

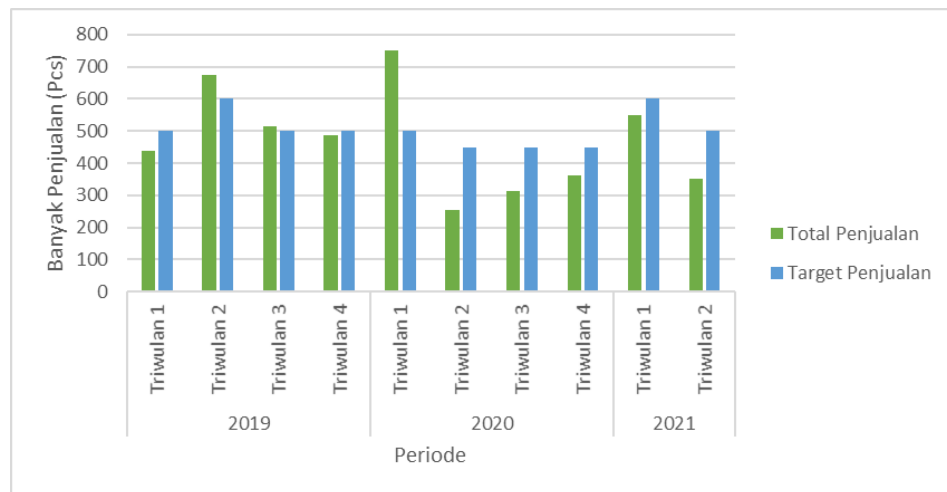
BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

CV Nakhoda Nusantara Grup adalah bidang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang bergerak pada usaha konfeksi dan menjual produk pakaian. CV Nakhoda Nusantara Grup berlokasi di Gg. Cikondang IV, RT.3/RW.6, Sukaluyu, Kec. Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat 40115. Usaha yang dijalankan oleh CV Nakhoda Nusantara Grup ini termasuk ke dalam industri tekstil yang dimana industri tersebut sangat dibutuhkan oleh seluruh manusia karena sudah menjadi kebutuhan tersendiri bagi manusia. Oleh karena itu juga CV Nakhoda Nusantara ini menjalankan usahanya dengan memiliki jumlah pesaing yang cukup banyak.

Menurut Kementrian Perindustrian Republik Indonesia, Industri tekstil dan pakaian jadi merupakan sektor manufaktur yang mencatatkan pertumbuhan paling tinggi pada triwulan III tahun 2019 sebesar 15,08 persen. Capaian tersebut melampaui pertumbuhan ekonomi 5,02 persen di periode yang sama. Sebelumnya, data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan, produksi industri pakaian jadi mengalami pertumbuhan signifikan sebesar 15,29 persen. Sementara itu, Kementerian Perindustrian menargetkan, ekspor dari industri TPT nasional akan menembus hingga USD15 miliar sepanjang tahun 2019. Namun menurut data yang didapat dari website dataindustri.com menyatakan bahwa perekonomian Indonesia tahun 2020 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Bruto (PDB) atas dasar harga konstan 2012 mencapai Rp10.722,4 triliun. Dalam hal ini, perekonomian Indonesia tahun 2020 mengalami kontraksi (penurunan) pertumbuhan sebesar 2,07 persen dibandingkan tahun 2019 dan PDB atas harga konstan 2020 untuk industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun 2020 sebesar Rp132,4 triliun yang berarti bahwa industri tekstil dan pakaian jadi pada tahun 2020 mengalami penurunan dari tahun 2019.

