

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Sandiwara Store merupakan perusahaan yang berkecimpung dalam produk pakaian. Didirikan pada tanggal 5 Desember 2014 dengan memiliki keunikan tersendiri yaitu menjadikan musik atau film sebagai landasan yang diterapkan ke sebuah desain pakaian. Perusahaan ini memanfaatkan para pencinta musik atau film yang cenderung memiliki selera berpakaian yang sedikit berbeda, yang lebih mengekspresikan kecintaan terhadap musik atau film. Visi perusahaan Sandiwara Store adalah menjadi perusahaan yang menyediakan produk pendukung untuk pecinta musik atau film. Sedangkan misi perusahaan Sandiwara Store adalah:

1. Menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan memberikan kenyamanan dan kemudahan membeli.
2. Berperan sebagai salah satu penggerak bangkitnya industri produk pakaian yang mengekspresikan kecintaan terhadap musik atau film.

Musik atau film yang diangkat menjadi tema produk Sandiwara Store harus memenuhi beberapa kriteria. Untuk musik, kriteria tersebut adalah:

1. Ikonik

Ikonik yang dimaksud adalah musik yang sangat terkenal, seperti *Led Zeppelin*, *The Beatles*, *AC/DC*, *Maroon 5*, *Michael Jackson*. Dengan kata lain yaitu musik atau film yang sangat terkenal baik diluar maupun di dalam negeri.

2. Sedang *trend*

Yang dimaksud dengan sedang *trend* adalah musik yang sangat terkenal pada masa itu.

3. Akan tampil di Indonesia

Musisi yang akan tampil di Indonesia juga menjadi pilihan Sandiwara Store dalam menentukan desain.

Untuk film, kriteria tersebut adalah:

1. Ikonik

Tidak hanya musik yang ikonik, tetapi juga pada film yang ikonik seperti *Star Wars*, *Doraemon*, dan *Lord of the Rings*.

2. Akan tampil di Indonesia

Film yang akan tayang di Indonesia juga menjadi pilihan Sandiwara Store dalam menentukan desain.

Sandiwara Store mengangkat tema musik atau film sebagai lini produknya karena musik atau film adalah hiburan yang pastinya disukai oleh orang Indonesia. Hal ini antara lain diindikasikan oleh data jumlah pengunjung forum *movies* Kaskus yang terlihat di tabel 1.1 dan tabel 1.2

Tabel I.1 Jumlah Pengunjung Forum Film Kaskus
(Kaskus, 2015)

Pengunjung Forum <i>Movies</i> Kaskus		Pengunjung Subforum <i>movies</i> Kaskus	
<i>Thread</i>	Jumlah Pengunjung	<i>Thread</i>	Jumlah Pengunjung
<i>Thread Tanya Judul – Part 3</i>	179.232	Film Indonesia	30.145
<i>Thread Review Film – Part 3</i>	44.150	Indie Filmmaker	149.134
<i>Thread Lounge For Movie Mania – Part 18</i>	203.176	Kaskus Theater	66.580
Indeks Film 2016	79.680	TV	146.970
		Series & Film Asia	232.750

Tabel I.1 menunjukkan jumlah pengunjung forum *movies* Kaskus dan subforum *movies* Kaskus. Forum *movies* Kaskus merupakan forum diskusi tentang film layar lebar yang diproduksi oleh negara bagian barat. Dapat diketahui dari tabel tersebut

bahwa ada banyak orang Indonesia yang mengunjungi forum *movies* Kaskus, salah satunya adalah *thread* tanya judul di forum *movies* Kaskus. Saat penulis mengambil data terhitung 179.232 pengunjung yang mengunjungi *thread* tersebut. Selain itu ada *thread review* film yang memiliki jumlah pengunjung sebanyak 44.150. *Thread* indeks film 2016 adalah *thread* yang membantu para pengunjung forum Kaskus untuk mencari diskusi film tertentu, didalamnya telah dikumpul berbagai film yang ada pada 2016. Dan yang terpopuler dari forum *movies* Kaskus adalah *thread lounge for movie mania*, *thread* atau subforum *lounge for movie mania* ini terbentuk dari tanggal 27 november 2006, sampai saat ini sudah ada 178.292 orang yang melakukan *posting* di subforum tersebut. Salah satu sutradara terkenal Indonesia, Joko Anwar juga merupakan anggota subforum *lounge for movie mania* Kaskus.

Tidak hanya film layar lebar yang diminati oleh orang-orang di Indonesia, tetapi acara TV, serial atau drama TV juga memiliki banyak peminat, hal ini bisa diketahui dari jumlah pengunjung yang ada pada subforum *movies* Kaskus yang bisa dilihat pada tabel I.1. *Thread* film Indonesia merupakan tempat berbincang atau berdiskusi mengenai film jaman dahulu Indonesia, selain itu ada *thread Indie Filmmaker* yang merupakan tempat perbincangan mengenai film *indie* Indonesia, lalu ada *thread* Kaskus *Theater* yang merupakan tempat berdiskusi mengenai *genre* dan kualitas film. Kemudian ada *thread* TV yang didalamnya membicarakan tentang *mini-drama* atau sinetron. Dan yang terakhir adalah *thread series* dan film asia yang didalamnya terdapat diskusi tentang film yang diproduksi oleh negara bagian asia.

