

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi negara dengan populasi penduduk terbanyak ke-empat setelah China, India, dan Amerika Serikat. Dengan banyaknya populasi penduduk di Indonesia, tidak bisa dipungkiri bahwa kebutuhan masyarakat akan sandang dan pangan menjadi meningkat. Kebutuhan sandang sendiri meliputi penampilan masyarakat yang mau tidak mau harus mengikuti trend yang berkembang, salah satu yang paling banyak diikuti adalah sepatu. Dengan meningkatnya industri fashion terutama sepatu menyebabkan sepatu menjadi salah satu ikon trend yang digemari masyarakat. Sepatu diminati oleh semua kalangan, namun yang paling mendominasi adalah para anak muda millennial yang berusia 15-30 tahun. Pasalnya para kawula muda menggunakan sepatu bukan hanya untuk melindungi alas kaki, melainkan juga menjadi identitas sosial pribadi dan gaya hidup. Namun sayangnya, banyak masyarakat yang memiliki sepatu hanya fokus pada pemakaiannya saja atau bahkan hanya sekedar koleksi. Banyak faktor yang menyebabkan masyarakat tidak merawat sepatunya, seringnya dikarenakan mobilitas yang tinggi sehingga kurang adanya waktu luang bagi sebagian orang untuk merawat sepatu.

Dengan adanya fenomena tersebut banyak orang memanfaatkan peluang untuk berwirausaha. Peluang tersebut juga dimanfaatkan oleh para kawula muda untuk mendirikan usaha kecil sebagai sampingan dari kegiatan sehari-hari. Para kawula muda diharapkan memiliki komitmen serta konsisten dalam menjalankan usahanya. Menurut *Soegoto* (2009:3) “Kewirausahaan adalah usaha kreatif yang dibangun berdasarkan inovasi untuk menghasilkan sesuatu yang baru, memberikan nilai tambah, manfaat, menciptakan lapangan kerja, dan hasilnya dapat berguna bagi orang lain”. Kewirausahaan merupakan kemampuan kreatif dan inovatif yang dijadikan dasar patokan dalam mencari adanya peluang di tiap adanya fenomena atau kegiatan terkait. Hal penting dalam berwirausaha yaitu mengetahui target

bisnis serta memikirkan resiko terburuk dan mempersiapkan rencana apabila resiko tersebut terjadi.

Salah satu usaha kecil yang digemari oleh banyak kalangan muda yaitu usaha yang menawarkan layanan jasa, alasannya karena untuk mendirikan usaha dalam bidang jasa tidak memerlukan modal yang besar dan lebih mengandalkan ketrampilan serta pengalaman. Usaha yang bergerak pada layanan jasa terbukti menjadi salah satu industri dengan tingkat pertumbuhan yang cukup tinggi di Indonesia. Penasihat Ekonomi *Institute of Chartered Accountants in England and Wales (ICAEW)* dan Kepala Bidang Makro Makroekonomi *Cebr, Charles Davis* tahun 2012 memperkirakan pada tahun 2020 sektor jasa Indonesia meningkatkan hasil nasionalnya sebanyak 7,8 persen, dimana angka tersebut melampaui pertumbuhan PDB Indonesia yang hanya mencapai 6,8 persen per tahun. Dengan pernyataan demikian, mendirikan usaha dengan menawarkan jasa sebagai layanannya masih memiliki peluang untuk dikembangkan dan terus tumbuh. Usaha dengan layanan jasa termasuk mudah dijalankan bagi mereka yang memiliki self starter dan keyakinan.

Business Model Canvas (BMC) merupakan sebuah alat yang dapat memberikan gambaran mengenai aktivitas bisnis kedalam sembilan elemen dan merupakan metode pendekatan yang efektif karena mampu mendeskripsikan dan menganalisa seluruh aspek perusahaan, baik aspek pemasaran, aspek keuangan, aspek sumber daya manusia, hingga nilai dari suatu produk atau jasa yang ditawarkan. Strategi usaha yang dijalankan oleh perusahaan tidak dapat berjalan dengan baik apabila menggunakan metode atau strategi yang tidak tepat, maka dari itu dengan adanya *Business Model Canvas (BMC)* dapat mempermudah dalam mewujudkan tujuan-tujuan perusahaan dengan menggunakan model bisnis yang inovatif serta strategi bisnis yang kreatif. Cara kerja dari *Business Model Canvas (BMC)* yaitu dengan menganalisa hubungan yang terjadi pada tiap elemen yang terdiri dari sembilan elemen. Sembilan elemen pada *Business Model Canvas (BMC)* yakni *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (Proposisi Nilai), *Channels* (Saluran), *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan),

Revenue Streams (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activites* (Aktivitas Kunci), *Key Partnership* (Kemitraan Utama), dan *Cost Structure* (Struktur Biaya).

