

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Pondok Bakso Mataram cabang Kota Tebing Tinggi merupakan salah satu rumah makan didirikan oleh Bapak H. Adi Maryadi sejak tahun 2010 di Jalan Profesor Doktor Hamka, No. 7, Kota Tebing Tinggi, Sumatera Utara. Pondok Bakso buka setiap hari, pada hari Senin s.d. Minggu dari pukul 10.45 sampai 22.00 WIB. Rumah makan ini dikenal dengan nuansa tradisional Jawa yang bergerak dalam bidang kuliner dengan menawarkan menu bakso khas tradisional Jawa yang halal dan berkualitas.

Sejak berdiri hingga sekarang Pondok Bakso Mataram cabang Kota Tebing Tinggi selalu meningkatkan pelayanan baik dari proses produksi maupun dari sisi fasilitas yang diberikan kepada konsumen.

1.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

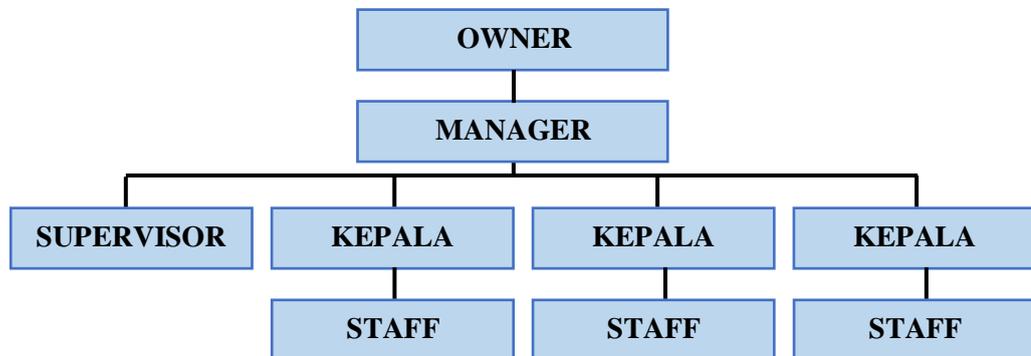
a. Visi Perusahaan

Melayani pelanggan dengan ikhlas hati dan senyum.

b. Misi Perusahaan

Menjalin kekeluargaan antara karyawan dengan Sakinah, Mawadah, Warohmah sesuai kekeluargaan Syar'i.

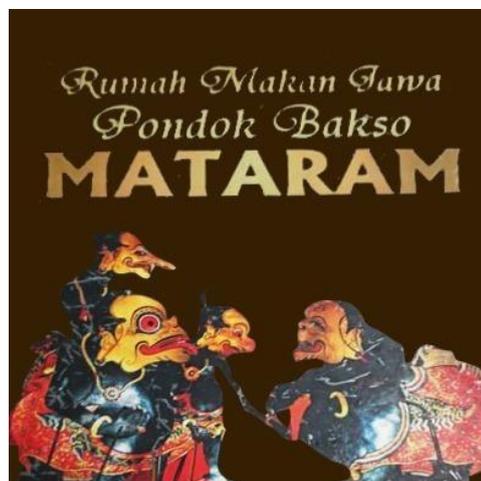
1.1.3 Struktur Organisasi



Gambar 1.1 Struktur Organisasi Pondok Bakso Mataram
Sumber: Data Internal Pondok Bakso Mataram (2020)

1.1.4 Logo Perusahaan

Arti dari logo Pondok Bakso Mataram adalah “Siapa saja yang selalu makan makanan yang enak dan bermutu. Maka hidupnya akan menjadi lebih maju.”



Gambar 1.2 Logo Pondok Bakso Mataram
Sumber: Data Internal Pondok Bakso Mataram (2020)

1.2 Latar Belakang

Coronavirus adalah virus yang menyebabkan infeksi saluran pernapasan. Virus Corona pertama kali ditemukan di Wuhan, China pada Desember 2019. Gejala Covid-19 dapat berkisar dari penyakit tanpa gejala hingga penyakit parah. Tentunya hal ini tergantung daya tahan tubuh masing-masing orang.

