

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil PT. Bonli Cipta Sejahtera

PT. Bonli Cipta Sejahtera berdiri pada bulan Februari Tahun 2012, yaitu penggabungan tiga perusahaan yang bergerak di bidang produsen kue kering yaitu J&C Cookies, Ina Cookies, dan Ladifa Cookies. Maksud dan tujuan penggabungan satu atap manajemen adalah untuk saling menunjang dan menjadi perusahaan yang lebih baik, selain sertifikasi halal PT. Bonli Cipta Sejahtera juga menerapkan *Hazard Analysis Critical Control Point* (HACCP) sebagai sistem keamanan pangan yang telah diakui oleh internasional, agar dapat memberikan pelayanan yang terbaik serta memenuhi kebutuhan konsumen. Berikut ini merupakan logo PT. Bonli Cipta Sejahtera pada gambar 1.1.



Gambar 1.1

Logo Perusahaan

Sumber: Internal Perusahaan (2014)

Untuk menjamin kualitas dan pelayanan terbaik untuk para pelanggannya PT. Bonli Cipta Sejahtera memiliki komitmen dalam hal pelayanan dan kualitas yaitu :

Kualitas

- Menggunakan bahan baku yang tepat
- Diolah dengan cara yang benar dan higienis
- Menggunakan *packaging food grade*
- Menjaga kebersihan tempat kerja (pabrik, gudang, outlet)
- Selalu menyajikan dan menjual produk dalam kondisi prima

Pelayanan

- Menjamin ketersediaan barang yang diinginkan oleh konsumen
- Kepuasan Pelanggan adalah prioritas
- Menerima masukan / *complain* dan meresponnya dengan baik, cepat, dan tepat
- Menggunakan tata bahasa yang sopan, dan mudah dimengerti
- Memberikan pengalaman yang menyenangkan kepada konsumen

1.1.2. Visi dan Misi

Visi

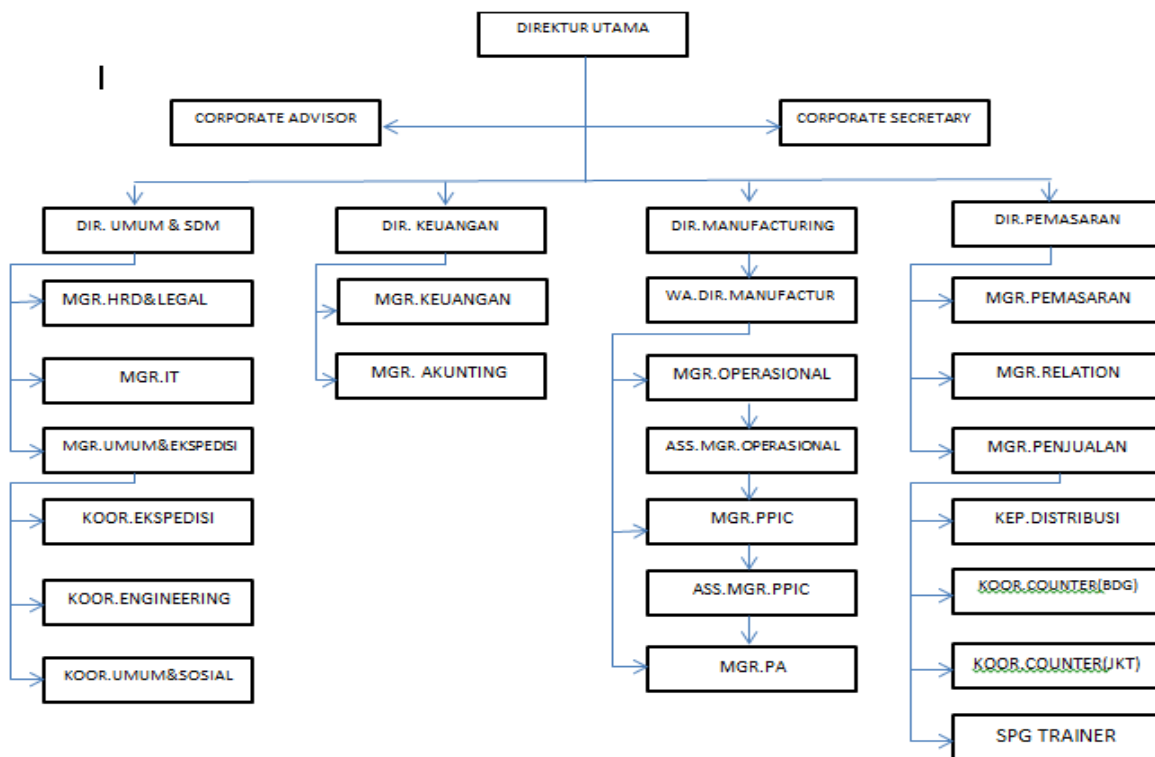
Menjadi *leader* dalam industri makanan di Indonesia melalui bisnis kue kering.

