

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek penelitian

1.1.1 Sejarah Toko Asli Sandal

Toko asli sandal telah berdiri sejak tahun 1992, merupakan industri kreatif yang memproduksi secara *handmade* oleh-oleh khas minang berupa sandal kulit asli, cinderamata, dan aneka kerajinan khas minang lainnya. Toko ini cukup terkenal di daerah kota wisata Bukittinggi, terletak di jantung kota Bukittinggi di daerah pertokoan pasar atas jalan Minangkabau No. 59 yang berada tidak jauh dari *landmark* kota Bukittinggi yaitu Jam Gadang. Pemilik toko bernama Pak Erdi dan istrinya Ibuk Kartini. Pak Erdi memulai karirnya sebagai karyawan pengerajin sandal di daerah Aur Kuning. Setelah menikah beliau berhenti bekerja dan memulai usahanya sendiri, dibekali dengan keterampilan membuat sandal yang didapat dari tempat kerjanya terdahulu, ia pun mulai membuat sandal dengan bahan dasar kulit sapi asli. Di Bukittinggi sandal kulit dikenal dengan sebutan sandal capal atau sandal datuak. Sandal datuak merupakan ciri khas dari Toko Asli Sandal. Dalam proses pengerjaan sandal di kerjakan oleh pengerajin yang ahli di bidangnya dengan metode *handmade*. Proses pemilihan bahan baku di tangani sendiri oleh Pak Erdi dan dalam proses pengolahan sandal ia dibantu oleh 5 orang karyawan. Tempat produksinya berada di Bengkaweh, jalan raya km 3 Bukittinggi – Padang.



Gambar 1.1
Toko Asli Sandal
Sumber: Toko Asli Sandal, 2017

1.1.2 Model-Model Sandal Toko Asli Sandal



Gambar 1.2
Model Sandal Datuak

Sumber : Toko Asli Sandal, 2017

1.2 Latar Belakang Penelitian

Industri pariwisata tidak bisa lepas dari industri kreatif. Industri kreatif dan sektor wisata merupakan dua hal yang saling berpengaruh dan dapat saling bersinergi jika dikelola dengan baik (Ooi dalam Suparwoko, 2010:4). Terdapat tiga faktor didalam konsep kegiatan wisata yaitu harus ada *something to see*, *something to do*, dan *something to buy* (Yoeti dalam Suparwoko, 2010:5). *Something to see* berkaitan dengan antraksi yang di lihat wisatawan di daerah wisata, *something to do* berkaitan dengan aktivitas dan kegiatan yang dilakukan wisatawan di daerah wisata, dan *something to buy* berkaitan dengan sovenir khas atau oleh-oleh yang dibeli di daerah tujuan wisata. Pada tiga komponen yang telah disebutkan tersebut, industri kreatif dapat masuk kedalam *something to buy*, dengan menciptakan oleh-oleh dan sovenir khas daerah wisata.

Dewasa ini bisnis oleh-oleh sangatlah berkembang dengan pesat di kota Bukittinggi, puluhan toko oleh-oleh berjejer di sepanjang Jl. Minangkabau berbagai jenis oleh-oleh khas bukittinggi tersedia disana. Melihat pesatnya pertumbuhan bisnis oleh-oleh dari fenomena yang ada membuat para pengusaha diharuskan untuk melakukan perubahan dan inovasi demi perkembangan bisnisnya. Para pengusaha sangat bergantung pada konsumennya, pemilik toko oleh-oleh berlomba untuk memenuhi keinginan konsumen. Pada awalnya pemilik toko hanya berfokus pada harga dan beberapa bentuk atau model saja, namun pada saat ini permintaan konsumen sangatlah bervariasi tidak hanya harga dan model saja namun kualitas,

desain yang menarik, kenyamanan saat di gunakan, keramahan karyawan, bahkan penampilan toko juga berpengaruh terhadap penilaian konsumen. Selain perubahan fokus dari pemilik toko, konsumen ternyata juga mengalami perubahan. Tujuan utama para pelanggan menggunakan sandal tidak hanya sebagai alas kaki saja, namun juga sebagai *fashion style* yang mendukung penampilan pemakainya serta menambah koleksi si konsumen. Karena adanya permintaan konsumen yang semakin bervariasi maka untuk keberlangsungan dan perkembangan usahanya, pemilik toko perlu mengevaluasi model bisnisnya agar dapat sesuai dengan perkembangan zaman saat ini.

