

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Jasa pengiriman barang atau jasa ekspedisi kini semakin diminati setiap harinya oleh kalangan masyarakat di Indonesia, terutama pada zaman yang canggih ini. Kemajuan teknologi di era globalisasi ini, cenderung membuat masyarakat menyukai segala sesuatu yang mudah dan praktis. Terlebih dalam hal mengirimkan barang yang menyangkut keterjangkauan wilayah. Jasa pengiriman akan menjadi solusi bagi mereka yang menyukai kemudahan dan kepraktisan dalam mengirimkan barang, selain itu jasa pengiriman juga dirasa sangat efektif dan efisien. Banyaknya masyarakat yang mengirim barang menjadikan jasa pengiriman sangat penting bagi masyarakat. Jarak antara pengirim dan penerima semakin tak terbatas dan jarak tersebut dapat dijumpai oleh jasa pengiriman. Peranan perusahaan ekspedisi semakin lebih penting bagi industri yang mempunyai ketergantungan besar terhadap kecepatan dan ketepatan yang diperuntukkan bagi penerima barang. Berkembangnya perusahaan ekspedisi di Indonesia, juga berkontribusi terhadap berkembangnya sektor bisnis UKM, jual beli secara online, *e-commerce*, dan juga industri kecil lainnya.

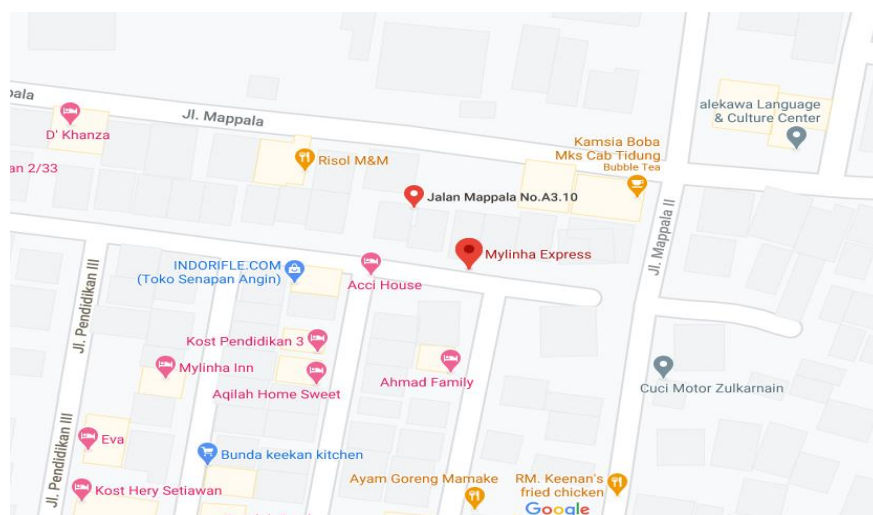
PDB Lapangan Usaha (Seri 2010)	[Seri 2010] Laju Pertumbuhan PDB Seri 2010 (Persen)				
	Laju Pertumbuhan Kumulatif (c-to-c)				
	2018				
	Triwulan I	Triwulan II	Triwulan III	Triwulan IV	Tahunan
A. Pertanian, Kehutanan, dan Perikanan	3.34	4.06	3.92	3.91	3.91
B. Pertambangan dan Pengalihan	1.06	1.85	2.13	2.16	2.16
C. Industri Pengolahan	4.6	4.24	4.28	4.27	4.27
D. Pengadaan Listrik dan Gas	3.31	5.42	5.48	5.47	5.47
E. Pengadaan Air, Pengelolaan Sampah, Limbah dan Daur Ulang	3.65	3.79	4.61	5.46	5.46
F. Konstruksi	7.35	6.53	6.27	6.09	6.09
G. Perdagangan Besar dan Eceran; Reparasi Mobil dan Sepeda Motor	4.99	5.11	5.16	4.97	4.97
H. Transportasi dan Pergudangan	8.56	8.63	7.59	7.01	7.01
1. Angkutan Rel	11.67	12.22	11.06	10.7	10.7
2. Angkutan Darat	7.19	7.53	7.37	7.15	7.15
3. Angkutan Laut	13.09	11.57	8.96	7.22	7.22
4. Angkutan Sungai Danau dan Penyeberangan	5.18	6.41	5.93	5.29	5.29
5. Angkutan Udara	9.37	9.47	6.85	5.83	5.83
6. Pergudangan dan Jasa Penunjang Angkutan; Pos dan Kurir	10.84	10.35	8.64	7.85	7.85
I. Penyediaan Akomodasi dan Makan Minum	5.17	5.39	5.56	5.66	5.66
J. Informasi dan Komunikasi	7.76	6.41	7	7.04	7.04
K. Jasa Keuangan dan Asuransi	4.23	3.64	3.47	4.17	4.17
L. Real Estate	3.19	3.13	3.36	3.58	3.58
M,N. Jasa Perusahaan	8.04	8.47	8.54	8.64	8.64
O. Administrasi Pemerintahan, Pertahanan dan Jaminan Sosial Wajib	5.79	6.5	6.98	7.02	7.02
P. Jasa Pendidikan	4.84	4.94	5.5	5.36	5.36
Q. Jasa Kesehatan dan Kegiatan Sosial	6.06	6.56	6.89	7.13	7.13
R,S,T,U. Jasa lainnya	8.43	8.83	8.95	8.99	8.99
C. PRODUK DOMESTIK BRUTO	5.06	5.17	5.17	5.17	5.17

