

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Objek Penelitian

1.1.1 Profil CV. Probioterra Lestari



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

Sumber: CV. Probioterra Lestari

Probioterra Lestari didirikan oleh Prof. Ainul Fatah pada tahun 2011. Probioterra Lestari pada awalnya didirikan di Surabaya kemudian berpindah lokasi pada JL. Parangkusumo RT. 006 / RW. 002, Kel. Pajang, Kec. Laweyan, Surakarta. Probioterra Lestari merupakan suatu perusahaan yang berfokus dibidang obat tradisional dengan produk utamanya adalah Bioterra. Bioterra merupakan produk nutrisi herbal berbasis probiotik kompleks untuk menjaga kesehatan dan keseimbangan tubuh manusia dengan teknologi ramah lingkungan sehingga aman dikonsumsi.

Langkah awal yang dilakukan CV. Probioterra Lestari adalah dengan melakukan berbagai event seperti seminar, pameran, dan bedah produk. Pada event-event tersebut Probioterra Lestari mengenalkan produknya Bioterra melalui edukasi kesehatan. Dengan adanya event-event tersebut, membuat Bioterra sebagai produk utama diakui dan tersertifikasi dari pihak-pihak yang kredibel dan terpercaya sehingga menjadikan laju perkembangan Bioterra semakin baik. Probioterra Lestari

menyalurkan produk utamanya yaitu bioterra melalui distributor yang berada pada wilayah timur dan wilayah barat kantor pusat surakarta. Probioterra Lestari juga berkerja sama dengan mitra agen yang tersebar pada daerah Surakarta, serta Toko Arofah Herbal yang merupakan toko herbal besar di Surakarta.

1.1.2 Visi dan Misi CV. Probioterra Lestari

a. Visi

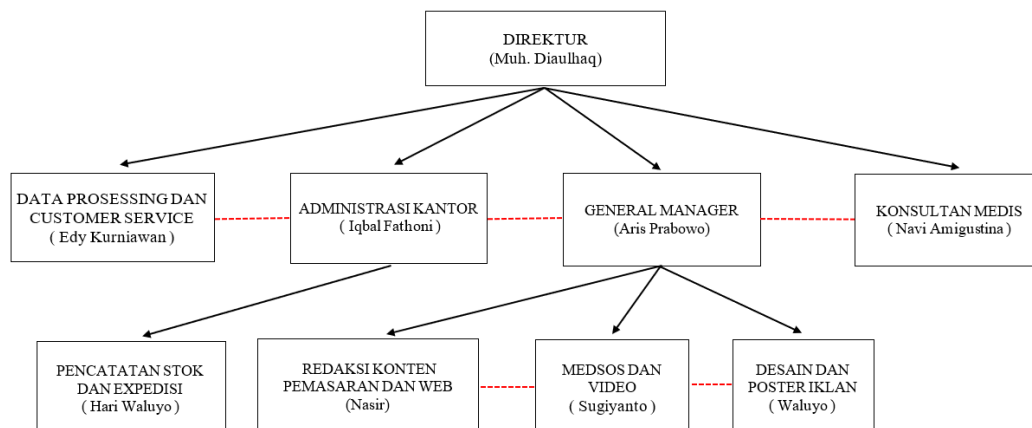
1. Terdepan dalam menyediakan solusi kesehatan alami untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
2. Memberdayakan agen, distributor, dan konsumen dengan edukasi produk yang mendalam untuk mencapai gaya hidup sehat secara alami.
3. Menginspirasi perubahan positif dengan memimpin inovasi produk herbal yang berkelanjutan dan ramah lingkungan.

b. Misi

1. Mengembangkan produk probiotik inovatif untuk manusia melalui penelitian dan pengembangan yang berkelanjutan.
2. Memberikan edukasi yang mendalam tentang kegunaan dan manfaat produk herbal, dengan melibatkan tenaga ahli dalam setiap tahap pemasaran produk.
3. Membangun sistem keagenan dan distributor berbasis keadilan, dengan memberikan margin laba yang adil dan bonus referensi yang memotivasi.
4. Membekali agen dan distributor dengan keterampilan yang mendukung penjualan produk.