Misi

- 1) Memberdayakan masyarakat dan lingkungan sekitar guna meningkatkan ekonomi rakyat.
- 2) Melakukan penetrasi pasar yang mencakup semua segmen dengan jangkauan luas.
- 3) Pemanfaatan bahan baku lokal secara konsisten.
- 4) Terdepan dalam inovasi baik produk maupun *service*.

1.1.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi PT.Bonli Cipta Sejahtera dapat dijelaskan melalui gambar 1.2.



Gambar 1.2

Struktur Organisasi

Sumber: Internal Perusahaan (2014)

1.2. Latar Belakang Penelitian

Ekonomi kreatif di Indonesia merupakan sektor yang menjanjikan karena dapat membawa kemajuan dan kesejahteraan bagi masyarakat. Indonesia mempunyai potensi yang menjanjikan dalam industri ini karena Indonesia mempunyai beraneka ragam budaya yang bisa menghasilkan kreatifitasnya sendiri. Di Indonesia terdapat sub-sektor ekonomi kreatif yaitu : periklanan, arsitektur, paar barang seni, kerajinan, desain, fesyen, film,video dan fotografi, permainan interaktif, musik, seni pertunjukan,

penerbitan dan percetakan, layanan komputer dan piranti lunak, radio dan televisi, riset dan pengembangan, kuliner.

Salah satu sektor ekonomi kreatif yang memiliki peran penting dalam pertumbuhan ekonomi kreatif adalah sektor kuliner. Sektor kuliner merupakan sektor yang menyumbang pendapatan terbesar dalam industri kreatif. Hal tersebut terjadi karena kuliner merupakan kebutuhan dasar manusia dan juga kuliner di Indonesia mempunyai keanekaragaman yang dapat menarik perhatian wisatawan disetiap daerah. Pendapatan industri kreatif di Indonesia dapat dilihat dalam tabel 1.1 berikut ini.

Tabel 1.1
NTB Ekonomi Kreatif di Indonesia tahun 2010-2013
Atas dasar harga berlaku (dalam milyar Rupiah)

sektor	uraian	2010	2011	2012	2013
1	Periklanan	2,534.7	2,896.6	3,168.3	3,754.2
2	Arsitektur	9,243.9	10,425.6	11,510.3	12,890.9
3	Pasar barang Seni	1,372.1	1,559.5	1,737.4	2,001.3
4	Kerajinan	72,955.2	79,516.7	84,222.9	92,650.9
5	Desain	19,583.2	21,018.6	22,234.5	25,042.7
6	Fesyen	127,817.5	147,503.2	164,538.3	181,570.3
7	Film,video dan fotografi	5,587.7	6,466.8	7,399.8	8,401.4
8	Permainan Interaktif	3,442.6	3,889.1	4,247.5	4,817.3
9	Musik	3,972.7	4,475.4	4,798.9	5,237.1
10	Seni pertunjukan	1,897.5	2,091.3	2,294.1	2,595.3
11	Penerbitan dan percetakan	40,227.0	43,757.0	47,896.7	52,037.5
12	Layanan komputer dan piranti lunak	6,922.7	8,068.7	9,384.2	10,064.8
13	Radio dan televisi	13,109.1	15,664.9	17,518.6	20,340.5
14	Riset dan pengembangan	9,109.1	9,958.0	11,040.9	11,778.5
15	kuliner	155,044.8	169,707.0	186,768.3	208,632.8