Sedangkan analisis *SWOT* merupakan suatu analisis untuk menyempurnakan atau memaksimalkan strategi dari suatu perusahaan. Analisis ini terdiri dari Kekuatan (*Strength*), Kelemahan (*Weakness*), Peluang (*Opprtunities*), Ancaman (*Threaths*) pada suatu perusahaan. Analisis *SWOT* berguna untuk memberikan informasi mengenai bagaimana perusahaan mempertahankan kekuatan yang dimiliki, memaksimalkan kelemahan, melihat dan memanfaatkan peluang, serta meminimalisir adanya ancaman. Cara kerja dari analisis *SWOT* ini yaitu menganalisa mulai dari faktor internal perusahaan yakni kekuatan dan kelemahan yang dimiliki, serta faktor eksternal perusahaan yakni peluang dan ancaman. Dengan menggunakan analisis *SWOT* diharapkan perusahaan mampu melihat adanya potensi dalam perusahaan dan mampu menghadapi resiko terburuk yang kemungkinan akan terjadi.

Sikat Putih merupakan usaha rumahan yang bergerak pada bidang jasa cuci sepatu. Sikat Putih berlokasi di Semarang dan didirikan sejak November 2020, usaha ini berdiri dikarenakan kurangnya kesadaran masyarakat akan pentingnya kebersihan dari barang yang digunakan sehari-hari. Sikat Putih memiliki visi dan misi yang jelas untuk berkembang kedepannya.

Visi :

Menawarkan jasa pencucian barang konsumen, seperti sepatu, topi, dan tas dengan harga terbaik. Kepuasan dan kenyamanan konsumen menjadi prioritas kami. Mengembangkan usaha sehingga mampu menyediakan lapangan kerja bagi masyarakat menjadi tujuan jangka panjang Sikat Putih.

Misi :

1. Menjadi salah satu usaha yang dapat mewujudkan keinginan masyarakat untuk berpenampilan bersih.

2. Menyediakan jasa cuci dengan kualitas tinggi namun dengan harga yang terjangkau.
3. Memberikan kenyamanan untuk konsumen dengan menyediakan layanan antar jemput.
4. Mengutamakan kebersihan, kerapihan dan keharuman.
5. Melakukan pengerjaan dengan teknik yang tepat.

Usaha Sikat Putih merupakan usaha cuci sepatu yang menggunakan alat dan bahan yang berkualitas serta dalam prosesnya menggunakan tenaga yang sudah berpengalaman serta berkompeten dalam bidangnya. Sikat Putih memiliki pesaing seperti Cleanandshoessmg, Shoescarecenter, Siasatbersih yang sama-sama menawarkan jasa cuci sepatu, para pesaing memiliki pelanggan yang banyak dikarenakan usaha sudah didirikan sejak lama sehingga banyak masyarakat yang sudah mengenalinya. Namun Sikat Putih tentunya memiliki keunggulan lain dalam pelayanan yang nantinya memberikan kemudahan serta kepuasan kepada pelanggan. Pelayanan yang dimaksud yakni adanya antar jemput sepatu, COD, serta disediakan drop point bagi konsumen yang hendak menitipkan sepatunya pada tempat terdekat.

Banyaknya pesaing dalam bidang jasa cuci sepatu membuat Sikat Putih perlu melakukan upaya dalam mengembangkan usahanya, antara lain dengan mengadakan promo tiap bulan, memanfaatkan program paid promote yang dilakukan oleh suatu organisasi mahasiswa dan ikut berpartisipasi dengan mendirikan tenant dalam suatu kegiatan kampus. Selain mengadakan promosi, Sikat Putih juga melebarkan cakupan usaha yang dijalankan. Hal tersebut dibuktikan dengan ditambahkannya jasa cuci tas dan topi untuk memenuhi kebutuhan konsumen, kemudian menyediakan layanan drop point untuk mempermudah konsumen yang hendak menitipkan barang yang ingin dicuci. Berikut beberapa foto dari kegiatan Sikat Putih :