1.1.3 Struktur Organisasi CV. Probioterra Lestari

Struktur organisasi CV. Probioterra Lestari telah mengalami beberapa kali perubahan seiring dengan perkembangan bisnis dan kebutuhan dari bisnis perusahaan. Struktur organisasi CV. Probioterra Lestari divisualisasikan pada Gambar 1.2 di bawah ini:



Gambar 1. 2 Struktur Orgnisasi

Sumber: CV. Probioterra Lestari

1.1.4 Produk CV. Probioterra Lestari

CV Probioterra Lestari merupakan perusahaan yang berfokus pada inovasi produk berbasis probiotik, menawarkan berbagai jenis produk berkualitas yang dikenal dengan nama Bioterra. Produk-produk Bioterra ini terdiri dari berbagai varian seperti Bioterra Silver, Saribuah, Platinum, dan Gold, yang masing-masing memiliki manfaat tersendiri untuk mendukung kesehatan serta keseimbangan ekosistem mikroba di tubuh manusia. Setiap varian dirancang untuk memenuhi kebutuhan spesifik konsumen, baik untuk tujuan pencegahan, perawatan, maupun pemeliharaan kesehatan. Berikut merupakan produk dan harga produk dari CV. Probioterra Lestari:

Tabel 1. 1 Daftar Produk Probioterra Lestari

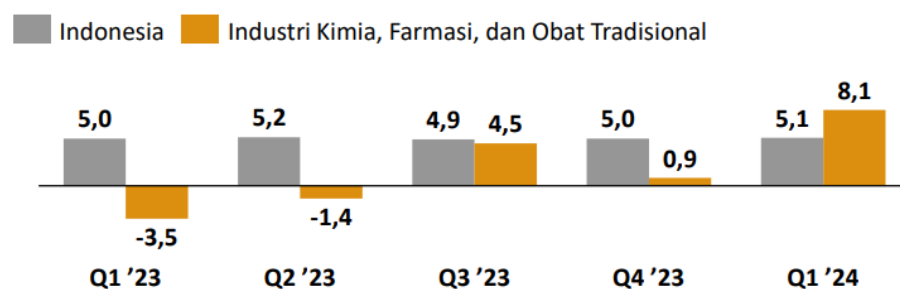
Produk	Harga Agen	Harga Konsumen
Bioterra Silver	Rp 63.000	Rp 85.000
Bioterra Saribuah	Rp 93.000	Rp 125.000
Bioterra Platinum	Rp 103.000	Rp 137.000

Bioterra Gold	Rp 257.000	Rp 375.000
---------------	------------	------------

Sumber: CV. Probioterra Lestari

1.2 Latar Belakang

Industri kimia, farmasi, dan obat tradisional merupakan sektor yang memiliki peran penting dalam perkembangan kesehatan global dan ekonomi suatu negara. Menurut Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia (2021), Sektor Industri kimia, farmasi, dan obat tradisional merupakan salah satu tulang punggung pemulihan ekonomi nasional, dengan pertumbuhan yang terus menunjukkan peningkatan dari tahun ke tahun. Sektor ini tidak hanya memberikan kontribusi signifikan dalam menciptakan lapangan pekerjaan dan mendorong pertumbuhan ekonomi, tetapi juga memiliki peranan besar dalam memenuhi kebutuhan masyarakat akan produk kesehatan, mulai dari obat-obatan kimia hingga produk berbasis herbal. Pada saat ini, industri kimia, farmasi, dan obat tradisional merupakan salah satu sektor penting dalam perekonomian Indonesia yang berperan besar dalam menjaga kesehatan masyarakat sekaligus berkontribusi dalam Produk Domestik Bruto (PDB) nasional. Sektor ini terus mengalami perkembangan, meskipun menghadapi tantangan besar pada masa pandemi COVID-19.



Gambar 1. 3 PDB Industri Kimia, Farmasi dan Obat Tradisional

Sumber: Badan Pusat Statistik (2024)

Menurut Badan Pusat Statistik (2024), yang dikemukakan pada Pyramid Farma, paska pandemi pertumbuhan PDB Industri Kimia, Farmasi, dan Obat

Tradisional terus mengalami koreksi hingga semester pertama 2023 dan pada triwulan I-2024 mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan sebesar 8.10% meningkat dari tahun sebelumnya yang kontraksi -3.52%. Hal ini sejalan dengan peningkatan permintaan domestik dan ekspor. Berdasarkan data tersebut, industri ini mengalami kecenderungan tren menguat pada triwulan I-2024, hal ini mengindikasikan bahwa bisnis pada industri kimia, farmasi, dan obat tradisional mendapatkan respon positif dari masyarakat yang peduli akan kesehatan.