Sistem kekebalan yang menurun lebih sensitif terhadap virus corona. Coronavrius menyebar di udara, terutama dalam interaksi antar manusia dan kontak langsung dengan pasien. Untuk mencegah penyebaran Covid-19 yang semakin hari semakin meningkat, pemerintah telah merumuskan kebijakan dengan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) dan telah merumuskan kebijakan untuk mengurangi penyebaran virus di Indonesia. Penerapan kebijakan PSBB oleh pemerintah berdampak signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Masyarakat cenderung menghindari konsumsi yang berlebihan dan memutuskan untuk mengutamakan kebutuhan pokok sehari-hari.

Menurut riset dari Moody's (2020), industri yang paling terkena dampaknya terbagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama yang paling terkena dampak cukup tinggi yaitu industri seperti: garmen, otomotif, pemasok otomotif, konsumen, pariwisata, maskapai penerbangan, hingga pengiriman. Pada bagian kedua yang terkena dampak secara moderat adalah industri minuman, kimia, manufaktur, media, logam dan tambang, minyak dan gas, properti, agrikultur hingga perusahaan teknologi *hardware*. Pada bagian ketiga yang terkena dampak agak minim adalah industri-industri seperti konstruksi, pertahanan, peralatan, transportasi, farmasi, pengemasan, ritel makanan hingga telekomunikasi.

Tercatat terdapat sekitar 37.000 pelaku Usaha Menengah Kecil dan Mikro (UMKM) yang melapor ke Kementerian Koperasi dan UKM mengalami dampak adanya pandemi Covid 19. Menurut data yang didapatkan oleh Kementerian Koperasi dan UKM mengatakan kesulitan yang dialami para UMKM selama pandemi saat ini terbagi dalam empat masalah. Pertama, adanya penurunan penjualan dikarenakan berkurangnya aktifitas masyarakat diluar rumah mengakibatkan berkurang pula kegiatan bisnis. Kedua, kesulitan permodalan dikarenakan tingkat penjualan yang menurun berakibat pada sulitnya perusahaan untuk melakukan perputaran modal pada usahanya. Ketiga, mengalami keterlambatan distribusi produk dikarenakan adanya hambatan penyaluran produk di wilayah tertentu. Keempat, mengalami kesulitan mendapatkan bahan baku karena para UMKM mengandalkan ketersediaan bahan baku dari sektor industri lain yang bekerjasama dengan perusahaan.