Gambar 1.1
Foto Sikat Putih



Usaha Sikat Putih merupakan usaha yang menawarkan jasa cuci sepatu yang memiliki target pasar yakni semua masyarakat dalam berbagai kalangan terutama golongan masyarakat yang memiliki ekonomi menengah kebawah dengan umur yang beragam. Pada pelaksanaan bisnisnya, Sikat Putih tidak lepas dari beberapa tantangan yang dihadapi, antara lain masih banyak masyarakat yang berpikir bahwa dapat mencuci sepatu sendiri dan komplain dari para konsumen yang mengatakan bahwa hasil kurang bersih atau melebihi dari batas waktu yang dijanjikan. Selain itu Sikat Putih merupakan bisnis baru yang keberadaannya belum diketahui banyak orang, sehingga konsumennya masih sedikit dan harus bersaing dengan pesaing yang telah memiliki brand yang besar. Berikut merupakan data jumlah sepatu yang dibersihkan di Sikat Putih :

Tabel 1.1
Data Jumlah Sepatu yang Dibersihkan Di Sikat Putih
Periode November – Desember 2021

Varian	Jumlah Penjualan Bulan November				Jumlah Penjualan Bulan Desember			
	I	II	III	IV	I	II	III	IV
Flatshoes	2	0	1	0	0	0	2	3
Cuci cepat	7	10	8	12	10	11	17	21
Cuci luar dalam	4	8	5	6	8	5	12	16
Whitening	5	9	6	6	7	9	14	12
Unyellowing	8	9	8	5	6	13	10	12
Leathershoescare	0	0	0	1	0	0	3	2
Suedecare	0	2	1	0	0	1	1	1
Jumlah	26	38	29	30	31	39	59	67
Omset	Rp. 4.175.000				Rp. 5.765.000			

Sumber : Data Sekunder, 2021

Menurut data diatas, penjualan Sikat Putih tiap minggunya masih jauh untuk dikatakan berhasil. Mendirikan bisnis yang menawarkan jasa di Indonesia sangat menjanjikan karena memiliki banyak peluang untuk berkembang, namun kenyataannya penjualan dari Sikat Putih tidak meningkat secara konsisten tiap minggunya.

Berdasarkan permasalahan yang dialami, peneliti berkenan untuk membantu usaha Sikat Putih dalam mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu peneliti hendak melakukan analisa dengan menggunakan metode dan strategi bisnis yang tepat untuk menjadikan usaha Sikat Putih berkembang dengan lebih baik. Peneliti memilih menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan *analisis SWOT* untuk membuat strategi model bisnis yang diharapkan mampu menganalisis serta memberikan solusi atas permasalahan dengan mengaitkan sembilan elemen. Maka dari itu, dalam penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) dengan menggabungkan aspek kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) pada perusahaan ke dalam *analisis SWOT* merupakan hal yang efektif.

Berdasarkan pernyataan diatas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisa serta memberikan solusi atas permasalahan yang dialami yang nantinya dapat diimplementasikan sebagai salah satu upaya dalam mengembangkan bisnis pada usaha cuci sepatu Sikat Putih agar nantinya usaha Sikat Putih dapat berkembang dengan baik. Berdasarkan uraian diatas, peneliti memiliki keinginan untuk melakukan penelitian dengan judul : "ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS* PADA USAHA CUCI SEPATU SIKAT PUTIH".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana usaha dalam pengembangan yang dilakukan Sikat Putih dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis *SWOT*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengembangan usaha pada Sikat Putih dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis *SWOT*.

1.4 Manfaat Penelitian

Tiap penelitian dilakukan untuk mendapatkan manfaat yang nantinya dapat berguna bagi pihak-pihak terkait. Dengan adanya penelitian ini, peneliti mengharapkan dapat memberikan manfaat antara lain, sebagai berikut:

1. Bagi Sikat Putih

Dengan dilakukannya penelitian ini dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) diharapkan dapat memberikan masukan bagi usaha Sikat Putih agar dapat mengembangkan perusahaan dengan baik dan tepat.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Dengan dilakukannya penelitian ini, diharapkan dapat bermanfaat untuk menambah pengalaman, memperbanyak pengetahuan mengenai bagaimana mengembangkan usaha dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Hasil dari penelitian ini diharapkan juga menjadi pedoman, referensi maupun pendukung bagi penelitian selanjutnya yang memiliki permasalahan yang relevan.

3. Bagi Universitas Katolik Soegijapranata

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur atau bahan bacaan pada perustakaan UNIKA Soegijapranata Semarang.