

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan MP One Stationery

Awal mula berdirinya MP One Stationery yaitu diawali dengan berdirinya Multi Paper Stationery yang fokus terhadap penjualan grosir kertas HVS dan jenis kertas lainnya. Multi Paper Stationery didirikan oleh Muhammad Arief Deddy Nugroho pada tahun 2000 dengan nama Mega Print, lalu pada tahun 2006 barulah berubah nama menjadi Multi Paper Stationery. Pada awalnya toko Multi Paper Stationery hanya menjual kertas HVS dan jenis kertas lainnya dengan cara penjualan secara grosir, seiring berjalannya waktu dengan permintaan pasar yang lumayan besar toko Multi Paper Stationery menyediakan Peralatan alat tulis kantor hingga akhirnya membuka cabang khusus Stationery pada tahun 2017 yang bernama MP One Stationery.

MP One Stationery adalah salah satu toko penjual alat tulis kantor yang berdestinasi di Metro, Lampung. Mp One Stationery beralamat di JL AR Prawira Negara, No.28 Metro, Kec. Metro Pusat, Kota Metro, Lampung 34111. Mpone Stationery menjual berbagai peralatan dan perlengkapan kantor maupun sekolah. Toko Mp One Stationery memberikan harga dan kualitas terbaik untuk pelanggannya. Toko alat tulis Mp One Stationery menawarkan beragam merk produk dan variasi produk sehingga pelanggan dapat membeli barang yang diinginkan sesuai dengan kebutuhan dan budget. Selain menjual keperluan sekolah dan kantor, Mp One stationery juga menyediakan perlengkapan ulang tahun, kebutuhan sehari-hari, dan juga mainan anak-anak. Selain menjual alat tulis secara eceran, Mp One Stationery juga menerima pembelian alat tulis secara grosir bagi pembeli yang ingin membeli produk dalam jumlah kuantiti yang besar.

1.1.2 Logo dan Makna Logo

Berikut merupakan logo MPOne Stationery seperti yang terlihat pada gambar 1.1 sebagai berikut:



Gambar 1.1

Logo Mp One Stationery

Gambar 1.2

Logo Mp One Stationery

Sumber: *Data Internal Perusahaan, 2021*

1.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

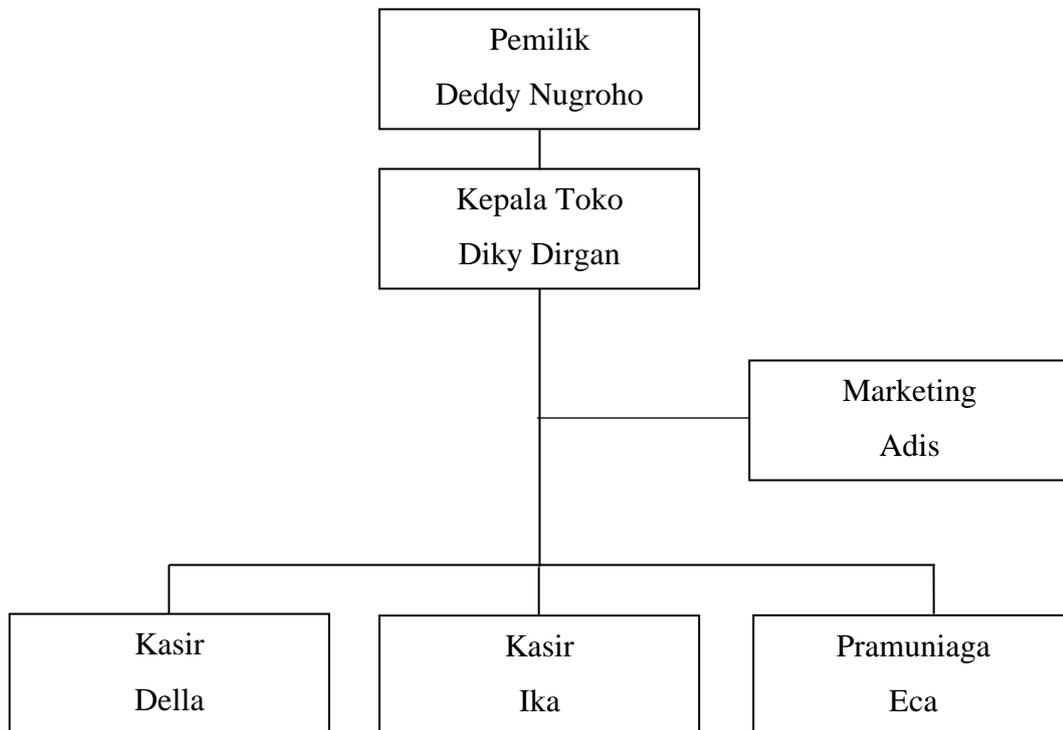
a. Visi

Menjadi jaringan distribusi retail terkemuka yang dimiliki oleh masyarakat luas, berorientasi kepada pemberdayaan pengusaha kecil, dan pemenuhan kebutuhan konsumen

