

BAB I

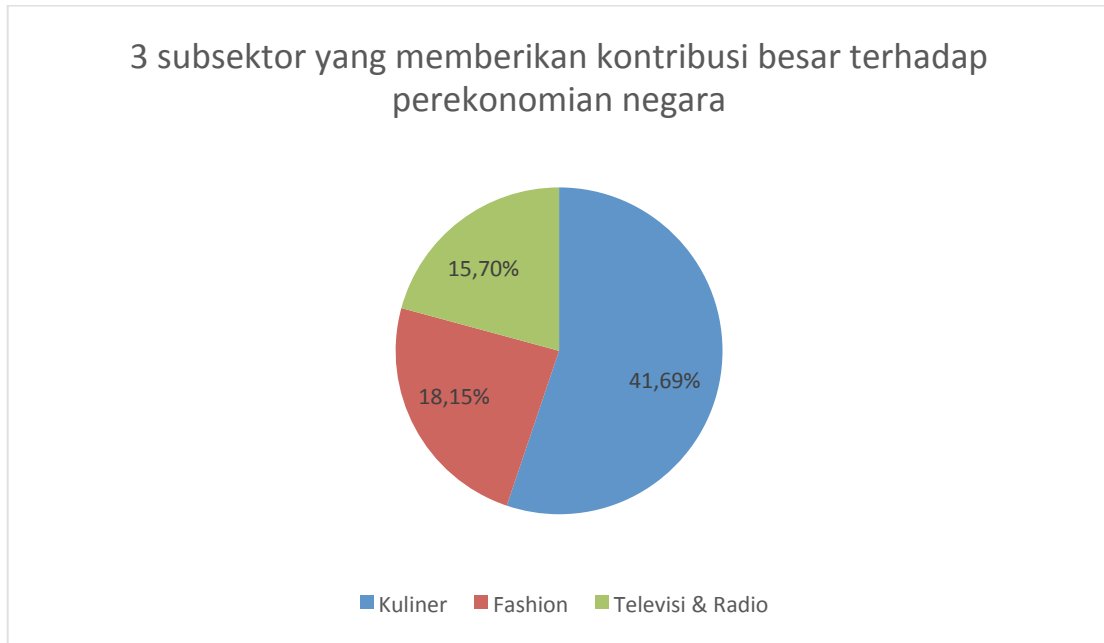
PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Penelitian

Fashion merupakan kombinasi atau perpaduan dari gaya atau *style* dengan desain yang cenderung dipilih, diterima, digemari dan digunakan oleh mayoritas masyarakat yang akan memberi kenyamanan dan membuat lebih baik pada satu waktu tertentu. Dengan kata lain *fashion* juga bisa diartikan sebagai budaya berpakaian. *Fashion* atau gaya berpakaian sudah ada sejak dahulu kala dan berkembang baik mengikuti zaman. *Fashion* bisa berubah-ubah sesuai dengan kreativitas masyarakatnya oleh karena itu tren *fashion* dizaman dahulu berkemungkinan tinggi bisa menjadi tren *fashion* lagi dizaman sekarang. Dalam buku “Pesan, Tanda dan Makna”, Dr. Marcel Danessi sang penulis menggambarkan sejarah mengenai *fashion*. Berdasarkan penelitiannya, *Fashion* adalah hak golongan kaya. Menurutnya, hanya para individu yang kaya dan berkuasa yang memerhatikan gaya berpakaian mereka. Namun, saat sistem kelas sosial berkembang, keseluruhan populasi mulai bersaing untuk meraih posisi dalam masyarakat. *Fashion* menjadi satu sarana untuk melakukan hal tersebut.

Peranan UKM didorong melalui berbagai macam sektor, salah satunya pada sektor industri kreatif Indonesia. Wakil Ketua Umum Kadin bidang UMKM, Koperasi dan Ekonomi Kreatif mencatat peranan sektor tersebut tumbuh 5,6% sepanjang tahun 2010 hingga 2013, dan menyumbang 7,1% terhadap PDB serta menyerap 11,8 juta tenaga kerja di Indonesia, menjadikan salah satu bidang andalan untuk mendorong peningkatan pendapatan masyarakat (Arfidh, 2018). Badan Ekonomi Kreatif Indonesia (Berkaf) telah menetapkan 16 subsektor yang mendukung dalam industri kreatif yaitu, arsitektur, desain interior, desain komunikasi visual, desain produk, fesyen, film, fotografi, kriya, kuliner, musik, penerbitan, periklanan, seni pertunjukan, seni rupa, serta televisi dan radio.

