

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Dogdag Metalworks adalah sebuah UMKM yang bergerak dibidang aksesoris yang terbuat dari bahan metal, Dogdag Metalworks merupakan bisnis keluarga yang dijalankan oleh Defi Gardina dan putranya Rifki Salman yang berdiri sejak tahun 2004. Pada awal nya Dogdag Metalworks hanya memproduksi aksesoris berupa cincin yang terbuat dari bahan timah, seiring berjalannya waktu Dogdag Metalworks mulai memproduksi akseroris berupa kalung, gelang, tempat korek, pin, dan lain – lain nya yang terbuat dari bahan timah.






Dogdag Metalworks memiliki rumah produksi yang terletak pada Perumahan Griya Bandung Indah, Blok C13 No. 27, Bojongsoang, Jawa Barat, Indonesia. Saat ini Dogdag Metalworks bekerjasama dengan beberapa toko aksesoris motor dan menggunakan *social media*, *facebook*, dan *instagram* untuk menjual produk. Produk yang dihasilkan oleh Dogdag Metalworks disajikan pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1 Produk DogdagMetalworks

No.	Nama produk	Harga	Gambar
1.	Cincin	Rp 200.000	

(bersambung)

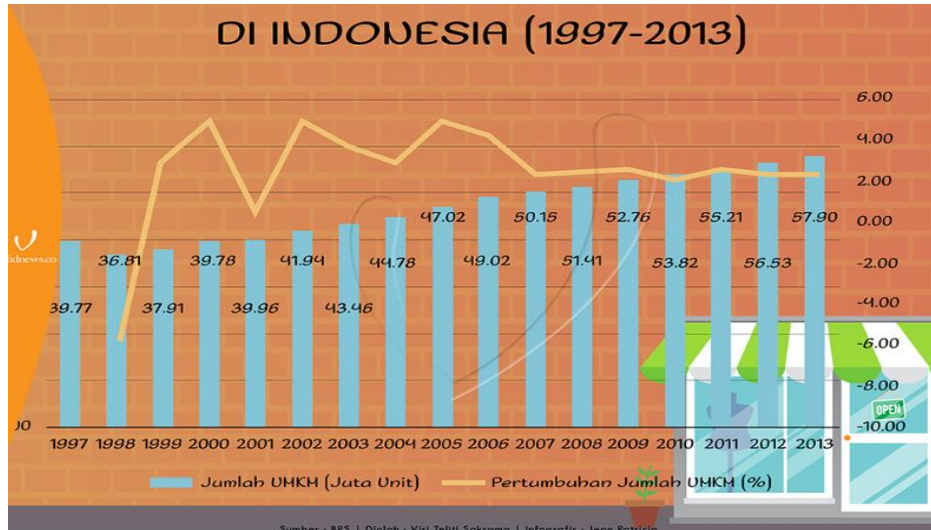
(sambungan)

2.	Gelang	Rp 250.000	
4.	Kepala sabuk	Rp 400.000	
5.	Pin	Rp 200.000	
6.	Tempat korek	Rp 400.000	
7.	Rantai dompet	Rp 500.000	

Sumber: Data Olahan Penulis (2019)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu penggerak ekonomi, dengan kontribusi yang signifikan terhadap penyerapan tenaga kerja 96,9% dan PDB 57,56% dan ekspor 15,68%. (finance.detik.com).



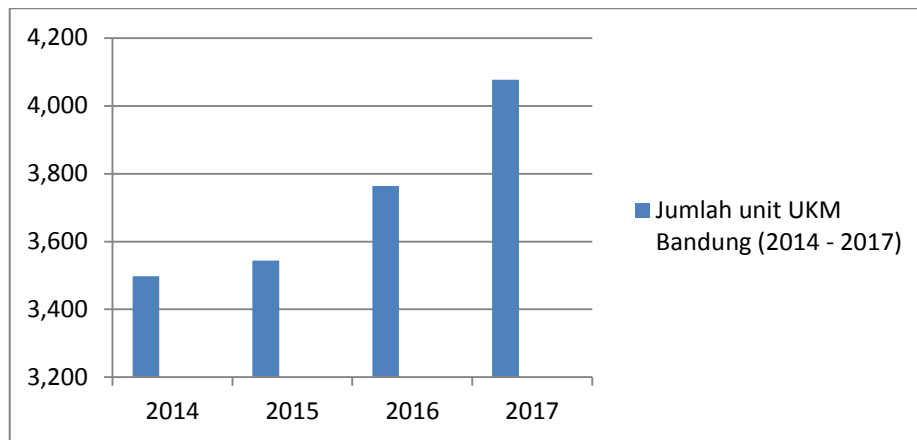
Gambar 1.1 Pertumbuhan UMKM di Indonesia Pada Tahun 1997-2013