b. Misi

1. Memberikan kepuasan kepada pelanggan ataupun konsumen dengan berfokus pada produk ATK dan pelayanan yang berkualitas unggul
2. Selalu menjadi yang terbaik dalam segala hal yang dilakukan dan selalu menegakkan etika bisnis yang tinggi
3. Membangun organisasi global yang terpercaya, terus bertumbuh dan bermanfaat bagi pelanggan, pemasok, karyawan, dan masyarakat pada umumnya

1.1.4 Struktur Organisasi



Gambar 1.4
Struk Organisasi Perusahaan

Sumber: Data Internal MP One Stationery

1.1.5 Produk

Berikut adalah beberapa produk yang dijual oleh toko alat tulis MP One Stationery :

1. Alat tulis sekolah dan kantor
2. Peralatan melukis dan mewarnai
3. Tas Sekolah
4. Peralatan pra-karya
5. Aksesoris Komputer

1.2 Latar Belakang Penelitian

Masyarakat Indonesia saat ini dimanjakan dengan hadirnya berbagai pusat perbelanjaan yang mengusung konsep ritel yang menjual barang dagangannya dengan sistem eceran dan langsung dapat dipilih oleh para pelanggan. Ritel sendiri merupakan mata rantai yang sangat penting dalam pendistribusian barang dan mata rantai terakhir dalam proses distribusi. Pada industri ritel ini, produk atau barang akan langsung dijumpai oleh *End User* atau pengguna dari barang atau produk itu secara langsung.

Seperti yang dikemukakan oleh (Solihah, 2008) bahwa industri ritel dapat didefinisikan sebagai industri yang menjual produk dan jasa pelayanan yang telah diberi nilai tambah untuk memenuhi kebutuhan pribadi, keluarga, kelompok, atau pemakai akhir. Produk yang dijual kebanyakan adalah pemenuhan dari kebutuhan rumah tangga termasuk sembilan bahan pokok. Kehadiran industri ritel modern pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat terutama kelas menengah ke atas yang tidak mau berdesak-desakan di dalam pasar tradisional yang biasanya becek atau tidak tertata rapi. Walaupun kehadiran ritel modern ini disoroti dapat mematikan pasar tradisional karena mempunyai keunggulan pada banyak faktor, perkembangannya sendiri dapat dikatakan tidak terbendung.

Industri Ritel ini mempunyai peranan yang sangat penting terhadap perekonomian Indonesia dikarenakan kemampuannya dalam memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan juga dalam menghasilkan lapangan kerja yang begitu luas. Berdasarkan data pertumbuhan penjualan ritel di Indonesia. Sebagai negara berkembang, pertumbuhan pada industri ritel ini dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, penambahan jumlah penduduk, dan juga adanya kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi. Berdasarkan *Global Retail Development Index (GRDI)* pada tahun 2019 yang dikemukakan oleh lembaga konsultan A.T Kearney, Industri Ritel di Indonesia berada pada posisi ke-5 dari 30 negara berkembang di dunia dengan skor 58,7 skor paling tinggi yaitu 100. Data tersebut dapat dilihat pada gambar dibawah ini :