Dari tabel I.1 dapat diketahui bahwa film mendapatkan antusiasme yang besar dari warga Indonesia. Pada tabel 1.1 dapat diketahui bahwa *thread lounge for movie mania* sudah memasuki ke *part* 18. Kaskus memiliki jumlah maksimal *posting* pada setiap *forumnya*, yaitu 10.000 *posting* pada setiap *thread*-nya. *Thread lounge for movie mania* sudah memasuki *part* 18 yang berarti sudah memiliki *posting* sebanyak kurang lebih 180.000 *posting*. Hampir semua *thread* yang ada pada forum *movies* Kaskus sudah memasuki *part* lanjutan, yang berarti pengunjung yang ada pada tabel I.1 merupakan pengunjung yang ada pada *part* yang tercantum di tabel, tidak pada *part-part* sebelumnya.

Selain itu, dikutip juga dari Liputan 6 (Irwansyah, 2014) dan Gatra.com (Rizki, 2014) film “*Stand By Me Doraemon*” dalam 18 hari penayangannya di bioskop Indonesia dapat menarik 1.019.000 penonton di 12 bioskop yang tersebar di Indonesia.

Antusiasme publik Indonesia terhadap musik dapat dilihat pada tabel I.2

Tabel I.2 Jumlah Penonton Konser Musik Di Indonesia

Konser di Indonesia	
Artis	Jumlah Penonton
Bon Jovi	40000
Chris Brown	10000
Big Bang	8000

Dari tabel I.2 dapat diketahui bahwa Popularitas musik di Indonesia sangat lah tinggi, dari konser yang akhir-akhir ini diadakan di Indonesia, yaitu *Bon Jovi*, Konser yang di adakan di Stadion Utama Gelora Bung Karno ini dihadiri oleh 40.000 penonton pada *range* harga Rp.500.000 - Rp.3.500.000 (Priherdityo, 2015). Selain itu, *Chris Brown* yang memiliki aliran musik yang berbeda, sebulan sebelum konser dimulai tiket sudah terjual sebanyak 75% dari jumlah 10.000 tiket yang tersedia pada *range* harga Rp. 750.000 - Rp. 2.500.000 (Fikri, 2015). Selain itu dari aliran musik yang berbeda dari kedua artis yang sudah di bahas sebelumnya, yaitu *Big Bang* sebuah *boyband* dari Korea Selatan. Dari 8000 tiket yang disediakan untuk tanggal 1 agustus, pada bulan juli 80% tiket sudah terjual dengan *range* harga Rp.850.000 – Rp.3.500.000 (KpopChart, 2015).

Pada saat ini bisnis yang menyediakan produk pendukung untuk para penggemar musik atau film belum marak digemari oleh pelaku bisnis. Ada beberapa pelaku bisnis yang terjun ke bidang ini tetapi produk yang ditawarkan tidak memiliki kualitas yang baik dan juga tidak memiliki merk. Maka dari itu Sandiwara Store menyediakan produk pendukung untuk para penggemar musik atau film. Bisnis ini

merupakan bisnis yang berada dalam ruang lingkup *fashion/style* karena produk yang disediakan di Sandiwara Store adalah pakaian.

Dari data-data diatas dapat dilihat bahwa antusias masyarakat Indonesia terhadap musik atau film sangat besar. Melihat tingginya popularitas musik dan film di Indonesia, dimana hal tersebut mengindikasikan terdapat peluang yang cukup besar untuk Sandiwara Store karena Sandiwara Store sendiri adalah perusahaan yang membuat produk yang berdasarkan musik atau film, membuat pemilik dari Sandiwara Store berniat untuk mengembangkan usahanya. Terdapat beberapa kesulitan yang dialami oleh Sandiwara Store dalam melakukan penjualan dan juga dalam melakukan produksi.

Saat ini banyak pengusaha atau bisnis praktisi menggunakan model bisnis sebagai pendekatan ilmu pengetahuan dalam perencanaan, perancangan, dan pengembangan bisnis (Osterwalder, 2009). Banyak manfaat yang diperoleh dengan menggunakan model bisnis. Pertama terkait dengan komponen-komponen yang ada pada sebuah bisnis, dengan adanya model bisnis proses perencanaan dan pengambilan keputusan yang diperlukan akan lebih mudah karena dengan adanya bisnis model, perusahaan dapat dengan mudah melihat komponen apa saja yang ada pada bisnisnya. Kedua, model bisnis dapat digunakan untuk menguji konsistensi hubungan antara komponen yang ada pada sebuah bisnis. Ketiga, model bisnis dapat digunakan untuk memantau, menguji pasar dan mengasumsi opsi yang digunakan saat mengembangkan bisnis. Karena sampai saat ini Sandiwara Store belum memiliki bisnis model, pemilik dari Sandiwara Store memutuskan untuk membuat bisnis model dari Sandiwara Store agar pemilik bisa mengetahui komponen apa saja yang ada pada Sandiwara Store dan komponen apa saja yang berpengaruh pada komponen lainnya.