Sumber: www.validnews.id

Bedasarkan data Gambar 1.1 data jumlah UMKM di Indonesia baru mulai dicatat di tahun 1997. Jumlah pelaku UMKM terus meningkat, dan pertumbuhan jumlah UMKM terutama terjadi pada awal era krisis melanda Indonesia. Hal itu terjadi sebab krisis menyebabkan beberapa perusahaan besar di Indonesia terpaksa merumahkan pekerjanya. Dengan bermodalkan dana pensiun dini tersebut, banyak dari mereka yang dirumahkan sehingga membuka usaha sendiri, dan merintisnya sebagai UMKM. Menurut (Bank Indonesia, 2015) pelaku usaha Indonesia 99,99%, atau 56,54 juta pelaku usaha, (sumber: www.validnews.id)

Pertumbuhan UMKM juga dirasakan oleh kota Bandung yang dimana UMKM terus meningkat setiap tahunnya, peningkatan UMKM di kota Bandung salah satunya dikarenakan UMKM kota Bandung masih banyak diminati oleh pasar dan daya serap produk UMKM masih sangat bagus (Purba, 2019).

Berikut pertumbuhan jumlah unit UMKM di Kota Bandung tahun 2014 – 2017:



Gambar 1.2 Pertumbuhan Jumlah Unit UMKM di Kota Bandung Tahun 2014-2017

Sumber: Dinas Koperasi Usaha Mikro Kecil Menengah dan Perindustrian Perdagangan Kota Bandung (2018)

Menurut Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada pembukaan Indonesia *Fashion Week*, industri kreatif bidang *fashion* terus menunjukkan perkembangan yang memuaskannya. UMKM dalam bidang *fashion* mampu membawa pertumbuhan bagi perekonomian Indonesia. Oleh karena itu, pemerintah khususnya Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, serta Kementerian Koperasi dan UKM akan mengelola potensi industri *fashion* secara serius. (www.liputan6.com)

Potensi ekonomi kreatif yang sedang berkembang tak lepas dari besarnya potensi pasar domestik serta pertumbuhan masyarakat kelas ekonomi menengah. Melihat hal ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Perindustrian, Kementerian Perdagangan, serta Kementerian Koperasi dan UKM akan menjalankan program untuk merintis *fashion* Indonesia untuk menjadi salah satu pusat mode dunia pada tahun 2025. Sebagai langkah awal, *fashion* Indonesia ditargetkan akan menguasai pasar Asia pada tahun 2015.

Ekonomi kreatif sendiri merupakan sektor yang mengandalkan kreatifitas sebagai daya saing yang dapat menghasilkan nilai tambah dari suatu barang. Dengan memaksimalkan industri ekonomi kreatif (www.neraca.co.id).

Dengan meningkatnya UMKM di Indonesia dan UMKM di wilayah Bandung, tentu akan menimbulkan persaingan yang ketat terhadap para pemilik UMKM, salah satunya dalam bidang *fashion* yang dikarenakan di Indonesia ingin mejadi pusat model di tahun 2025, maka dari itu antara perusahaan harus giat untuk mengembangkan usahanya.

Hal itu tentu memaksa perusahaan untuk lebih memperhatikan lingkungan yang dapat mempengaruhi perusahaan agar perusahaan mengetahui strategi pemasaran seperti apa dan bagaimana yang harus diterapkan dalam perusahaan untuk menghadapi persaingan yang membuat sangat penting bagi keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan untuk bersaing (Porter, 1993)

Dalam hal persaingan usaha Dogdag Metalworks sebagai UMKM yang bergerak dalam bidang *fashion* sangat merasakan adanya suatu persaingan ketat yang membuat Dogdag Metalworks menjadi kewalahan dalam persaingan usahanya, hal ini dapat dilihat dari hasil penjualan Dogdag Metalworks yang fluktuatif dari tahun ketahun.

