

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Salah satu cara untuk meningkatkan perekonomian baik negara maupun individu, memberikan lapangan pekerjaan dan juga menurunkan tingkat pengangguran adalah dengan cara berwirausaha atau menjadi wirausaha. Wirausaha adalah seseorang yang menjalankan atau mengoperasikan bisnis atau sejumlah bisnisnya dan mengambil risiko finansial untuk melakukannya (Alifuddin & Razak, 2015). Seorang wirausaha memiliki peran besar dalam perekonomian dimana wirausaha tersebut akan menggunakan kemampuan dan inisiatifnya untuk membuat sesuatu produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dari masyarakat (Dwidienawati & Gandasari, 2018).

Kewirausahaan merupakan rangkaian proses pengerjaan sesuatu yang baru dan inovatif dengan mengutamakan nilai keunggulan dan kemanfaatan yang mana harus disertai dengan kemampuan manajerial (Firmansyah & Roosmawarni, 2019). Berkembangnya zaman membuat adanya perkembangan permintaan konsumen serta kreativitas dari pengusaha untuk memenuhinya. Pengusaha perlu untuk dapat mengidentifikasi peluang usaha serta mengambil peluang untuk pemenuhan kebutuhan dari konsumen untuk dapat mendapatkan omset dan keuntungan. Peluang ini bisa didapatkan dengan mengamati trend yang ada di pasar sehingga dapat mengetahui keinginan konsumen.

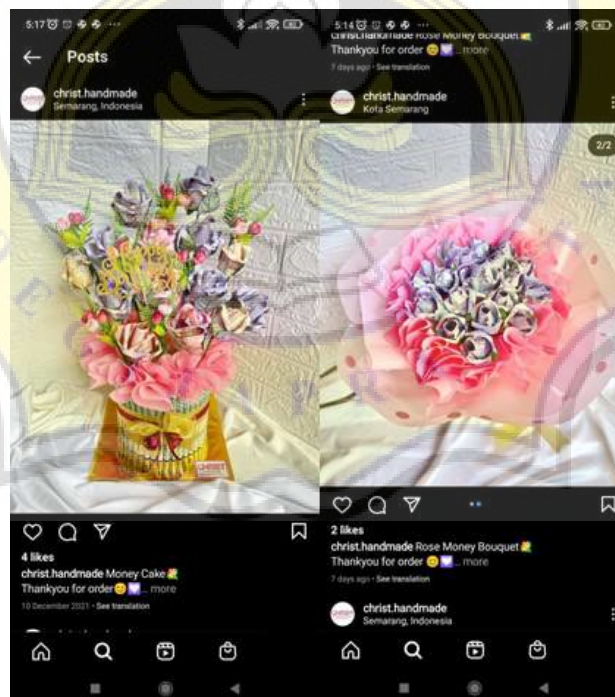
Trend yang ada di pasar saat ini dengan perkembangan generasi milenial, dan gen Z semakin membuat variasi produk yang dapat disediakan oleh wirausaha menjadi semakin banyak (Dwidienawati & Gandasari, 2018). Wirausaha juga perlu semakin kreatif untuk dapat membuat produk yang memiliki nilai tambah dari sebelumnya. Produk-produk sederhana dapat memiliki nilai yang lebih tinggi dengan adanya kreativitas yang dilakukan oleh wirausaha sehingga dapat meningkatkan daya saing dari usaha yang dikerjakannya (Firmansyah & Roosmawarni, 2019).

Hal ini membuat saat ini usaha kreatif menjadi semakin diminati dan produknya juga dicari. Usaha atau bisnis kreatif adalah suatu proses ekonomi yang dikaitkan dengan pemanfaatan kreativitas dari pelaku usaha, bakat serta keterampilan dari individu atau pelaku usahanya (Hidayat & Asmara, 2017). Pelaku industri atau bisnis kreatif akan menciptakan suatu produk yang membedakan antara dirinya dengan pelaku usaha lain. Di sisi lain persaingan yang semakin ketat akan membuat pelaku industri kreatif menjadi membutuhkan strategi-strategi bisnis yang memudahkan pelaku usaha untuk dapat mengembangkan bisnisnya dan menghadapi persaingan (Dwidienawati & Gandasari, 2018).