Sumber : [Http://www.suarasurabaya.net/fokus/151/2014/131519-kuliner-sumbang-pendapatan-terbesar-dari-ekonomi-kreatif](http://www.suarasurabaya.net/fokus/151/2014/131519-kuliner-sumbang-pendapatan-terbesar-dari-ekonomi-kreatif) diakses tanggal 16 Mei 2014)

Dari tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Industri kuliner di Indonesia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Dengan peningkatan jumlah industri kuliner di Indonesia tersebut terdapat persaingan para pelaku usaha pada industri kuliner yang ingin mendapatkan potensi pasar di Indonesia yang sangat besar.

Persaingan didalam industri kuliner akan terus terjadi pada tahun-tahun mendatang, karena makanan dan minuman merupakan kebutuhan dasar masyarakat yang terus menerus dibutuhkan. Hal tersebut membuktikan bahwa industri kuliner memiliki prospek bisnis yang sangat menguntungkan kedepannya.

Salah satu industri kuliner yang ada di Indonesia adalah industri kue kering, industri ini cukup diminati oleh para pelaku usaha di Indonesia, karena orang Indonesia yang mempunyai kebiasaan memberikan sajian kue kering dirumahnya untuk di hidangkan. Permintaan kue kering akan semakin meningkat pada saat hari raya beragama. Pada saat hari raya ini banyak bermunculan para pelaku usaha musiman yang ingin mengambil keuntungan pada saat hari raya. Hal ini terjadi karena ketersediaan bahan baku untuk membuat kue kering dapat didapatkan dengan mudah. Untuk dapat bersaing para pelaku usaha ini juga harus dapat memberikan keunggulan-keunggulan agar dapat bertahan pada industri ini ditengah perkembangannya yang cukup pesat. Seperti melakukan pengemasan dengan baik dan selalu berfikir kreatif untuk memodifikasi rasa. (Sumber: <http://www.food.detik.com/ramadan/read/2013/07/27/102945/2316178/294/inovasi-merupakan-kunci-sukses-usaha-kue-kering-dan-pastry> diakses tanggal 3 maret 2014)

PT.Bonli Cipta Sejahtera merupakan perusahaan yang bergerak pada industri kue kering di Indonesia. Seperti yang telah dijelaskan dalam sub bab 1.1.1 PT.Bonli Cipta Sejahtera terbentuk dari penggabungan tiga perusahaan yang bergerak pada Industri kue kering yaitu J&C Cookies, Ina Cookies dan Ladifa Cookies yaitu pada tahun 2012. Tujuan dari penggabungan ini adalah untuk dapat saling menunjang agar menjadi perusahaan yang lebih baik. Selain itu dasar disatukannya tiga perusahaan dalam satu atap manajemen PT.Bonli Cipta Sejahtera adalah karena pemilik ketiga perusahaan memiliki hubungan persaudaraan dan pabriknya yang memang berdekatan.

Dengan penggabungan tiga perusahaan ini membuat perubahan pada manajemen di ketiga perusahaan tersebut, karena sekarang hanya terdapat satu manajemen yang membawahi ketiganya yaitu dibawah manajemen PT.Bonli Cipta Sejahtera. Manajemen yang baru harus dapat menemukan strategi yang tepat untuk ketiga perusahaan yang bergabung dalam PT.Bonli Cipta Sejahtera karena mereka mempunyai target pasarnya masing-masing. Namun terdapat beberapa kesamaan target pasar yang membuat ketiga perusahaan ini saling bersaing. Target pasar dapat dilihat dalam tabel 1.2.