Saat ini terdapat berbagai model bisnis yang berkembang. Model bisnis yang diperlukan harus dapat dipahami oleh semua orang, yang dapat memfasilitasi deskripsi dan diskusi. Tantangannya konsep ini harus sederhana, relevan, dan secara intuitif dapat dipahami tetapi tidak terlalu menyederhanakan kerumitan tentang bagaimana suatu usaha berfungsi. Permasalahannya ialah tidak semua model bisnis dapat mewakili hal tersebut. Berdasarkan kajian dari permasalahan dan

perkembangan model bisnis yang ada, maka penelitian ini akan difokuskan untuk merancang model bisnis Sandiwara Store dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*, karena dapat memfasilitasi deskripsi dan diskusi serta kesederhanaan konsep penyampaiannya melalui sembilan komponen yaitu *customer segments*, *channels*, *customer relationships*, *value propositions*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key partnerships*, dan *cost structure* (Osterwalder, 2009). Sehingga nantinya melalui pemetaan dan pengembangan ini dapat membantu Sandiwara Store dalam mengembangkan usaha barunya.

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan, perumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Siapa *customer segments* dari Sandiwara Store?
2. Bagaimana *value proposition* yang menjadi pembeda Sandiwara Store?
3. Bagaimana pemilihan *channel* dari Sandiwara Store?
4. Apa tipe *customer relationship* yang perlu dibangun oleh Sandiwara Store?
5. Dari mana *revenue stream* yang dapat dihasilkan oleh Sandiwara Store?
6. Apa *key activities* yang harus dilakukan oleh Sandiwara Store?
7. Apa *key resource* yang diperlukan Sandiwara Store untuk menunjang kebutuhan bisnis?
8. Siapa *key partnership* yang dibutuhkan oleh Sandiwara Store?
9. Apa *cost structure* yang perlu diperhatikan dalam menentukan bisnis model dari Sandiwara Store?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan pada penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi siapa *customer segment* yang menjadi target dari Sandiwara Store.
2. Memetakan *value proposition* yang menjadi pembeda Sandiwara Store.
3. Mengidentifikasi dan memetakan pemilihan *channel* dari Sandiwara Store.
4. Mengidentifikasi dan memetakan apa tipe *customer relationship* yang perlu dibangun oleh Sandiwara Store.

5. Mengidentifikasi dari mana *revenue streams* yang dapat dihasilkan oleh Sandiwara Store.
6. Mengidentifikasi apa *key activities* yang harus dilakukan oleh Sandiwara Store.
7. Mengidentifikasi apa *key resource* yang diperlukan oleh Sandiwara Store untuk menunjang kebutuhan bisnis.
8. Mengidentifikasi siapa *key partnership* yang dibutuhkan sehingga dapat mengurangi resiko bisnis dari Sandiwara Store.
9. Mengidentifikasi dan memetakan apa saja *cost structure* yang perlu diperhatikan dalam menentukan bisnis model dari Sandiwara Store.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini memberikan manfaat berupa:

1. Membantu pemahaman secara menyeluruh terhadap seluruh komponen yang terlibat dalam mensukseskan Sandiwara Store.
2. Sebagai masukan bagi Sandiwara Store untuk mengembangkan bisnis dalam mengoptimalkan nilai bagi perusahaan dan konsumen.

I.5 Batasan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan hanya sampai dengan tahap perancangan.

I.6 Sistematika Penulisan

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Yang dibahas disini adalah literatur mengenai model bisnis, model bisnis kanvas, analisis SWOT dan literatur tentang segmentasi.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini dijelaskan tentang model konseptual dan sistematika pemecahan masalah yang ada pada penelitian ini.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini berisi data-data yang digunakan dalam penelitian ini. Data-data yang digunakan yaitu data 9 blok elemen model kanvas Sandiwara Store, perusahaan kompetitor dan perusahaan pemimpin pasar. Selanjutnya data-data tersebut akan diolah untuk mengetahui 9 blok elemen model kanvas milik Sandiwara Store yang nantinya digunakan sebagai bahan analisis.

Bab V Analisis

Pada bab ini akan dianalisis permasalahan yang dibahas pada Tugas Akhir ini berdasarkan data-data yang telah diolah sebelumnya. 9 blok elemen bisnis model kanvas milik Sandiwara Store dianalisis dengan menggunakan analisis SWOT untuk mengetahui apa saja kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada setiap elemen yang ada pada Sandiwara Store.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi kesimpulan dan hasil penelitian dari permasalahan yang ada pada Sandiwara Store. Selain itu diberikan pula saran kepada Sandiwara Store dan peneliti selanjutnya