Oleh karena itu, hal tersebut pun berpengaruh terhadap target penjualan dari CV Nakhoda Nusantara Grup pada tahun 2019 sampai dengan tahun 2021. Target penjualan CV Nakhoda Nusantara Grup pada tahun 2020 dan 2021 banyak yang belum tercapai dibandingkan dengan target penjualan di tahun 2019, hal ini dapat menjadi permasalahan yang serius apabila dibiarkan begitu saja dengan tidak diselesaikan, sehingga diperlukan evaluasi apakah model bisnis yang sudah ada saat ini sudah maksimal atau belum. Data target penjualan dari CV Nakhoda Nusantara Grup tahun 2019, 2020, dan 2021 dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Gambar I. 1 Data Target Penjualan CV Nakhoda Nusantara Grup
(Sumber: Data Internal CV Nakhoda Nusantara Grup)

Data target penjualan yang terus tidak tercapai yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup maka perlu dilakukan perancangan model bisnis yang bertujuan untuk memetakan proses bisnis dan mempermudah mendapatkan solusi dari permasalahan yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup. Menggunakan metode *Business Model Canvas* dinilai lebih sesuai daripada *Lean Canvas* karena *Lean Canvas* cocok digunakan di *startups* sedangkan *Business Model Canvas* cocok digunakan di bisnis yang sudah ada dan *Lean Canvas* mampu menilai apakah suatu bisnis memiliki keunggulan dibanding produk lain dan bagaimana mengkapitalisasi keunggulan menjadi keuntungan sedangkan *Business Model Canvas* lebih

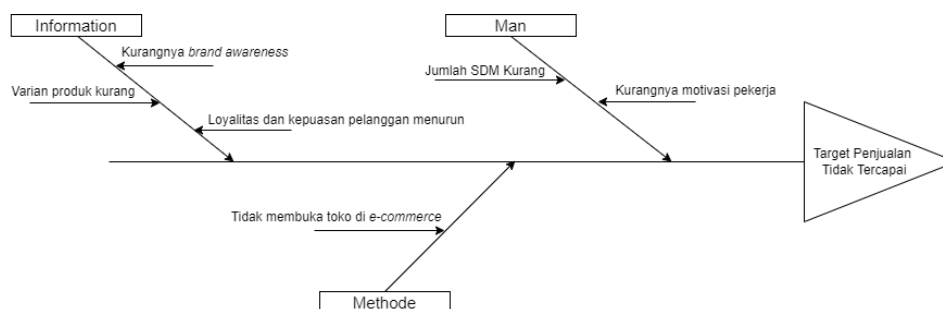
fokus pada nilai kualitatif dan kuantitatif atas suatu produk jika ingin tetap berjaya di *market* (Murya A, 2016). Oleh karena itu, untuk mendapatkan solusi dari permasalahan yang dihadapi oleh CV Nakhoda Nusantara Grup akan menggunakan metode *Business Model Canvas*. Terdapat tiga permasalahan yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup.

Permasalahan pertama yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu kurangnya *brand awareness* dari masyarakat terhadap produk dari CV Nakhoda Nusantara Grup yang mengakibatkan target penjualan banyak yang tidak tercapai. Survei tentang *brand awareness* ini dilakukan sendiri oleh CV Nakhoda Nusantara Grup dengan hasil kurangnya *brand awareness* masyarakat terhadap CV Nakhoda Nusantara Grup.

Permasalahan kedua yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu CV Nakhoda Nusantara Grup belum menjualnya secara *online* sedangkan menurut hasil wawancara dengan Bapak Jati Gunawan, CV Nakhoda Nusantara Grup memiliki rencana untuk menggunakan *e-commerce* sebagai media untuk menjualkan produknya karena target penjualan dari CV Nakhoda Nusantara Grup kedepannya yaitu untuk menjangkau seluruh Indonesia.

Permasalahan ketiga yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yaitu kurangnya variasi produk yang diproduksi oleh CV Nakhoda Nusantara Grup yang menyebabkan loyalitas dan kepuasan pelanggan menurun. Dari hasil wawancara dengan Bapak Jati Gunawan, CV Nakhoda Nusantara Grup mendapatkan *feedback* dari pelanggan yang mengatakan bahwa kurangnya produk yang ditawarkan oleh CV Nakhoda Nusantara Grup. Pelanggan menginginkan produk dengan model yang baru dari CV Nakhoda Nusantara Grup agar tidak bosan dengan produk-produk dari CV Nakhoda Nusantara Grup.