Gambar I.1 Laju Pertumbuhan PDB Lapangan Usaha 2018

(Sumber : Badan Pusat Statistik)

Berdasarkan data dari BPS pada tahun 2018 menunjukkan bahwa sektor transportasi dan pergudangan termasuk dalam 6 sektor yang mengalami pertumbuhan terbesar di Indonesia. Dengan adanya data tersebut dapat disimpulkan bahwa sektor transportasi dan pergudangan mengalami peningkatan yang cukup pesat dibandingkan dengan sektor lain. Hal ini dapat menjadikan peluang besar bagi masyarakat yg membuka jasa logistik khusus di kota makassar.

MyLinha Cargo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa logistic pengiriman barang. Perusahaan tersebut melayani pengiriman barang ke seluruh wilayah Indonesia baik pengiriman barang *door-to-door* maupun *port to-port* sejak tahun 2008. MyLinha Cargo beralamat di JL Mappala, Blok A3 No.20, Tidung, Makassar, Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Selama ini, dalam menjalankan kegiatan usaha pokoknya MyLinha Cargo telah melayani pengiriman barang untuk kota-kota besar diseluruh Indonesia tidak terkecuali untuk daerah-daerah yang dilewati sesuai dengan rute. Pengiriman tersebut dimulai dari paket-paket berukuran kecil sampai dengan paket yang berukuran besar. Dengan menggunakan 4 armada yang dimiliki oleh MyLinha Cargo, dimana pada pengiriman jalur darat terdapat kendaraan roda empat, seperti mobil truck roda empat engkel, mobil box kecil sebanyak 3 buah dan kendaraan roda enam sebanyak 2 buah.



Gambar I.2 Lokasi MyLinha Cargo

(Sumber: [googlemaps.com](https://www.google.com/maps))

