

BAB I

PENDAHULUAN

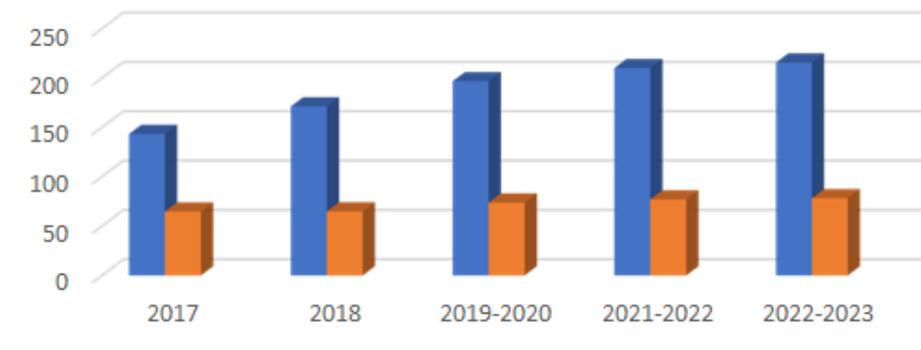
1.1. Latar Belakang Penelitian

Perkembangan teknologi pada saat ini semakin menunjukkan peningkatan yang sangat pesat. Berbagai macam peningkatan di bidang teknologi semakin memperlihatkan kemajuan yang sangat cepat, dimana semua kegiatan sehari-hari bisa dilakukan dengan mudah dan cepat hanya dengan memanfaatkan jaringan *internet*. Dikutip dari layanan manajemen konten HootSuite, dan agensi pemasaran media sosial We Are Social dalam laporan bertajuk "Digital 2021" jumlah pengguna *internet* di Indonesia pada awal 2021 ini telah mencapai 202,6 juta jiwa. Jumlah tersebut mengalami peningkatan 15,5 persen atau 27 juta jiwa jika dibandingkan pada Januari 2020 lalu dengan jumlah penduduk Indonesia saat ini 274,9 juta jiwa (Riyanto, 2021).

Penggunaan *internet* menyelesaikan permasalahan keterbatasan jarak, waktu, dan biaya dapat langsung teratasi dengan sangat mudah. Salah satu jenis implementasi perkembangan teknologi *internet* dalam hal meningkatkan bisnis yaitu menggunakan media sosial, terutama bagi para pengusaha dalam melakukan pemasaran barangnya agar barangnya mudah dijual ke masyarakat. Dengan hadirnya *internet*, perusahaan atau pebisnis dapat menjalankan bisnisnya lebih cepat, mudah, efisien dengan memasarkan produknya melalui *e-commerce*, maka pemasaran dan komunikasi akan lebih cepat dan mudah walaupun berada di lokasi yang berbeda. *E-commerce* adalah pembelian, penjualan dan pemasaran barang serta jasa melalui sistem elektronik, seperti televisi, radio, jaringan komputer atau *internet* (Widodo & Sutopo, 2018)..

Meningkatnya jumlah pengguna *internet*, memberikan suatu peluang besar untuk kegiatan jual beli *online*. *E-commerce* di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat cepat. Pertukaran data mudah dan tidak mengenal jarak. Hal ini disebabkan oleh jumlah pengguna *internet* yang terus meningkat dan fakta bahwa *internet* semakin menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat. Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa

Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa Indonesia adalah salah satu pengguna *internet* terbanyak (2023). hal ini dapat kita lihat berdasarkan survei yang dilakukan oleh Asosiasi penyelenggara jasa *internet* Indonesia APJII (2023).



Gambar 1. Data Pengguna *Internet* di Indonesia 2024

Sumber: Sumber : APJII (2023)