Berikut ini merupakan peranan 3 subsektor tersebut yang merupakan memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian negara pada tahun 2017 terhadap PDB yang mengalami kenaikan cukup signifikan dengan rata – rata 10,14% setiap tahunnya (Badan Ekonomi Kreatif dan Badan Pusat Statistik, 2017).



(Sumber: Data Statistik dan Hasil Survei Kerjasama Bekraf dan BPS, 2017)

Gambar I.1 Kontribusi Subsektor UKM di Indonesia

Berdasarkan data tersebut, didapatkan bahwa industri kreatif memiliki 3 subsektor yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian negara, tiga subsektor yang mendominasi ialah subsektor kuliner dengan 41,69%, fesyen 18,15%, dan televisi & radio 15,70%. Data hasil survei oleh Badan Pusat Statistik Jawa Barat juga melansir mengenai prospek UMK mendatang. Seperti pada gambar dibawah ini:



(Sumber: Badan Pusat Statistik Jawa Barat, 2018)

Gambar I.2 Persentase UMK Menurut Prospek UMK Mendatang

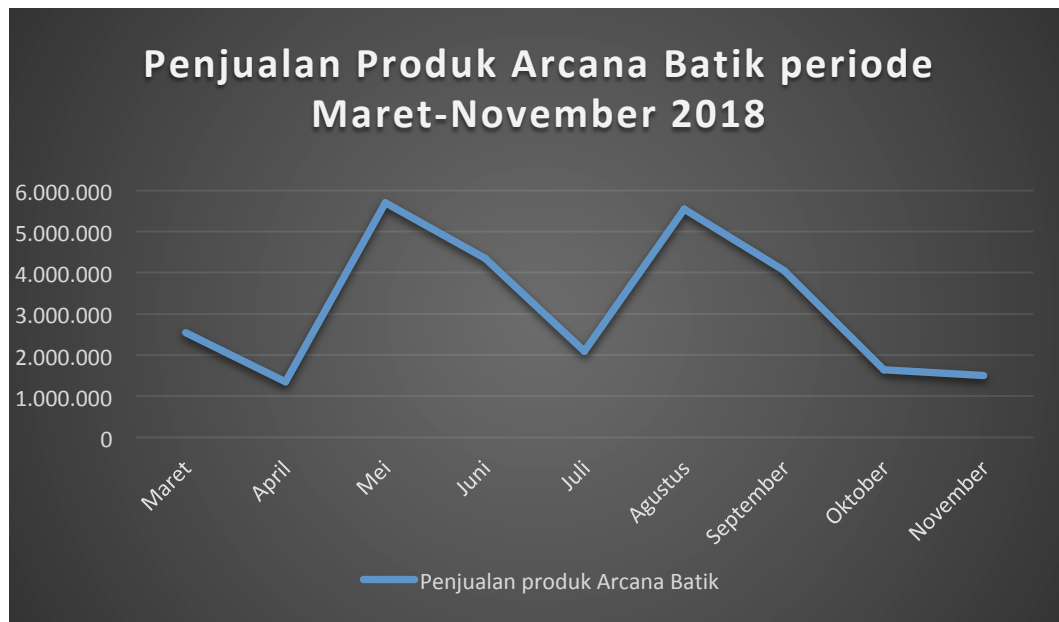
Rencana Pembangunan Jangka Panjang Nasional (RPJMN) 2005-2019 menargetkan adanya peningkatan usaha-usaha yang berpotensi tumbuh dan inovatif, yaitu usaha yang memiliki prospek bagus di masa mendatang. Dalam Sensus Ekonomi (SE) 2016-Lanjutan, prospek adalah harapan atau kemungkinan, dalam hal ini prospek berkaitan dengan kondisi usaha atau tendensi pbisnis ke depan baik dari sisi perolehan keuntungan, atau omset. Di Jawa Barat, Pengusaha UMK yang menyatakan bahwa usaha mereka akan lebih baik di masa mendatang ada sekitar 42 persen. Agar kondisi bisnis ke depan menjadi lebih baik, tentunya diperlukan upaya untuk mengurangi kendala yang dihadapi.