Pada era sekarang telah terjadi perkembangan teknologi yang tinggi sehingga menjadi peluang besar bagi pelaku usaha untuk pengembangan bisnis dan dapat melakukan pengembangan strategi dan model bisnis sehingga dapat bersaing dengan pesaing lainnya. Pemanfaatan teknologi saat ini harus dipergunakan sebaik – baiknya karena dari segi pemasaran dapat menjangkau lebih luas dan dapat mengembangkan bisnis pada sebelumnya. Persaingan yang semakin ketat antar sesama produk menghendaki upaya dan sebuah terobosan agar mencapai suatu sasaran yang diinginkan berupa promosi yang gencar dan pelayanan yang lebih memuaskan konsumen. Persaingan ini akan lebih terasa lagi dampaknya bagi perusahaan jika dalam suatu pasar terdapat banyak sekali perusahaan sejenis yang bersaing dalam produk yang sama. Untuk menghadapi persaingan ini dibutuhkan suatu kebijaksanaan pemasaran yang mampu menjaga dan merumuskan serta meningkatkan pangsa pasar dari suatu perusahaan.

Berikut merupakan data jumlah pengguna jasa pengiriman pada MyLinha Cargo dapat dilihat pada tabel 1.2 dibawah ini :

Tabel I.1 Jumlah Pengguna Jasa Pengiriman Barang MyLinha Cargo pada Tahun 2015-2019

(Sumber : MyLinha Cargo)

No	Tahun	Pengguna Jasa
1	2015	504
2	2016	696
3	2017	768
4	2018	912
5	2019	852

Dari tabel I.2 di atas dapat dilihat bahwa jumlah pengguna jasa yang mengirimkan barang dari tahun ke tahun mengalami fluktuasi (naik-turun). Pada tahun 2015 pengguna jasa MyLinha Cargo sebanyak 504 customer yang dibagi atas customer project dan customer perseorangan. Pada tahun 2016 pengguna jasa MyLinha Cargo sebanyak 696 customer yang dibagi atas customer project dan customer perseorangan. Pada tahun 2017, 2018, dan 2019 pengguna jasa MyLinha Cargo sebanyak 768 customer, 912 customer, dan 852 customer yang dibagi atas customer project dan customer perseorangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Muhammad Imran selaku Manajer Operasional pada MyLinha Cargo, terdapat beberapa kendala yang berpengaruh terhadap model bisnis perusahaan. Dimana pada kendala pertama yang menandakan kelemahan pada *value proposition* MyLinha Cargo yaitu pertumbuhan pada usaha pengiriman barang sedang marak di Kota Makassar, sehingga perlu inovasi pada MyLinha Cargo dalam menawarkan layanannya pada pelanggan. MyLinha Cargo perlu meningkatkan layanan yang mereka tawarkan agar dapat bersaing dengan kompetitornya. Layanan MyLinha Cargo dalam memberikan informasi secara *real time* yang masih kurang sehingga masih perlu ditingkatkan dan perlu ada inovasi dari MyLinha Cargo agar dapat menarik minat pelanggan dalam menggunakan layanan pada MyLinha Cargo.

Kendala kedua yang menandakan kelemahan pada *key activities* yaitu karena adanya barang pelanggan yang rusak dalam proses pengiriman dan terlambatnya barang pelanggan tiba ketangan penerima yang menyebabkan pelanggan mendapat keluhan dari penerima. Sehingga MyLinha Cargo perlu memperhatikan lebih baik mengenai kondisi barang yang diterima dan melakukan konfirmasi ulang atas kondisi barang yang dikirim maupun diterima, serta meningkatkan efektivitas dalam pengiriman dan pengemasan barang.

Kendala ketiga yang menandakan kelemahan pada *key resources* yaitu keterbatasan akan kualitas SDM yang dimiliki MyLinha Cargo yang masih minim yang menjadikan terhambatnya kegiatan pengiriman barang tidak berjalan dengan sesuai dengan ketepatan barang pelanggan tersebut diterima oleh penerima.

Kendala keempat yang menandakan kelemahan pada *channels* pada perusahaan yaitu kurangnya pemasaran yang dilakukan pada MyLinha Cargo yang hanya mengandalkan pelanggan tetap. Dimana di era teknologi zaman sekarang, sudah sangat mudah untuk mempromosikan jasa yang ditawarkan. Dalam hal ini, MyLinha Cargo masih memasarkan layanannya dengan cara lama yaitu memasarkan layanannya dengan memberikan surat penawaran melalui email ataupun *whatsapp* kepada calon pelanggannya. Cara tersebut masih dirasa kurang mampu dalam memasarkan layanan dikala perkembangan teknologi modern saat ini yang pasarnya bisa menjangkau masyarakat yang luas.