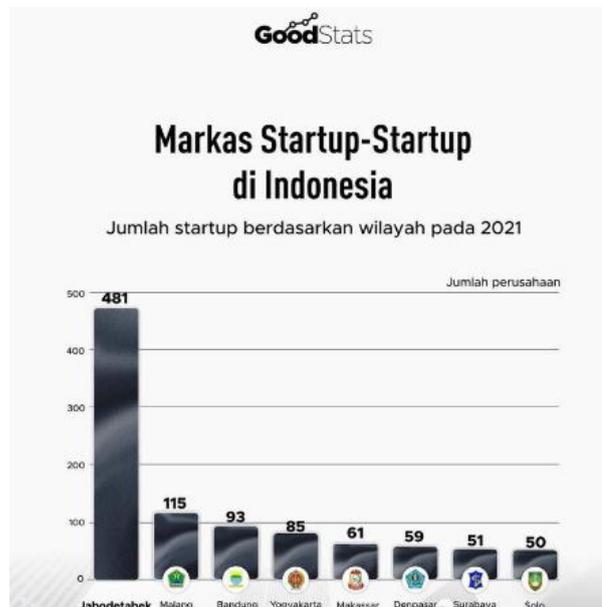
Berdasarkan gambar 1.1 dapat dilihat bahwa hasil survei diatas yang dilakukan oleh APJII mengatakan bahwa jumlah pengguna *internet* di Indonesia sebanyak 215,63 juta pengguna ditahun 2023. Jumlah tersebut meningkat 2,67% Dibandingkan dengan periode sebelumnya, ada 210,03 juta pengguna *internet*, yang merupakan 78,19 persen dari total populasi Indonesia, atau 275,77 juta orang. Sebagai informasi, penetrasi *internet* di Indonesia terus meningkat setiap tahun ke tahun. Pada 2018, penetrasi *internet* mencapai 64.8%, dan pada tahun 2019 dan 2020, itu meningkat menjadi 73,7%. Pada tahun 2021–2022, penetrasi *internet* kembali meningkat, mencapai 77,02% dan 80% pada tahun 2022–2023. Artinya, populasi Indonesia semakin terampil dalam menggunakan teknologi dalam hal ini yaitu *internet*

Majunya teknologi yang sangat pesat berpengaruh pada pertumbuhan ekonomi, beragam jenis usaha awal atau biasa disebut *Startup* terutama di sektor teknologi. *Startup* adalah sebuah badan usaha yang menghasilkan produk atau layanan di tengah ketidakpastian dan dapat menemukan sebuah pola bisnis yang dapat diulang dan diperbesar. Istilah *Startup* umumnya mengacu pada badan usaha yang produk atau layanannya berbasis teknologi (Karina et al., 2021).

Disisi lain, *Startup* akan terus berkembang dan diharapkan menjadi perusahaan yang fokus pada pencapaian keuntungan yang signifikan. *Startup* sendiri berdiri karena si pendiri ingin mengenalkan produk-produk yang kreatif dan inovatif yang sebelumnya tidak ada atau produk sudah ada dan tinggal dikembangkan saja

Awalnya mula nya *Startup* muncul dari bubble.com yang muncul pada tahun 1998-2000 yang dimana banyak perusahaan membuat dot com didalam website personalnya. Bersamaan dengan berlalunya waktu, jumlah individu yang menggunakan *internet* semakin bertambah. Selain *internet*, kemajuan teknologi juga sangat pesat. Dengan adanya gagasan inovatif dari generasi milenial, mereka berusaha menggabungkan teknologi dan *internet* untuk menghasilkan produk yang berguna..

Berikut adalah perkembangan *Startup* di Indonesia berdasarkan data dari Masyarakat Industri Kreatif Teknologi Informasi dan Komunikasi Indonesia (MIKTI) (GoodStats, 2022).



Gambar 2 Jumlah *Startup* -*Startup* di Indonesia

Sumber: Goodstats (2022)

Bedasarkan gambar 2 di atas, dapat diambil kesimpulan bahwa perkembangan *Startup* telah tersebar ke seluruh penjuru di Indonesia. Jumlah

Startup terbanyak didominasi oleh wilayah Jabodetabek dengan jumlah 481, disusul dengan wilayah Malang dengan jumlah 115 *Startup* dan wilayah Bandung dengan jumlah 93 *Startup*. Banyaknya jumlah tersebut menunjukkan bahwa di masa depan, Indonesia akan menjadi negara yang lebih mandiri dengan munculnya pengusaha dan *Startup* mereka. Hal ini terjadi karena seiring perkembangan *internet*, teknologi informasi, dan komunikasi di era saat ini memudahkan pelaku bisnis dalam menjalankan bisnis *Startup* nya (Pratiwi, 2019).

Startup sendiri menurut Maula (2022) adalah organisasi manusia yang baru didirikan atau perusahaan yang belum lama beroperasi, yang dirancang untuk menciptakan produk atau jasa dalam situasi yang sangat tidak pasti. *Startup* memiliki beberapa macam yang saat ini diminati oleh masyarakat Indonesia ini, yaitu; *e-commerce*, game, perdagangan, serta edukasi. Pada saat ini, *Startup* edukasi merupakan *Startup* yang sangat berkembang pesat di Indonesia untuk menunjang masyarakat yang ingin melakukan pembelajaran secara daring maupun luring guna untuk meningkatkan skill-skill mereka (Prabaswara, 2023). Kategori *Startup* edukasi menempati peringkat ke-5 dari semua sektor yang telah dianalisis dengan persentase 51% (Goodstats, 2022)