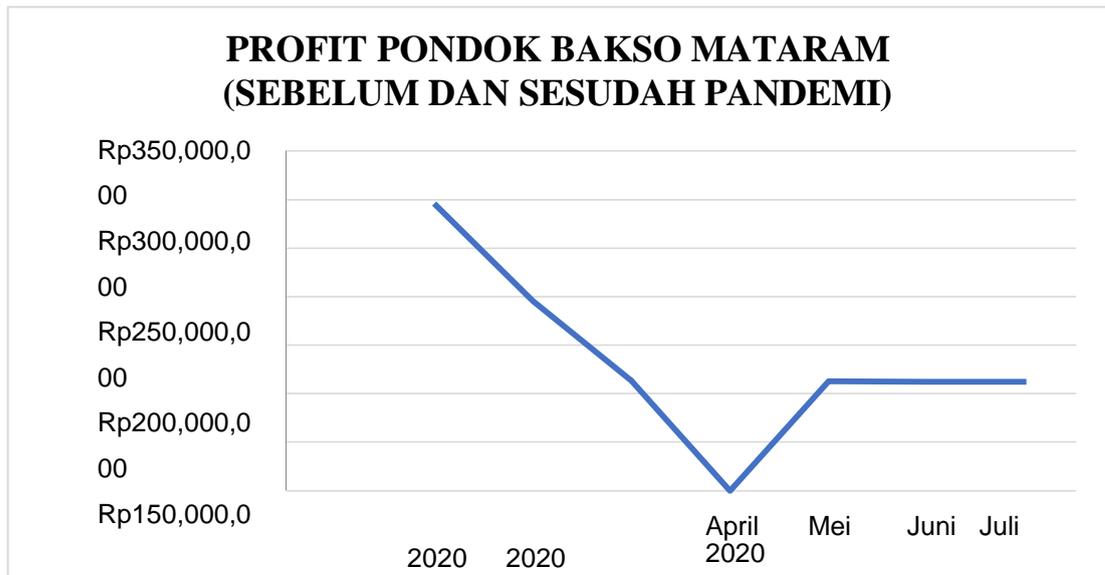
TABEL I.1 DAMPAK COVID-19 PADA UMKM

Dampak	Persentase (%)
Penurunan Penjualan	56%
Kesulitan Permodalan	22%
Hambatan Distribusi Produk	15%
Kesulitan Bahan Baku	4%

Sumber : Setiawan, Kompas (2020)

Dengan adanya keterbatasan interaksi sosial di masyarakat dalam skala besar seperti melakukan perkumpulan atau acara besar selama PSBB, turut berdampak pada penurunan profit yang sangat tajam bagi Pondok Bakso Mataram selama masa pandemi

TABEL I.2 PROFIT PENJUALAN PONDOK BAKSO MATARAM



Sumber : Dinas BPKP AD Kota Tebing Tinggi (2020)

Dari tabel 1.2 di atas, dapat disimpulkan bahwa Pondok Bakso Mataram mengalami penurunan profit yang signifikan. Pada bulan Maret sampai April 2020, Pondok Bakso Mataram terpaksa harus menutup usahanya dan merumahkan sebanyak 10 dari 25 orang karyawan, karena beban operasional yang terus berjalan sementara perusahaan tidak memiliki pemasukan. Meskipun saat ini negara Indonesia sudah menerapkan *new normal*, dimana masyarakat dapat beraktivitas di luar rumah dengan menerapkan protokol

kesehatan. Pondok Bakso Mataram masih kesulitan untuk menaikkan kembali profitnya dibandingkan dengan usaha bisnis sejenis.

Sejak diterapkannya *new normal*, semakin banyak pesaing baru yang lebih inovatif dan bertambahnya jumlah unit usaha di sektor kuliner khususnya kuliner bakso di Kota Tebing Tinggi. Saat ini, Pondok Bakso Mataram mempromosikan produknya hanya dari mulut ke mulut atau dalam istilah pemasaran *Word of Mouth* (WOM) dan instagram yang tidak begitu optimal digunakan. Berkurangnya daya minat masyarakat juga dikarenakan Pondok Bakso Mataram tidak bergabung dengan layanan antar jemput makanan secara online, seperti : Go-Food ataupun jasa layanan serupa yang ada di Kota Tebing Tinggi yang pada era millennial ini sangat diperlukan demi perkembangan zaman dan teknologi. Hal ini akibat masyarakat masih merasa khawatir untuk makan di tempat.

Pondok Bakso Mataram merupakan usaha kuliner yang sudah melalui beragam hambatan dan ancaman dari pesaing namun model bisnis masih belum terurai dengan jelas. Dengan dilakukan penelitian pada tugas akhir ini diharapkan dapat membantu Pondok Bakso Mataram untuk mencapai tujuan-tujuan lainnya.

Peneliti akan melakukan analisis dengan metode *Business Model Canvas* dikarenakan peneliti berpendapat metode ini menggambarkan cara yang paling tepat untuk membuat gambaran atau *mapping* kondisi eksisting (sekarang) terhadap usaha yang sedang berjalan agar menjadi usaha yang lebih berkembang dan terstruktur dengan sembilan blok terpisah dalam segi apapun.

Pendekatan yang digunakan dalam pengembangan model bisnis ini adalah pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Model bisnis ini dikembangkan oleh Alexander Osterwalder & Yves Pigneur yang disediakan dalam bentuk visual seperti suatu kanvas lukisan sehingga lebih mudah untuk dimengerti oleh pembaca yang mengharuskan perusahaan untuk mendeskripsikan bisnisnya. *Business Model Canvas* (BMC) terdiri dari elemen yaitu *Customer Segments*, *Value Proposition*, *Channel*, *Customer Relationship*, *Cost Structure*, *Key Resource*, *Key Activity*, *Revenue Stream*, *Key Partner*.

Berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC), *Customer Segments* dari Pondok Bakso Mataram yang masuk ke dalam kategori:

1. Pasar Massa merupakan pelanggan dengan kebutuhan yang sama. Banyaknya kalangan pelanggan Pondok Bakso Mataram baik pria, wanita hingga anak-anak dengan segala kemampuan ekonomi.

Value Proposition dari Pondok Bakso Mataram merupakan kualitas dan mutu dari bahan baku yang digunakan selalu fresh dan premium, serta kualitas dari setiap produk yang dijual selalu diperhatikan dan sesuai standar Pondok Bakso Mataram. Begitu juga dengan setiap pesanan custom selalu sesuai dengan pesanan pelanggan.

Channel yang digunakan oleh Pondok Bakso Mataram adalah menerima pesanan dalam bentuk partai besar. Adapun *Customer Relationship* dari Pondok Bakso Mataram adalah melakukan komunikasi yang erat kepada pelanggan.

Cost Structure dari Pondok Bakso Mataram terbagi menjadi dua, yaitu :

1. Biaya Tetap, yaitu membayar gaji pegawai.
2. Biaya Variabel, antara lain biaya produksi, biaya bahan baku, biaya perawatan peralatan dapur.

Key Resource adalah sumber daya utama seperti modal, peralatan untuk membuat produk, pegawai yang bekerja. *Key Activities* antara lain mengelola bahan baku menjadi produk sesuai pesanan, perawatan peralatan dapur, pembelian bahan baku. Sedangkan *Revenue Stream* bermula dari penjualan beragam produk, dan *Key Partner* dari Pondok Bakso Mataram adalah pedagang bahan baku di pasar tradisional. Pondok Bakso Mataram juga belum mempunyai rencana untuk hal baru yang akan mereka lakukan dimasa mendatang serta sistem baru yang akan mereka terapkan untuk mempertahankan pelanggannya.

Peneliti ingin lebih memahami dengan melakukan pengecekan dan mendesain ulang model bisnis dengan melakukan fokus yang lebih akurat pada blok *Channels*, *Value Proposition*, *Customer Relationship* dari keseluruhan blok pada *Business Model Canvas* Pondok Bakso Mataram, sehingga bisa me-

locate item atau komponen yang kurang tepat penempatannya dan/atau belum dipertimbangkan menambah item di dalam blok-blok bisnis tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Perancangan Model Bisnis Pada Masa Pandemi dengan Pendekatan *Business Modal Canvas* (Studi pada Pondok Bakso Mataram di Kota Tebing Tinggi)**”.

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan dan memetakan model bisnis secara komprehensif dengan mendesain ulang model bisnis pada Pondok Bakso Mataram yang ada di Kota Tebing Tinggi dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.4 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Bagaimanakah model bisnis Pondok Bakso Mataram menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

1.5 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas adalah: memetakan semua komponen di tiap blok penyusun bisnis pada model bisnis Pondok Bakso Mataram menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.6 Kegunaan Penelitian

1.6.1 Kegunaan Teoritis (Akademis)

- a. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi informasi yang bisa menambah ilmu yang berhubungan dengan model bisnis yang telah penelitian pelajari didalam perkuliahan.
- b. Sebagai bahan tambahan pengetahuan dan refrensi bagi pihak lain yang ingin mempelajari bidang kajian yang sejenis.

1.6.2 Kegunaan Praktis (Guna Laksana)

- a. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan tentang penyandang disabilitas yang memanfaatkan teknologi informasi dengan baik.
- b. Dapat dijadikan acuan kepada Peneliti lain untuk melakukan penelitian serupa maupun mengembangkan penelitian ini, sehingga dapat bermanfaat untuk pembaca.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada Pondok Bakso Mataram yang dilaksanakan pada November 2020 hingga Maret 2021.