Bisnis Model merupakan sebuah pandangan, gambaran, dan dasar pemikiran yang bertujuan untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, *Business Model Generation*, 2010). Dengan menggunakan *Business Model Canvas*, MyLinha Cargo akan lebih mudah menggambarkan masalah-masalah apa saja yang terjadi pada setiap stakeholdernya serta dapat melakukan analisis faktor- faktor kekurangan yang dapat mencegah permasalahan yang ada pada perusahaan MyLinha Cargo dan dapat mempertahankan bisnisnya.

Business Model Canvas mudah untuk dijelaskan secara sederhana melalui sembilan blok komponen yaitu, *revenue streams*, *cost structure*, *key partner*, *key resource*, *key activities*, *value proposition*, *customer relationship*, *channels*, dan *customer segment*. *Business Model Canvas* dipilih karena lebih simple, dan sangat mudah untuk menggambarkan permasalahan yang terjadi pada MyLinha Cargo dan mudah untuk dikaitkan dengan solusi yang ada. Berdasarkan dari keempat kendala utama tersebut, dapat memberikan kesimpulan bahwa MyLinha Cargo memiliki beberapa masalah yang harus dihadapi dalam mempertahankan kinerja usahanya sehingga dapat bersaing dengan kompetitor yang sejenis.

Sehingga dari hasil kajian tersebut, dengan melakukan proses peninjauan dan evaluasi dari model bisnis eksisting dengan menggunakan *Business Model Canvas* dari MyLinha Cargo, penentuan dan perancangan model bisnis hasil evaluasi dikaitkan dengan analisis SWOT dan analisis lingkungan akan membantu proses evaluasi dari kelemahan model bisnis dari perusahaan tersebut. Berdasarkan uraian tersebut, maka penelitian ini akan membahas mengenai masalah pada MyLinha Cargo yang berjudul “Evaluasi Model Bisnis Pada MyLinha Cargo Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas”.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana *Business Model Canvas* saat ini pada MyLinha Cargo?
2. Bagaimana rancangan *Business Model Canvas* usulan sebagai hasil evaluasi model bisnis yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT pada MyLinha Cargo?

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, tujuan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Memperoleh gambaran mengenai *Business Model Canvas* saat ini pada MyLinha Cargo.
2. Untuk merancang *Business Model Canvas* usulan sebagai evaluasi bisnis yang dilakukan dengan menggunakan analisis SWOT pada MyLinha Cargo.

I.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, manfaat pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi untuk keberlangsungan bisnis pada MyLinha Cargo.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi usulan model bisnis mengenai evaluasi *Business Model Canvas* pada MyLinha Cargo.

I.5 Batasan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, Batasan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Penelitian ini hanya berfokus sampai pada tahap perancangan model bisnis usulan dan tidak sampai pada tahap *field test*.
2. Penelitian ini tidak membahas secara detail tentang harga, biaya dan aspek finansial lainnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Berdasarkan latar belakang di atas, sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

Bab 1 Pendahuluan

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

Bab II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi mengenai teori dan studi literatur yang digunakan untuk mendukung penyelesaian penelitian.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini berisi mengenai langkah-langkah dalam pemecahan masalah penelitian.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Pada bab ini berisi mengenai pengumpulan dan pengolahan data yang yang dibutuhkan yang akan digunakan pada penelitian ini.

Bab V Analisa Hasil dan Evaluasi

Pada bab ini berisi mengenai analisis yang dilakukan mengenai data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan dan saran secara keseluruhan sesuai dengan tujuan dari penelitian yang telah dilakukan.