Kesehatan merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia yang berpengaruh langsung pada kualitas hidup dan produktifitas individu. Seiring dengan berkembangnya zaman dan kecepatan dalam mengakses informasi, kesadaran masyarakat akan kesehatan semakin meningkat. Berkembangnya teknologi informasi khususnya internet dan sosial media, telah mengubah cara masyarakat untuk mendapatkan pengetahuan kesehatan. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah memberikan dampak besar pada masyarakat, terutama dalam bidang kesehatan, mengubah cara kita mengakses informasi dan berkomunikasi (Reni, 2021). Melalui internet dan sosial media, masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi yang sebelumnya hanya didapat dari praktisi medis. Ini menyebabkan masyarakat menjadi lebih sadar akan kesehatan mereka, dari mulai memahami gejala, hingga metode pencegahannya, serta mengadopsi gaya hidup sehat. Fenomena-fenomena ini terlihat semakin populer dikalangan masyarakat. Hal tersebut didukung juga melalui survei pada Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada gambar dibawah ini.



Gambar 1. 4 Informasi Paling Banyak Dicari

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023)

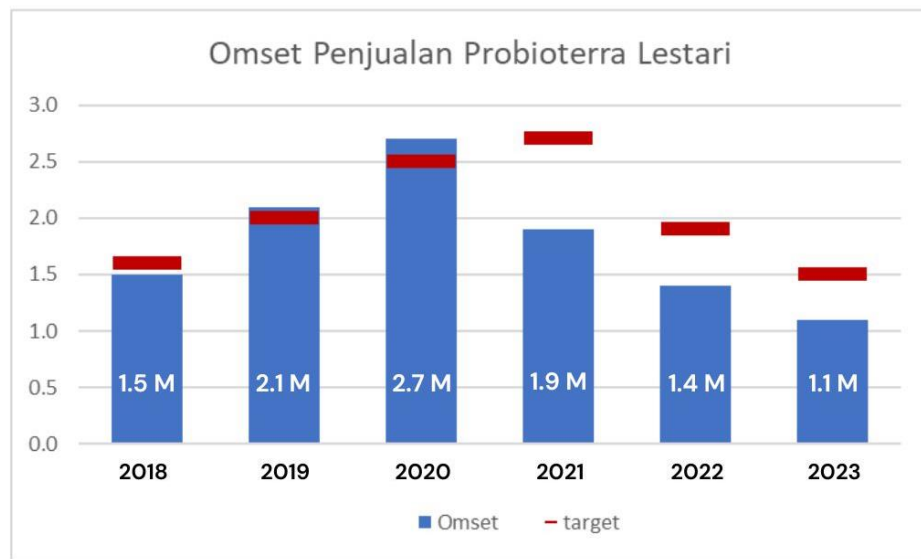
Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2023), informasi mengenai kesehatan menjadi yang paling sering dikunjungi masyarakat Indonesia di internet. Sebagaimana terdapat 36,96% responden yang mengaku lebih sering mencari konten tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa minat masyarakat terhadap kesehatan kemungkinan besar dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti efek dari pandemi COVID-19 yang memberikan kesadaran masyarakat pentingnya kesehatan. Pandemi COVID-19 juga berperan dalam mendorong masyarakat untuk kembali kepada pengobatan tradisional untuk menjaga daya tahan tubuh. Pandemi COVID-19 telah meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya kesehatan dan pencegahan penyakit, mendorong mereka untuk mengadopsi gaya hidup sehat melalui penggunaan bahan-bahan alami (Ariantini & Solehah, 2021). Pergeseran pada tren preferensi pengobatan semakin terlihat sehingga banyak masyarakat yang mulai beralih pada produk-produk alami dan obat tradisional karena dinilai lebih aman dikonsumsi dan minim efek samping dibandingkan obat-obat berbahan kimia (Rozak, 2019). Pergeseran ini bukan hanya mendorong keinginan untuk menghindari efek samping yang mungkin timbul, tetapi juga untuk mengadopsi gaya hidup yang lebih sehat dengan menggunakan bahan-bahan alami.