Salah satu usaha kreatif yang dipandang berprospek terutama dalam masa pandemi ini adalah usaha *handmade bouquet*. Usaha ini dipandang cukup menjanjikan karena memiliki aplikasi yang luas, misalnya adalah dapat diberikan pada acara ulang tahun, acara pernikahan, acara kelulusan, wisuda, lamaran, candle light dinner dan masih banyak lagi. Selain itu permintaan akan buket bunga termasuk cukup tinggi dan dapat dipesan secara digital serta dikirimkan melalui

pengiriman online. Bahan dasar yang digunakan pun relatif mudah untuk dicari sehingga dalam berbisnis buket bunga tersebut yang membedakannya adalah kreativitas dari pemilik dan strategi yang dijalankan untuk dapat meraih pasar yang lebih luas terutama dengan persaingan yang semakin ketat di mana pesaing saat ini bukan hanya perangkai bunga namun juga memanfaatkan komoditas bunga menjadi berbagai produk menarik (Dewi, 2018).

Christ Handmade merupakan salah satu usaha kreatif buket bunga yang berdiri sejak awal tahun 2020. *Christ Handmade* didirikan oleh Chrestella Nadya dengan bekerjasama dengan orang tuanya sebagai pemilik lokasi usaha. *Christ Handmade* menjual produk bunga buket dengan spesialisasi pada produk *money cake*, *money bouquet* dan hampers.



Gambar 1.1
Produk *Christ Handmade*
Sumber: Data Diolah (2022)

Penjualan dari produk *Christ Handmade* dilakukan secara online melalui media Instagramnya yaitu @christ.handmade. Hal ini dilakukan dengan cara mengupload hasil yang dibuat oleh *Christ Handmade* ke Instagram.



Gambar 1.2

Profil Instagram *Christ Handmade*
Sumber: Data Diolah (2022)

Pelanggan dari *Christ Handmade* sendiri cukup luas karena usianya sekitar antara 18-60 tahun mengingat aplikasi handmade bouquet ini dapat cukup luas dari ulang tahun sweet 17 hingga ulang tahun perkawinan yang pernah dilayani oleh *Christ Handmade*. Saat ini *Christ Handmade* belum mempekerjakan karyawan sehingga untuk produksi dilakukan sendiri oleh pemilik dan dibantu oleh ibunya.

Saat ini omset penjualan dari *Christ Handmade* dapat dilihat dari Tabel 1.1 sebagai berikut:

Tabel 1.1
Jumlah Pemesanan *Christ Handmade*

Bulan	Omset (jumlah transaksi)	Omset (Rupiah)
Juni	24	7.350.000
Juli	25	7.300.000
Agustus	24	7.375.000
September	25	7.450.000
Oktober	26	7.200.000
November	22	7.175.000
Desember	27	8.175.000

Sumber: Data Sekunder (2022)

Permasalahan yang dihadapi oleh *Christ Handmade* saat ini seperti terlihat dari Tabel 1.1 adalah adanya stagnasi usaha *Christ Handmade* karena omset yang cenderung stabil tanpa adanya peningkatan berarti. Produk yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah money cake yang biasanya terjual sekitar 25% dari seluruh omset, dan sisanya adalah rose bouquet, buket uang berdiri, rose kelopak dan buket balon.