Untuk dapat bersaing dan berkembang dogdag metalworks salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menciptakan strategi – strategi yang baru. Namun strategi itu sendiri tidaklah cukup, dogdag metalworks harus memiliki model bisnis yang kuat dan baik serta tepat. *Business model canvas* memiliki keunggulan yaitu dapat menggambarkan konsep secara sederhana, jelas, dan transparan terhadap kondisi dogdag metalworks saat ini. Selain itu kelebihan dari *business model canvas* adalah dapat digunakan untuk berbagi macam bisnis (Gierej, 2017). Dengan memetakan *business model canvas* saat ini dan melihat segala kekurangan, kelemahan, peluang, dan ancaman pada dogdag metalworks sehingga diharapkan dapat bersaing dan membuat pendapatan meningkat, maka dari itu penulis memilih judul “**Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* (Bmc) & Swot Pada Usaha Umkm Dogdag metalworks di Bandung**”.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, saat ini produk Dogdag Metalworks sebagai salah satu UMKM yang menghadapi ketatnya persaingan tidak bisa untuk terus nyaman dengan bisnisnya namun juga harus terus berinovasi dan berkembang. Sehingga Dogdag Metalworks perlu memetakan model bisnisnya dalam upaya pengembangan usaha.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang disebutkan diatas maka pertanyaan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Dogdag Metalworks saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana analisis model bisnis Dogdag Metalworks dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)?
3. Bagaimana Strategi Business Model Canvas Dogdag Metalworks untuk direkomendasikan berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*?

1.5. Tujuan penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang disebutkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melihat model bisnis Dogdag Metalworks saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*
2. Untuk menganalisis model bisnis Dogdag Metalworks dengan menggunakan analisis SWOT (*Strengths, Weakness, Opportunities, Threats*)
3. Untuk memberi masukan model bisnis Dogdag Metalworks yang baru berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*

1.6. Manfaat Penelitian

1.6.1. Aspek Teoritis

Penelitian ini berguna bagi penulis untuk menambah wawasan dan pengetahuan dalam membuat strategi dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*, *SWOT* dan menambah kemampuan berfikir yang berhubungan dengan mata kuliah yang diambil pada perkuliahan.

1.6.2. Aspek Praktis

Diharapkan dapat dijadikan bahan evaluasi bagi Dogdag Metalworks dalam menyusun strategi bersaing serta sebagai masukan yang mungkin diperlukan perusahaan dimasa yang akan datang.

1.7. Ruang Lingkup Penelitian

1.7.1. Lokasi dan Objek Penelitian

Penelitian dilakukan pada Dogdag Metalworks, yang bertempat di Perumahan Griya Bandung Indah, Blok C13 No. 27, Bojongsoang, Jawa Barat, Indonesia. Penelitian ini berfokus pada perencanaan strategi bisnis Dogdag Metalworks dengan menganalisis *business model canvas* dan SWOT. Peneliti memperoleh data dari perusahaan, situs resmi, dan hasil observasi peneliti.

1.7.2. Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini terbatas pada waktu, tidak dilakukan secara berkala. Waktu penelitian dilakukan dengan melakukan wawancara hingga perekapan yang diselesaikan dalam waktu enam bulan.

1.8. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan laporan ini disusun untuk memberikan gambaran umum tentang penelitian yang dilakukan. Dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi tentang gambaran umum objek penelitian, latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA DAN LINGKUP PENELITIAN

Pada bab ini berisi pembahasan tentang tinjauan pustaka penelitian, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian, dan ruang lingkup penelitian.

BAB III: METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.

Pada bab ini berisi pembahasan tentang karakteristik responden, hasil penelitian, dan pembahasan dari keseluruhan hasil penelitian.

BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini membahas tentang kesimpulan dan saran sebagai hasil akhir dari penulisan tugas akhir ini.