Obat tradisional telah memiliki sejarah yang sangat panjang dalam budaya kesehatan masyarakat Indonesia. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2022), Pengobatan tradisional di Indonesia telah digunakan sejak dahulu, dengan pemanfaatan berbagai bahan alami dari tanaman, akar, rempah-rempah, serta bagian lain dari tumbuhan sebagai upaya untuk mengatasi berbagai penyakit dan menjaga kesejahteraan tubuh. Pemanfaatan obat tradisional tidak hanya terkait dengan pengobatan tetapi juga sebagai upaya pencegahan penyakit di masa yang akan datang. Dalam beberapa tahun terakhir, dengan meningkatnya minat terhadap kesehatan alami, pengobatan tradisional kembali menjadi sorotan. Menurut Kementerian Kesehatan Republik Indonesia (2019), masyarakat yang menggunakan upaya kesehatan tradisional makin meningkat menjadi sebesar 44,3% sehingga menunjukkan bahwa minat masyarakat dalam penggunaan obat tradisional dan upaya kesehatan tradisional semakin meningkat. Data ini menunjukkan bahwa minat terhadap penggunaan obat tradisional semakin menguat seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat dalam perihal kesehatan. Selain itu, pandemi COVID-19 yang terjadi dalam beberapa tahun terakhir telah meningkatkan kesadaran bagi masyarakat Indonesia untuk lebih memperhatikan masalah kesehatannya. Berdasarkan perihal kesehatan tersebut, bidang industri kimia, farmasi, dan obat tradisional khususnya obat tradisional memiliki peluang yang sangat besar karena besarnya minat masyarakat Indonesia.

CV. Probioterra Lestari sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang industri kimia, farmasi, dan obat tradisional, menghadapi tantangan yang kompleks dalam lingkungan bisnis yang semakin kompetitif. Produk-produk berbasis probiotik yang dihasilkan oleh CV. Probioterra Lestari memiliki potensi besar, baik dalam kesehatan maupun industri obat tradisional. Dalam perjalanan usahanya selama 14 tahun, perusahaan telah berhasil mendapat pengakuan dari berbagai pihak melalui izin edar, izin halal, dan beberapa sertifikasi. Meskipun produk perusahaan telah dikenal secara baik melalui pengakuan tersebut, Probioterra Lestari masih harus berhadapan dengan dinamika internal dan eksternal yang memengaruhi bisnisnya.

Pada dinamika eksternal, CV. Probioterra Lestari menghadapi masalah signifikan seperti harga bahan baku produk yang mengalami kenaikan. Bahan baku alami sering kali bersumber dari sektor pertanian, yang sangat dipengaruhi oleh kondisi iklim, bencana alam, atau fluktuasi musiman. Selain itu, salah satu dinamika eksternal penting yang juga mempengaruhi CV. Probioterra Lestari adalah munculnya produk pengganti. Produk pengganti ini sering kali memicu perubahan preferensi konsumen, karena menawarkan alternatif baru yang mungkin lebih terjangkau, lebih efisien, atau lebih sesuai dengan nilai-nilai yang dipegang oleh konsumen. Meskipun ada tren yang kuat menuju produk alami, produk farmasi kimia tetap menjadi pesaing utama perusahaan. Produk ini sering kali memberikan hasil yang lebih cepat atau dianggap lebih ampuh oleh sebagian konsumen, terutama dalam mengobati penyakit tertentu. Sehingga Probioterra Lestari dituntut untuk terus melakukan inovasi agar tetap sesuai dimata konsumen.