Menurut data hasil Kementerian Perindustrian Indonesia nilai ekspor batik dan produk batik sampai Oktober 2017 mencapai USD51,15 juta atau naik dari capaian semester I tahun 2017 sebesar USD39,4 juta. Tujuan pasar utamanya ke Jepang, Amerika Serikat, dan Eropa (Kemenperin, 2017). Hal ini menunjukkan bahwa industri batik juga memberikan kontribusi yang besar terhadap perekonomian negara. Arcana batik merupakan salah satu dari umk yang ada di Jawa Barat. Produk yang ditawarkan adalah konsep fesyen modern yang dipadukan dengan pakaian traditional.

Arcana batik adalah lahir dari Founder yang menyukai warisan leluhur budaya Indonesia yaitu batik. Pada saat sekarang ini dunia fashion telah tumbuh memasuki era baru dengan berbagai style yang masuk ke Indonesia baik lokal maupun style dari

luar negeri. Dengan ini Founder sepakat untuk menciptakan sebuah produk yang menjunjung tinggi budaya Indonesia namun dikombinasikan dengan *Modern Style* untuk merangsang generasi muda agar tetap melestarikan budaya Indonesia. Founder mengharapkan produk Batik yang diciptakan dapat menjadikan Batik tidak hanya sebagai pakaian dalam acara formal atau situasi tertentu namun menjadi pakaian utama untuk kehidupan sehari-hari. Arcana Batik menjual pakaian wanita dan pria, design batik yang ada juga diambil dari seluruh daerah di Indonesia yang memiliki Batik, harga dari produk Arcana Batik sangat bervariasi mulai dari Rp 100.000 – Rp 500.000, bahan yang digunakan Arcana Batik yaitu kain semi sutra bahan tenun dan cotton combed 30s.

Pembelian produk Arcana Batik tidak hanya bisa didapatkan melalui online, Arcana Batik juga melakukan konsinyasi pada toko di grand galaxy Bekasi selatan. Berikut dilampirkan data penjualan produk Arcana Batik melalui konsinyasi dan juga melalui online.



Gambar I.3 Data Penjualan Arcana Batik

Berdasarkan gambar I.3, penjualan produk Arcana Batik masih belum maksimal. Penjualan fluktuatif meenjadi salah satu masalah yang dihadapi Arcana batik. Produk Arcana Batik masih menjadi pakaian yang belum bisa digunakan sebagai pakaian

sehari hari, menjadikan Arcana Batik harus mempertimbangkan untuk berinovasi terhadap produknya agar bisa menghasilkan penjualan yang konsisten.

Arcana Batik ingin mengubah mindset para konsumennya jika batik hanya digunakan untuk acara-acara tertentu. *Customer segment* dari Arcana Batik yaitu anak muda dari range umur 17-30 tahun, tapi tidak sedikit pada pengimplementasian penjualan Arcana Batik juga dibeli oleh orang tua yang suka pada batik. Arcana Batik tidak bergerak sendirian dibidang ini. tingginya tingkat persaingan disegmen ini membawa pengaruh besar terhadap bisnis dari Arcana Batik. Beberapa pesaing yang menawarkan produk yang sama seperti Batik Dinar Hadi dan Populo dengan keunggulan dari setiap produknya membuat Arcana Batik sulit untuk bersaing. Selain itu, Arcana Batik mengalami kesulitan untuk mengembangkan serta membuat inovasi terhadap produknya, karena terbatasnya pihak-pihak yang terlibat langsung untuk mengontrol langsung proses bisnis dari Arcana Batik. Hal ini membuat Arcana Batik memiliki hasil penjualan yang fluktuatif. Dan kurangnya media penyampaian mengenai informasi produknya juga membuat minat pelanggan masih kurang. Arcana Batik saat ini hanya menggunakan Instagram sebagai media informasi dan penjualan online dari produknya.