2019 Rank	Country	Region	Population (mn)	GDP PPP/Cap (US\$)	National retail sales (US\$ bn)	MA	CR	MS	TP	Final score	Rank vs. 2017
						(25%)	(25%)	(25%)	(25%)		
1	China	Asia East	1,394	18,110	3,869	100.0	72.7	18.9	88.4	70	1 ↑
2	India	Asia South	1,371	7,874	1,202	60.2	60.9	66.8	88.8	69.2	-1 ↓
3	Malaysia	Asia South East	32	30,860	110	76.9	87.8	23.1	59.9	61.9	0 ↓
4	Ghana	Africa West	29	6,452	24	18.3	42.3	96.6	79.5	59.2	27 ↑
5	Indonesia	Asia South East	265	13,230	396	51.7	50.2	53.2	79.8	58.7	3 ↑
6	Senegal	Africa West	16	3,651	10	7.3	24.3	91.4	99.2	55.6	New
7	Saudi Arabia	MENA ME	33	55,944	125	84.4	69.4	16.1	49.9	54.9	4 ↑
8	Jordan	MENA ME	10	9,433	15	44.2	51.1	60.1	59.4	53.7	7 ↑
9	UAE	MENA ME	10	69,382	78	86.0	100.0	0.5	24.6	52.8	-4 ↓
10	Colombia	America South	50	14,943	101	46.7	71.9	42.2	43.8	51.1	0 ↓
11	Vietnam	Asia South East	95	7,511	109	25.1	25.3	61.6	88.7	50.2	-5 ↓
12	Morocco	MENA NA	35	8,933	47	32.9	53.7	63.0	51.0	50.2	-5 ↓
13	Peru	America South	32	14,224	66	42.7	63.1	47.2	47.1	50	-4 ↓
14	Dominican Rep	America Central	11	18,425	30	50.0	17.5	61.6	59.1	47	-1 ↓
15	Kazakhstan	Asia Central	18	27,550	53	53.4	38.8	65.0	30.9	47	1 ↑
16	Brazil	America South	209	16,154	472	65.5	67.4	25.4	28.1	46.6	13 ↑
17	Bulgaria	Europe East	7	23,156	23	65.3	61.3	10.5	47.2	46.1	New
18	Sri Lanka	Asia South	22	13,397	35	23.9	39.5	72.0	48.0	45.6	-6 ↓
19	Azerbaijan	Asia Central	10	18,076	15	34.7	23.5	82.8	40.6	45.4	4 ↑
20	Philippines	Asia South East	107	8,936	148	29.4	37.7	35.2	75.7	44.5	-2 ↓
21	Paraguay	America South	7	13,395	13	20.7	15.0	85.6	56.5	44.5	-2 ↓
22	Turkey	Europe East	81	27,956	208	60.3	59.3	33.6	24.8	44.2	-18 ↓
23	Russia	Europe East	147	29,267	497	79.8	36.0	0.0	58.8	43.6	-1 ↓
24	Thailand	Asia South East	66	19,476	146	50.3	51.8	10.4	59.3	43	6 ↑
25	Tunisia	MENA NA	12	12,372	14	27.4	34.0	69.4	37.5	42.1	-1 ↓
26	Egypt	MENA NA	97	13,366	116	21.6	15.7	68.5	59.8	41.4	New
27	Serbia	Europe East	7	17,555	20	52.0	45.3	13.0	48.9	39.8	8 ↑
28	Tanzania	Africa East	59	3,444	24	0.0	12.0	96.0	45.7	38.4	-7 ↓
29	Guatemala	America Central	17	8,436	38	31.8	6.9	66.3	39.3	36.1	5 ↑
30	Nigeria	Africa West	196	6,027	105	12.4	8.0	90.2	32.7	35.8	-3 ↓

Gambar 1.7

Global Retail Development Index

Sumber : <https://www. Kearney.com/global-retail-development-index/2019>

MP One Stationery berdiri pada bulan Maret pada tahun 2017 dan merupakan toko alat tulis kantor pertama yang menggunakan konsep retail di Kota Metro, Lampung. MP One Stationery itu sendiri merupakan toko alat tulis yang menerapkan konsep ritel atau dikenal dengan istilah bisnis eceran dalam menjual produknya, Dengan mengusung konsep ritel, pelanggan MP One Stationery bebas berkunjung dan melihat-melihat seluruh produk yang di jual oleh MP One Stationery yang menyebabkan ketertarikan terhadap barang lain selain yang dicari oleh pelanggan. Perbedaan yang didapatkan pada Mp One Stationery dengan toko retail lainnya yaitu produk utama yang dijual kepada pelanggan merupakan peralatan alat tulis dan kantor yang menjadi kebutuhan bagi para pelajar, mahasiswa, maupun pekerja kantoran dalam melaksanakan kegiatannya. Sampai saat ini MP One Stationery sudah ada 1 cabang yang telah didirikan untuk lebih menjangkau masyarakat yang berada pada daerah lainnya.