Pada dinamika internal, CV. Probioterra Lestari menghadapi tantangan dalam hal efisiensi operasional, pengelolaan rantai pasok, serta kapasitas riset dan pengembangan. Salah satu kendala utama adalah keterbatasan sumber daya manusia yang menghambat percepatan inovasi produk baru. Kurangnya kolaborasi antar bagian seperti produksi dan pemasaran memperlambat pengembangan produk yang sesuai dengan kebutuhan pasar. Selain itu, Probioterra Lestari juga memiliki kendala pada strategi pemasaran digital saat ini yang masih belum optimal dalam menjangkau target pasar yang lebih luas. Perusahaan lebih banyak mengandalkan pemasaran konvensional dalam menarik perhatian konsumen. Saluran distribusi pada Probioterra Lestari juga menjadi permasalahan karena perusahaan lebih banyak mengandalkan distribusi melalui agen dan toko herbal tertentu, yang membatasi potensi ekspansi pasar ke segmen pelanggan yang lebih luas. Probioterra Lestari juga mengalami masalah signifikan seperti penurunan penjualan pada masa pandemi COVID-19 mulai mereda. Menurut Putri & Dwi Utama (2017) kinerja atau performa suatu bisnis dapat dievaluasi melalui analisis pendapatan yang diperoleh selama periode waktu tertentu.



Gambar 1. 5 Grafik Omset 6 Tahun Terakhir

Sumber: CV. Probioterra Lestari

Dapat dilihat pada grafik omset CV. Probioterra Lestari bahwa penjualan mengalami peningkatan pada masa pandemi COVID-19 dan mengalami penurunan pada masa pandemi COVID-19 mulai mereda. Pada grafik menunjukkan bahwa pada periode tahun 2018 sampai 2020 pandemi COVID-19 berlangsung, perusahaan mengalami peningkatan penjualan secara signifikan. Sedangkan pada tahun 2021 sampai 2023 pada masa pandemi COVID-19 mulai mereda, penjualan mengalami penurunan berkala dibandingkan tahun sebelumnya. Berdasarkan Grafik tersebut, terjadi gap antara pendapatan yang didapat dengan target pendapatan yang telah ditentukan oleh CV. Probioterra Lestari, Sehingga rata-rata pendapatan yang diperoleh masih di bawah target yang telah ditentukan.

CV. Probioterra Lestari mengalami penurunan penjualan yang berdampak langsung pada penurunan pendapatan perusahaan. Kondisi ini membatasi kemampuan perusahaan dalam mengelola sumber daya manusia serta mempertahankan daya saing di industri suplemen kesehatan dan obat herbal. Pada data industri menunjukkan bahwa permintaan terhadap produk kesehatan dan obat herbal terus meningkat dalam beberapa tahun terakhir. Namun, tren pertumbuhan

ini tidak diikuti oleh peningkatan penjualan CV. Probioterra Lestari yang mengindikasikan adanya permasalahan dalam strategi bisnis perusahaan.

Beberapa permasalahan faktor eksternal yang memengaruhi kinerja perusahaan antara lain kenaikan harga bahan baku dan munculnya produk pengganti. Sementara dari sisi faktor internal, terdapat kendala seperti kesenjangan dalam pencapaian target penjualan, strategi pemasaran digital yang kurang optimal, keterbatasan dalam memperluas jangkauan distribusi, serta keterbatasan pengembangan sumber daya manusia. Untuk mengatasi tantangan tersebut, CV. Probioterra Lestari perlu melakukan inovasi dalam model bisnisnya agar dapat meningkatkan daya saing dan kembali menyesuaikan diri dengan pertumbuhan industri.

Dalam mengembangkan inovasi dan mengevaluasi model yang diterapkan di Probioterra Lestari, terdapat berbagai alat yang bisa digunakan, salah satunya adalah *Business Model Canvas* yang dapat digunakan untuk menyesuaikan model bisnis yang lebih baik (Alifia Yudha & Yuldinawati, 2023). *Business Model Canvas* (BMC) merupakan alat yang digunakan untuk merancang strategi bisnis secara sistematis, dengan menggambarkan dan mengidentifikasi elemen-elemen penting dalam pengembangan usaha, sehingga menghasilkan strategi yang menyatu dan terarah (Priyadi & Prasetyo, 2018). *Business Model Canvas* tidak hanya berfungsi untuk memetakan model bisnis yang sedang berjalan, tetapi juga dapat dimanfaatkan untuk merancang usulan model bisnis yang baru (Maghfirah et al., 2012).

Dengan adanya alat ini, para pelaku usaha dapat memvisualisasikan tentang dasar pemikiran suatu perusahaan dalam menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Pengembangan strategi berdasarkan konsep BMC berarti membangun sistem dari blok-blok penyusunnya yang saling berkaitan dan tidak saling bertentangan, sehingga strategi yang dihasilkan menjadi sinergis dan menyeluruh (Pasaribu et al., 2023). BMC terdiri dari 9 blok dasar yaitu *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationship*, *revenue streams*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure*. Sembilan blok

tersebut saling berkaitan sehingga dapat memudahkan Probioterra Lestari dalam melakukan proses evaluasi terhadap nilai bisnisnya.