Arcana batik belum melakukan perencanaan bisnis yang dimiliki dengan baik. Kekurangan yang dimiliki Arcana Batik saat ini adalah belum dilakukannya pemetaan model bisnis secara terstruktur. Hal ini menyebabkan Arcana Batik tidak mampu memprediksi pengaruh yang ditimbulkan akibat faktor internal dan eksternal perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan analisis yang tepat agar visi& misi Arcana Batik tercapai.

Melihat dari permasalahan yang terjadi di Arcana Batik, maka diperlukan sebuah pendekatan yang dapat digunakan untuk memetakan model bisnis yang sedang dijalani, serta menjelaskan mengenai kondisi bisnis perusahaan, sehingga dapat dirancang model bisnis baru. Salah satu pendekatan model bisnis yang dapat

digunakan yaitu *Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan oleh Alexander Osterwalder.

Business Model Canvas adalah Model bisnis yang merupakan rencana bisnis yang formatnya dirancang secara inovatif sehingga menjadi hanya satu halaman. Rencana bisnis dibagi menjadi sembilan blok dan masing-masing berisi elemen-elemen esensial untuk merencanakan perintisan ataupun pengembangan bisnis yang meliputi sembilan elemen penting dalam sebuah kegiatan bisnis yang meliputi *customer segment, value proposition, channels, customer relationship, revenue streams, key resource, key partners, key activities* dan *cost structure*. Menurut Bonazzi & Zilber (2014:616) 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 oleh perusahaan. Model bisnis adalah mencoba untuk menelaah nilai, mengarah ke mana nilai yang telah dibuat, sumber pembuatan nilai, dan cara-cara yang dipilih oleh pebisnis untuk mendapat keuntungan dari nilai tersebut.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti memilih judul penelitian “**Perancangan Model Bisnis Arcana Batik Dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas***”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan dalam latar belakang penelitian, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran model bisnis dari Arcana Batik saat ini jika ditinjau dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana kondisi dari model bisnis Arcana Batik jika dievaluasi dengan menggunakan analisis *SWOT*?

3. Bagaimana usulan rancangan model bisnis yang sesuai dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui gambaran model bisnis Arcana Batik saat ini jika ditinjau dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Mengetahui kondisi dari model bisnis Arcana Batik jika dievaluasi dengan menggunakan analisis SWOT.
3. Mengetahui usulan rancangan model bisnis yang sesuai dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.4 Kegunaan Penelitian

I.4.1 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 model bisnis di perusahaan.

I.4.2 Kegunaan Praktis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan dan masukan dalam menjelaskan model bisnis yang dimiliki oleh Arcana Batik dengan pendekatan *Business Model Canvas*. Sekaligus penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi peneliti selanjutnya.

I.5 Batasan Masalah

Dalam Penelitian ini, batasan yang dilakukan hanya sampai dengan tahap perancangan model bisnis berdasarkan strategi usulan yang telah dirumuskan, tidak sampai pada tahap implementasi menggunakan model bisnis usulan.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat untuk memberi gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan dan berisikan tentang sistematika penulisan dan penjelasan ringkas laporan penelitian. Sistematika tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian, dan sistematika penulisan. Bab ini adalah gambaran awal dari apa yang akan dilakukan dalam penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Berisi tinjauan pustaka yang digunakan sebagai acuan di dalam penelitian ini, yang dikutip dari beberapa literatur maupun jurnal terkait dengan *Business Model Canvas*.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang metode pengumpulan data yang dimodelkan oleh sebuah model konseptual yang menggambarkan keluaran atau pembahasan penelitian pada *Business Model Canvas*. Sistematika pemecahan masalah yang dilakukan pada penelitian ini menggunakan metode *Business Model Canvas*.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini merupakan bagian pada tugas akhir yang menjelaskan tentang proses pengumpulan dan pengolahan data yang terkait dalam penelitian ini.

BAB V ANALISIS

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir yang menjelaskan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan berdasarkan hasil dari penelitian.