

anjing dan kucing dalam memenuhi kebutuhan hewan kesayangannya. Gambar 1.2 menunjukkan bahwa penjualan di TWS *petshop* dalam empat tahun terakhir.



Gambar I. 2 Data Item Penjualan

Berdasarkan data penjualan kategori produk TWS *petshop* selama tiga tahun terakhir, dapat dikatakan bahwa penjualan TWS *petshop* tidak selalu stabil atau fluktuatif. TWS *petshop* sudah melakukan pengembangan strategi penjualan pada tahun 2017 dengan menjual produk *via online* sebanyak 3% dari jumlah total penjualan di beberapa *platform*, namun pengembangan strategi tersebut belum berjalan dengan maksimal sesuai dengan target yang telah ditetapkan. Faktor tersebut disebabkan oleh persaingan fasilitas yang disediakan di berbagai petshop seperti layanan kesehatan, grooming, hotel atau penitipan hewan. Persaingan ini membuatnya sulitnya memperoleh pendapatan penjualan yang stabil tanpa adanya promosi.

Model bisnis merupakan salah satu cara untuk merumuskan sebuah strategi manajemen dengan menganalisis dan memvisualisasikan peta model bisnis menjadi satu strategi bisnis yang utuh (Maxmanroe, 2016). Dari permasalahan yang ada di TWS *petshop*, perlu melakukan pendekatan model bisnis untuk meningkatkan penjualan dan daya saing dalam lingkungan bisnis tersebut. Salah satu pendekatan model bisnis yang digunakan ialah *Business Model Canvas (BMC)* oleh Alexander Osterwalder (2010). BMC ialah pendekatan yang digunakan untuk memetakan

model bisnis dengan 9 elemen blok bangunan. Pemetaan tersebut saling berkaitan, baik itu pada internal maupun eksternal perusahaan melalui 9 Blok bangunan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka perlu dilakukan pengkajian serta penelitian yang bermanfaat dan dapat memberi pertimbangan bagi perusahaan guna memperbaiki model bisnis agar dapat bersaing dan kompetitif didalam persaingan melalui “ Perancangan Model Bisnis untuk kebutuhan hewan peliharaan di TWS *Petshop* dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana kondisi eksisting dan model bisnis eksisting TWS *petshop* ?
2. Bagaimana merancang model bisnis yang tepat untuk TWS *petshop* menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?
3. Bagaimana strategi pengembangan model bisnis yang dapat direkomendasikan untuk TWS *petshop*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan pada perumusan masalah, maka tujuan penelitian ini antara lain :

1. Mengidentifikasi kondisi eksisting dan model bisnis TWS *petshop*
2. Mengetahui model bisnis yang tepat untuk TWS *petshop* menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)
3. Mengetahui rekomendasi untuk pengembangan model bisnis TWS *petshop*

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian untuk dunia akademik antara lain :

1. Manfaat yang didapat bagi peneliti dari penelitian yaitu memenuhi syarat kelulusan Tugas Akhir.
2. Sebagai referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam pembuatan penelitian dan kajian mengenai analisis dan rancangan *Business Model Canvas* pada usaha umkm yang lainnya.

Manfaat penelitian untuk perusahaan antara lain :

1. Memberikan usulan strategi yang dapat diimplementasikan terhadap model bisnis TWS *petshop*.
3. Memberikan usulan model bisnis yang kompetitif dan dapat diimplementasikan untuk bersaing di industri retail dan jasa.

1.5 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini

1. Batasan yang dilakukan hanya di TWS *Petshop* dan hanya sampai dengan tahap pegujian model bisnis berdasarkan strategi usulan yang telah dirumuskan.
2. Tidak sampai pada tahap implementasi menggunakan model bisnis usulan.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti dan dibahas pula hasil-hasil penelitian terdahulu. Bagian kedua membahas hubungan antar konsep yang menjadi kajian penelitian dan uraian kontribusi penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menjelaskan mengenai langkah-langkah pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian yang akan dilaksanakan.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini merupakan bagian pada tugas akhir yang menjelaskan tentang proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini

BAB V ANALISIS

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi pernyataan singkat mengenai hasil yang diperoleh dari penelitian yang dibahas dan saran untuk peneliti selanjutnya.