Penentuan strategi yang dilakukan dengan menggunakan BMC dapat dikaitkan dengan *Value Proposition Canvas* (VPC) dan analisis lingkungan bisnis pada Probioterra Lestari. Tujuan analisis *Value Proposition Canvas* (VPC) adalah untuk meningkatkan nilai yang ada pada model bisnis saat ini. *Value Proposition Canvas* menggambarkan bagaimana produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan, keinginan, dan masalah pelanggan dengan memahami tugas yang ingin diselesaikan, kesulitan yang dialami, serta manfaat yang diharapkan oleh pelanggan (Osterwalder et al., 2014). Sedangkan analisis lingkungan bisnis dimaksudkan untuk mengidentifikasi pemahaman yang lebih mendalam tentang konteks eksternal yang mempengaruhi operasional dan arah CV. Probioterra Lestari.

Penelitian ini menghadirkan integrasi pendekatan *Business Model Canvas* (BMC), *Value Proposition Canvas* (VPC), dan *Business Model Environment* (BME) pada perusahaan di bidang produk herbal probiotik. Selama ini, kajian inovasi model bisnis cenderung berfokus pada sektor teknologi atau industri besar, sementara penerapannya pada bisnis herbal lokal masih jarang diteliti. Selain pemetaan model bisnis, studi ini juga menyusun strategi implementatif berbasis temuan lapangan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi praktis dan akademik terhadap pengembangan model bisnis pada sektor kesehatan berbasis probiotik alami. Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas, peneliti akan membahas mengenai masalah yang ada pada Probioterra Lestari yang berjudul “Inovasi Model Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas pada Probioterra Lestari untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Berkelanjutan”.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pemetaan model bisnis saat ini pada Probioterra Lestari jika dilihat berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?

2. Bagaimana *Value Propositions Canvas* (VPC) dari CV. Probioterra Lestari?
3. Bagaimana Analisis Lingkungan bisnis menggunakan *Business Model Environment* untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh CV. Probioterra Lestari?
4. Bagaimana rancangan model bisnis usulan yang dapat diterapkan oleh CV. Probioterra Lestari melalui pendekatan *Business Model Canvas* (BMC)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, maka dapat ditemukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pemetaan model bisnis saat ini pada Probioterra Lestari
2. Menidentifikasi proporsi nilai menggunakan *Value Proposition Canvas* (VPC) dari CV. Probioterra Lestari
3. Untuk mengetahui Analisis Lingkungan Bisnis menggunakan *Business Model Environment* untuk menjawab tantangan yang dihadapi oleh CV. Probioterra Lestari
4. Merancang model bisnis usulan dengan melakukan perancangan strategi bisnis baru yang tepat dalam pengembangan bisnis yang menggunakan pemetaan *Business Model Canvas* untuk CV. Probioterra Lestari

1.5 Manfaat Penelitian

Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan acuan bagi para pemilik usaha tentang inovasi model bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) saat mengembangkan bisnis mereka. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lain.

Aspek Akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai referensi dan acuan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian lebih lanjut tentang topik yang berkaitan dengan pengembangan bisnis menggunakan *Business Model Canvas*. Selain itu, peneliti berharap dapat memberikan kontribusi positif dan pengetahuan

tentang kewirausahaan yang berkaitan dengan inovasi model bisnis pada suatu perusahaan kepada mahasiswa dan pelaku bisnis.

1.6 Sistematika Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini bertujuan untuk memberi gambaran umum tentang penulisan tugas akhir. Berikut sistematika penulisan tugas akhir yang dilakukan.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan, dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini penulis menguraikan teori-teori yang mendasari penelitian sampai kepada teori khusus, disertai penelitian terdahulu, dilanjutkan dengan kerangka penelitian dan diakhiri dengan hipotesis.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian mengenai jenis penelitian, operasional variabel, situasi sosial, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, serta Teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan dijabarkan dengan sistematis sesuai dengan rumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini terdiri dari dua bagian. Bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.