Berikut merupakan *fishbone* permasalahan yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup.



Gambar I. 2 Diagram *Fishbone*

Penyebab target penjualan tidak tercapai yang didapatkan dari fishbone yaitu dari *information* yaitu varian produk yang kurang dari CV Nakhoda Nusantara Grup, kurangnya *brand awareness*, dan loyalitas dan kepuasan pelanggan menurun, lalu dari *man* yaitu kurangnya jumlah SDM yang berada di CV Nakhoda Nusantara Grup dan kurangnya motivasi pekerja, lalu yang terakhir adalah *methode* yaitu CV Nakhoda Nusantara Grup tidak membuka toko di *e-commerce*.

I.2 Alternatif Solusi

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Variansi produk kurang	Perancangan evaluasi model bisnis CV Nakhoda Nusantara Grup dengan menggunakan pendekatan <i>Business Model Canvas</i>
2	Loyalitas dan kepuasan pelanggan menurun	
3	Kurangnya <i>brand awareness</i>	
4	Tidak membuka toko di <i>e-commerce</i>	
5	Kurangnya sumber daya manusia	Perancangan perekrutan karyawan untuk CV Nakhoda Nusantara Grup
6	Kurangnya motivasi pekerja	Perancangan apresiasi dan penghargaan bagi karyawan CV Nakhoda Nusantara Grup

Setelah mendapatkan tiga potensi solusi dari enam akar masalah yang dialami oleh CV Nakhoda Nusantara Grup, maka peneliti mengambil satu potensi solusi yaitu Perancangan evaluasi model bisnis CV Nakhoda Nusantara Grup dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk menyelesaikan akar masalah dan blok yang bermasalah di dalam *Business Model Canvas*.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, didapatkan rumusan masalah untuk penelitian ini diantaranya adalah:

1. Bagaimana peta eksisting *Business Model Canvas* pada CV Nakhoda Nusantara Grup?
2. Bagaimana rancangan *customer profile*, lingkungan bisnis dan analisis SWOT pada model bisnis CV Nakhoda Nusantara Grup?
3. Bagaimana rancangan strategi dan peta *Business Model Canvas* usulan pada CV Nakhoda Nusantara Grup?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berikut ini merupakan tujuan dari penelitian ini diantaranya adalah:

1. Untuk mengetahui peta eksisting *Business Model Canvas* pada CV Nakhoda Nusantara Grup.
2. Untuk merancang *customer profile*, lingkungan bisnis dan analisis SWOT pada model bisnis CV Nakhoda Nusantara Grup.
3. Untuk merancang strategi dan peta *Business Model Canvas* usulan pada bisnis CV Nakhoda Nusantara Grup.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat yang bisa didapatkan dengan dilakukannya penelitian ini, diantaranya adalah:

1. Membantu CV Nakhoda Nusantara Grup untuk melakukan pengembangan strategi model bisnis.
2. Menjadi contoh pengembangan model bisnis bagi usaha yang bergerak pada bidang yang sejenis.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut ini merupakan sistematika penulisan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas tentang pendahuluan dari penelitian ini yang berisi uraian tentang latar belakang penelitian, alternatif solusi,

perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini membahas tentang landasan teori dari berbagai literatur yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti yang memuat teori-teori yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan dan pemilihan teori/ model/ kerangka standar perancangan.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini merupakan bagian yang dijelaskan mengenai langkah-langkah penyelesaian masalah yang digunakan untuk menyelesaikan perancangan sesuai dengan tujuan.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini berisi spesifikasi rancangan sesuai data serta membahas tentang proses pengumpulan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini dan pengolahan data yang telah dikumpulkan sehingga menjadi suatu informasi untuk mencapai tujuan dari tugas akhir ini.

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai proses validasi dan evaluasi hasil rancangan dan melakukan analisis yang mengenai data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan, serta saran yang diberikan berdasarkan penelitian ini.