Kota Bukittinggi dikenal sebagai kota wisata, bidang kepariwisataan ditetapkan sebagai potensi unggulan daerah Kota Bukittinggi (*Sumber: <http://www.bukittinggikota.go.id> diakses pada 22 Agustus 2017*). Kota Bukittinggi merupakan pusat pariwisata di provinsi Sumatera Barat, wisata yang terkenal adalah Ngarai Sianok, Benteng *Fort de kock*, Jembatan Limpapeh, Taman Margasatwa kinantan dan Jam Gadang yang merupakan *landmark* kota Bukittinggi. Bukittinggi merupakan tujuan wisata yang terkenal di dalam maupun di luar negeri. Tabel 1.1 menunjukkan jumlah wisatawan di kota Bukittinggi.

Tabel 1.1 Jumlah Wisatawan di Kota Bukittinggi

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Domestik
2016	27.510	434.935
2015	35.701	434.532
2014	32.501	400.538
2013	32.067	404.145
2012	26.802	360.191

Sumber : BPS Kota Bukittinggi, 2017

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat walaupun jumlah wisatawan mancanegara turun di tahun 2016, namun jumlah wisatawan domestik yang datang ke Kota Bukittinggi selalu naik setiap tahunnya. Dengan didorong oleh jumlah wisatawan yang tinggi menyebabkan pusat penjualan oleh-oleh ataupun sovenir juga meningkat. Di Bukittinggi, Pasar Atas dikenal sebagai pusat oleh-oleh berbagai macam bentuk dan ragam sovenir khas dijual disana dari baju khas minang, gantungan kunci, bordiran koto gadang, dompet kapalo samek, sandal datuak/ tarompa datuak, dan lain-lain.

Sandal datuak merupakan oleh-oleh yang sangat khas dari Bukittinggi, dan sudah berkembang dari dulu sampai sekarang.

Toko asli sandal merupakan satu-satunya toko yang masih memproduksi dan menyediakan sandal datuak yang terbuat dari 100% kulit sapi asli yang diproduksi secara *handmade*. Pada tahun 1992 toko Asli Sandal hanya berada di Pasar Atas saja, namun pada tahun 2005 pemilik membuka cabang di Bengkawah, jalan raya Bukittinggi-Padang Km 3 yang sekaligus dengan tempat produksinya. Pendirian cabang ini dilakukan karena melihat semakin meningkatnya jumlah wisatawan terutama pada saat liburan tiba. Pada awal produksi pemilik hanya membuat satu model saja, namun dikarenakan tingginya peminat maka pemilikpun mulai membuat berbagai macam model dari anak-anak sampai dewasa. Melalui wawancara peneliti dengan pemilik toko, dengan pendirian cabang maka terdapat perubahan yang cukup signifikan terutama pendapatan, biaya operasional, proses bisnis, dan segmen konsumen toko.

Model bisnis kanvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai dengan menggunakan sembilan blok (Osterwalder & Pigneur, 2012:14). Menurut Bonazzi & Zilber (2014) tidak seperti model bisnis lainnya yang telah ada, model bisnis kanvas dipertimbangkan sebagai model yang paling lengkap pada teori model bisnis, menempatkan, pada detail, hubungan antara keseluruhan komponen internal dan eksternal organisasi, dan memperlihatkan bagaimana hal tersebut saling berhubungan untuk menciptakan dan menangkap *value* (nilai) yang diberikan perusahaan.