Adanya omset yang stabil ini menunjukkan perlu adanya suatu alternatif strategi yang diperlukan oleh *Christ Handmade* untuk mengembangkan bisnisnya. Strategi pengembangan bisnis adalah suatu cara yang dilakukan oleh perusahaan yang terkoordinasi dan terencana yang dimaksudkan untuk menambahkan nilai pada produk atau layanan perusahaan terhadap konsumen sehingga perusahaan mampu mendapatkan keunggulan dari pesaingnya (Hartatik & Baroto, 2017). Perancangan strategi adalah proses yang melibatkan penelitian lingkungan bisnis organisasi di mana ia beroperasi. Adanya analisis sangat penting untuk merumuskan perencanaan strategis untuk pengambilan keputusan dan kelancaran

kerja organisasi itu. Dengan bantuan perencanaan strategis, tujuan atau sasaran yang ditetapkan oleh organisasi dapat terpenuhi. Dalam upaya terus-menerus untuk meningkatkan, organisasi harus secara berkala melakukan analisis strategis yang pada gilirannya akan membantu mereka menentukan area apa yang perlu ditingkatkan dan area yang sudah berjalan dengan baik sehingga agar organisasi berfungsi secara efisien, penting untuk memikirkan bagaimana perubahan positif perlu diterapkan (Firmansyah & Roosmawarni, 2019)).

Penelitian yang dilakukan oleh Hartatik & Baroto (2017) mengenai Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Metode *Business Model Canvas* mengemukakan perumusan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan Metode *Business Model Canvas* yang dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu analisa internal dan eksternal menggunakan matriks IFE dan EFE serta analisa SWOT. Tahapan berikutnya adalah melakukan pembobotan menggunakan metode AHP untuk mendapatkan prioritas strategi, selanjutnya memberikan usulan perbaikan dengan *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* meliputi sembilan blok, yaitu *Customer Relationships* (hubungan pelanggan), *Key Partners* (kemitraan utama), *Value Propositions* (proporsi nilai), *Customer Segments* (segmen pelanggan) dan *Channel* (saluran), *revenue stream* (arus pendapatan), *key resources* (sumber daya utama), *key activities* (aktivitas kunci) dan *cost structure* (struktur biaya). Hal ini menunjukkan strategi dengan *Business Model Canvas* dapat secara efektif dan efisien dalam penentuan strategi perusahaan.

Penelitian yang dilakukan oleh Ermaya & Darna (2019) yang meneliti mengenai Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model*

Canvas pada industri kecil krupuk menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) melalui analisis SWOT dan untuk mendapatkan strategi yang sesuai dalam pengembangan usahanya. Kondisi ini menunjukkan bahwa *Business Model Canvas* dapat diterapkan dengan baik pada usaha ini dan strategi yang digunakan adalah strategi *Turn Around*.

Permasalahan yang dihadapi oleh *Christ Handmade* saat ini seperti terlihat dari Tabel 1.1 adalah adanya stagnansi usaha *Christ Handmade* karena omset yang cenderung stabil tanpa adanya peningkatan berarti. Produk yang paling banyak diminati oleh konsumen adalah money cake yang biasanya terjual sekitar 25% dari seluruh omset, dan sisanya adalah rose bouquet, buket uang berdiri, rose kelopak dan buket balon sehingga menunjukkan perlunya *Business Model Canvas* untuk membantu perumusan analisis SWOT agar dihasilkan strategi yang dapat membantu mengembangkan bisnis dari *Christ Handmade*. Berdasarkan adanya latar belakang masalah tersebut, maka diperlukan penelitian dengan judul “**Alternatif Strategi Pengembangan Bisnis Pada *Christ Handmade* Semarang**”.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian adalah “Bagaimana perumusan strategi pengembangan bisnis pada *Christ Handmade* Semarang menggunakan *Business Model Canvas* dengan melalui analisis SWOT?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi pengembangan bisnis pada *Christ Handmade* Semarang menggunakan *Business Model Canvas* dengan melalui analisis SWOT.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk :

- a. Bagi *Christ Handmade*, hasil dari penelitian ini diharapkan mampu membuat *Christ Handmade* merumuskan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas* melalui analisis SWOT.
- b. Bagi peneliti lain, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi dalam melakukan penelitian dengan permasalahan yang sama.