Banyak *Startup* mulai bermunculan, tetapi dari sebagian banyak perusahaan atau organisasi yang mengembangkan *Startup* di Indonesia, hanya sedikit yang mampu bertahan dan berhasil. Jumlah *Startup* yang lahir cenderung berbanding lurus dengan jumlah *Startup* yang gugur dalam perjalanannya, hal tersebut disebabkan oleh beberapa faktor seperti; salah memprediksi kebutuhan pasar, konflik internal, pola organisasi yang buruk, dan pendanaan yang minim. Maka sebagai bentuk dukungan terhadap rencana pengembangan ekonomi kreatif Indonesia sesuai program

Dapat disimpulkan dari penjelasan diatas bahwa ada beberapa *Startup* yang menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan ada beberapa pula yang menggunakan *Lean canvas*. Salah satu contoh *Startup* yang menggunakan *Lean Canvas* untuk model bisnisnya adalah D'Cetak. D'Cetak merupakan sebuah *Startup* yang membantu mahasiswa dalam mencetak, foto produk dan desain

dengan proses cepat, aman dan kualitas baik. D'Cetak didirikan dari masalah mahasiswa yang mau mencetak namun harus mencari toko lain dan harga yang tinggi.

Business Model Canvas (BMC) memiliki keunggulan dalam analisis model bisnis yaitu mampu menggambarkan secara sederhana dan menyeluruh terhadap kondisi suatu perusahaan saat ini berdasarkan *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (proposisi nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key partnerships* (Kemitran Utama) dan *Cost Struktur* (Struktur Biaya). *Business Model Canvas* adalah sebuah model bisnis yang mampu menggambarkan secara sederhana bagaimana suatu organisasi memberikan dan menangkap nilai dari aktivitas bisnis yang dilakukan untuk menghasilkan uang (Osterwalder & Pigneur, 2010). Melalui BMC, sebuah bisnis akan melihat secara garis besar setiap elemen yang terkait dengan bisnisnya secara lengkap dan rinci. Evaluasi terhadap masing-masing elemen akan memudahkan analisis terhadap apa yang dirasa kurang tepat, dan pada akhirnya perusahaan dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis. Peneliti menggunakan BMC untuk membantu pemilik pendiri bisnis *start-up* dalam melihat bisnis secara umum yang kemudian dapat menyusun strategi untuk mengalahkan pesaingnya. BMC memudahkan pemilik bisnis untuk melihat hubungan antara masing-masing elemen dalam bisnisnya sehingga dapat menciptakan value bagi konsumen dan perusahaan.

Adanya *Startup* D'Cetak dapat menjadi salah satu sarana dalam mempermudah mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan sekunder tersebut. Peluang bagi berkembangnya *Startup* D'Cetak didukung oleh adanya kebutuhan mahasiswa yang menjadi sasaran pasar. Oleh karena itu strategi dalam mengembangkan *Startup* harus dibuat secara matang, salah satunya dengan menggunakan *Lean canvas*. Implementasi *Lean Canvas* pada suatu *Startup* diharapkan dapat menjadi strategi yang dapat digunakan untuk mengembangkan bisnis secara terarah dan dapat menghadapi persaingan bisnis *Startup* . Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka perlu

dilakukan penelitian dengan judul “ Implementasi *Lean Canvas* Pada *Startup* D’Cetak ”.

1.2. Fokus Penelitian

Dari latar belakang yang telah diuraikan, maka didapatkan rumusan masalah adalah bagaimana melakukan Implementasi *Lean Canvas* Pada *Startup* Dalam Menghadapi Persaingan (Studi Pada *Startup* D’Cetak).

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang pada uraian sebelumnya, maka menghasilkan rumusan masalah yang dapat diajukan dalam penelitian ini adalah Bagaimana gambaran penerapan lean canvas pada startup D’Cetak?

1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu Mengambarkan penerapan *lean canvas* pada startup D’Cetak

1.5. Manfaat

Manfaat yang diharapkan pada penelitian kali ini, yaitu :

1. Bagi *Startup* D’Cetak

Penelitian ini dapat menjadi panduan bagi D’Cetak dalam mengoptimalkan penggunaan *Lean Canvas* untuk menyusun strategi bisnis yang efektif, menghadapi persaingan, dan mencapai tujuan perusahaan dengan lebih baik.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini memberikan kesempatan kepada peneliti untuk memperdalam pemahaman mengenai penerapan *Lean Canvas* dalam pengembangan bisnis *Startup* dan memperkaya kemampuan analisis dalam merancang strategi bisnis yang tepat.

3. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan dosen di universitas yang tertarik melakukan penelitian lebih lanjut terkait penerapan *Lean Canvas* pada *Startup* atau topik yang sejenis.

4. Bagi Pengelola *Startup* Lainnya

Sebagai bahan pertimbangan bagi pengelola *Startup* lainnya dalam memilih dan menerapkan lean canvas untuk mengembangkan strategi bisnis yang efisien dan sesuai dengan kebutuhan pasar.