Toko Asli Sandal belum memiliki bisnis model, berdasarkan survey pendahuluan yang peneliti lakukan dapat menggambarkannya model bisnis saat ini berdasarkan *Business Model Canvas* yaitu *key partnership* meliputi *supplier-supplier* utama berupa *supplier* kulit sapi, *supplier* lem, *supplier* cat khusus kulit dan *supplier* bahan sandal. Kemudian pada *key activities* yaitu kegiatan produksi hingga penjualan, *value propositions* dengan menawarkan sandal kulit yang berkualitas, diproduksi secara *handmade* hingga model sandal kulit yang sangat khas. *Customer relationship* yang dibangun melalui penjualan langsung dengan memberikan *discount* dan memberikan perbaikan gratis jika terjadi kerusakan, *customer segment* yang menjangkau anak-anak hingga dewasa baik untuk pria maupun wanita, *key resource* berupa sumber

daya manusia yang berpengalaman di bidangnya. Selanjutnya Toko Asli Sandal membangun *channel* secara *offline* dan toko mitra . *Cost structure* yang ada bermacam-macam mulai dari biaya tetap hingga biaya variabel yang dikeluarkan setiap harinya. Untuk *revenue streams* Toko Asli Sandal masih bergantung pada penjualan produk.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti memilih judul penelitian “Analisis *Business Model Canvas Handmade* Sandal Kulit di Toko Asli Sandal di Kota Bukittinggi”

1.3 Fokus Penelitian

Penelitian ini dilakukan untuk menggambarkan bisnis model pada usaha Toko Asli Sandal di kota Bukittinggi dengan menggunakan Business Model Canvas.

1.4 Identifikasi Masalah

Berdasarkan penjelasan yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana *Business Model Canvas* Toko Asli Sandal di Bukittinggi.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji *Business Model Canvas* yang dimiliki oleh Toko Asli Sandal di Bukittinggi.

1.6 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dibagi menjadi dua bagian utama oleh Peneliti sebagai berikut :

1. Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan dalam pelaksanaan *Business Model Canvas* yang dimiliki Toko Asli Sandal di Bukittinggi. Sekaligus penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan, khususnya ilmu *entrepreneurship* dan juga menambah wawasan

implementasi *Business Model Canvas* dalam menganalisis suatu bisnis di perusahaan.

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, sistematika penulisannya dibagi menjadi lima bab, yang akan diuraikan sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab ini memuat pengantar bagi peneliti seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, fokus penelitian, identifikasi masalah, kegunaan penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II Tinjauan Pustaka

Sesuai dengan judul penelitian yaitu “Analisis *Business Model Canvas Home Made* Sandal Kulit di Toko Asli Sandal di Kota Bukittinggi”, pada Bab II ini akan dipaparkan tentang landasan-landasan teori model bisnis kanvas yang menjadi dasar pemikiran dalam mencari pembuktian dan solusi yang tepat untuk hipotesis yang akan diajukan. Sebagai acuan akan diuraikan pula tinjauan rangkuman teori, penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran.

BAB III Metode Penelitian

Penjelasan di metode penelitian berisi tentang jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Dijabarkan pula tentang paradigma penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, unit analisa penelitian, informan kunci, dan pengumpulan data penelitian. Akan dibahas pula teknik analisis data dan teknik keabsahaan data yang digunakan untuk mengolah data-data yang sudah berhasil dikumpulkan dari narasumber.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian mengenai sembilan blok bangunan yang dimiliki oleh Toko Asli Sandal di Kota

Bukittinggi saat ini atau sering disebut *Business Model Canvas*. Penggambaran model bisnis didapatkan setelah peneliti melakukan observasi, wawancara dan telaah dokumen terhadap Toko Asli Sandal di Kota Bukittinggi. Bab ini juga akan menjelaskan hubungan antara kesembilan blok model bisnis yang dimiliki Toko Asli Sandal.

BAB V Penutup

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab IV maka akan dibuat kesimpulan pada penelitian ini. Di samping itu juga akan disampaikan saran-saran yang mungkin berguna bagi Toko Asli Sandal dan peneliti selanjutnya.