Gambar 1.8

Omset MP One Stationery

Sumber : Data Internal Perusahaan

Dapat dilihat pada grafik omset pada periode tahun 2017 hingga tahun 2019 pada perusahaan MP One Stationery mengalami kenaikan pada tiap tahunnya, rata-rata tiap tahunnya omset MP One Stationery mengalami kenaikan 25 hingga 30 persen tiap tahunnya. Hal ini membuktikan bahwa strategi bisnis yang dijalankan oleh toko alat tulis MP One Stationery sudah berjalan dengan baik. Namun pada tahun 2020 terdapat penurunan omset yang disebabkan oleh adanya pandemi Covid-19 yang menimbulkan dampak yang luar biasa bagi para pelaku usaha. Pada tahun 2021 juga terdapat penurunan omset yang signifikan yaitu sebesar 15% dikarenakan terjadinya penurunan permintaan pada alat tulis yang masih disebabkan oleh adanya pandemi covid-19 yang menyebabkan pemerintah mengeluarkan beberapa kebijakan seperti PPKM ber-level yang sangat mempengaruhi permintaan terhadap alat tulis dikarenakan tidak adanya kegiatan kantor yang mengharuskan para pekerja bekerja dari rumah dan juga penutupan sekolah maupun universitas yang menerapkan pembelajaran dalam jaringan (daring). Selain terjadinya penurunan terhadap omset, dampak langsung yang dihadapi oleh MP One Stationery ketika terjadinya pandemi covid-19 yaitu adanya pengurangan jumlah karyawan yang disebabkan oleh pihak MP One Stationery tidak mampu untuk membiayai operasional dikarenakan adanya penurunan omset yang signifikan.

Dengan terjadinya penurunan pendapatan yang disebabkan oleh pandemi Covid-19, MP One Stationery perlu untuk melakukan inovasi terhadap model bisnis yang telah dijalankan saat ini untuk mengatasi permasalahan yang ada, terutama pada penjualannya. Dalam melakukan inovasi terhadap model bisnis pada MP One Stationery terdapat beberapa metode yang dapat digunakan seperti *Business Model Canvas*. Menurut (Pigneur, 2013) *Business Model Canvas* (BMC) merupakan suatu bahasa yang sama untuk menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah suatu model bisnis. Selain itu dengan adanya alat ini para pelaku usaha dapat dengan mudah untuk menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana perusahaan bisa menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Dalam peta model bisnis ini terdapat 9 blok bangunan yang terdiri dari segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama, dan struktur biaya. Sembilan blok pada *Business Model Canvas* saling berkaitan dan berkolerasi sehingga dapat memudahkan MP One Stationery untuk melakukan proses evaluasi terhadap model bisnisnya.

Dengan melakukan inovasi terhadap model bisnis saat ini pada MP One Stationery, penentuan strategi pada model bisnis kanvas usulan dikaitkan dengan *Value Proposition Canvas* dan analisis lingkungan bisnis pada MP One Stationery. Penggunaan analisis *Value Proposition Canvas* dimaksudkan untuk meningkatkan *Value* atau nilai yang ada pada bisnis model MP One Stationery. Sedangkan analisis lingkungan bisnis dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana lingkungan bisnis pada MP One Stationery berjalan. Berdasarkan penjelasan latar belakang yang telah disebutkan, maka penelitian ini akan membahas masalah pada MP One Stationery yang berjudul “Inovasi Model Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* pada MP One Stationery”

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan pada latar belakang, maka pertanyaan masalah adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana model bisnis MP One Stationery saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana *Value Propositions Canvas* dari MP One Stationery?

3. Bagaimana Analisis Lingkungan pada MP One Stationery?
4. Bagaimana rancangan model bisnis usulan yang dapat diterapkan oleh MP One Stationery melalui pendekatan *Business Model Canvas*?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disebutkan, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk melihat model bisnis MP One Stationery saat ini jika ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Mengidentifikasi *Value Propositions Canvas* dari MP One Stationery.
3. Mengidentifikasi Lingkungan Bisnis pada MP One Stationery.
4. Merancang model bisnis usulan dengan pendekatan *Business Model Canvas* untuk MP One Stationery.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Aspek Teoritis

Secara teoritis hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi dan pengetahuan tambahan untuk penelitian selanjutnya terkait dengan inovasi model bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas*

1.5.2 Aspek Praktis

Melalui penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber informasi alternatif dan sebagai usulan atau masukan bagi MP One Stationery dalam menciptakan model bisnis baru yang dapat diterapkan.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Berikut ini merupakan gambaran umum mengenai penulisan hasil penelitian dalam sistematika tugas yang dibuat sebagai berikut:

a. **BAB 1 PENDAHULUAN**

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

b. **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisi teori dari umum sampai ke khusus, disertai penelitian terdahulu dan dilanjutkan dengan kerangka pemikiran penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

c. **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah penelitian. Bab ini meliputi uraian tentang: Jenis Penelitian, Operasionalisasi Variabel, Populasi dan Sampel (untuk kuantitatif) / Situasi Sosial (untuk kualitatif), Pengumpulan Data, Uji Validitas dan Reliabilitas, serta Teknik Analisa Data.

d. **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS DATA**

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan perumusan masalah serta tujuan penelitian dan disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis dari hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan hendaknya dimulai dari hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan selanjutnya diikuti oleh penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan.

e. **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran yang berkaitan dengan manfaat penelitian.