Tabel 1.2

Target Pasar J&c Cookies, Ina Cookies dan Ladifa Cookies

Nama perusahaan	Umur	Gaya hidup	Pendidikan	S.E.S
J&C Cookies	20-35 tahun	Aktif, Dinamis, Modern, Konsumtif dan berdaya beli tinggi	SMP, SMU, Akademia/Universitas	A, B+, B, C
Ina Cookies	30 tahun keatas	Muslim, Aktif,	SMP, SMU,	A, B+, B, C+,

(Bersambung)

(Sambungan Tabel 1.2)

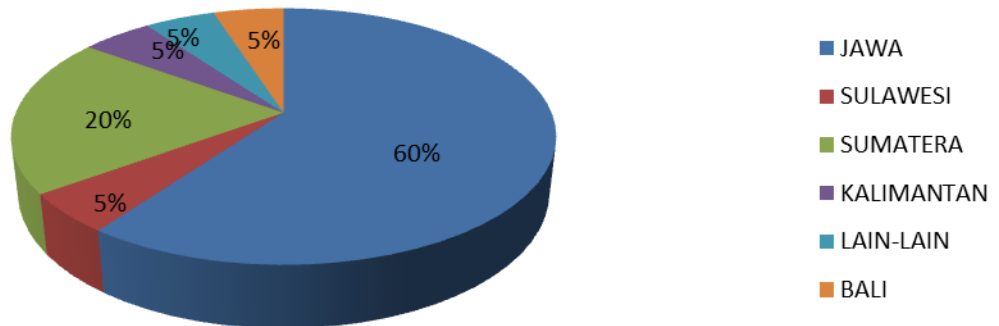
		Dinamis, Modern,Konsumtif dan berdaya beli tinggi	Akademia/Universitas	C
Ladifa Cookies	25-55 tahun	Aktif, Dinamis, Modern,Konsumtif ,High Brand Awareness	SMP,SMU, Akademia/Universitas	A+,A,B+

Sumber: internal perusahaan(2014)

Dari tabel 1.2 dapat dilihat bahwa target pasar ketiga perusahaan yang tergabung dalam PT.Bonli Cipta Sejahtera memiliki perbedaan dan kesamaan. Perbedaan terlihat pada J&c Cookies lebih menasar umur 20 sampai 35 tahun dengan S.E.S ((Social Ekonomi Status) S.E.S merupakan dasar dalam pengelompokan individu dalam kelas-kelas social yang nantinya akan digunakan dalam pemilihan segmentasi pasar)) S,E.S J&C Cookies adalah A,B+,B,C sedangkan Ina Cookies lebih menasar usia 30 tahun keatas dengan gaya hidup yang meyasar umat beragama islam dengan S.E.S A,B+,B,C+,C dan Ladifa Cookies lebih menasar umur 25 sampai 55 tahun dengan gaya hidup yang memiliki *brand awarednes* dan S.E.S A+,A,B+. Sedangkan persamaan terlihat pada target pendidikan yang menjadi tujuan masing-masing merek yaitu SMP,SMU,Akademia/Universitas. Hal tersebut membuat manajemen yang baru terus mencari strategi pengembangan bisnis yang tepat untuk dapat memaksimalkan pendapatan ditengah persaingan industri makanan dan minuman yang terus mengalami pertumbuhan.

Saat ini PT.Bonli Cipta Sejahtera sedang memperluas keagenan di Indonesia, khususnya diluar pulau Jawa seperti pulau Kalimantan dan wilayah Indonesia bagian Timur karena pada saat ini agen PT.Bonli Cipta Sejahtera sebagian besar berasal dari pulau Jawa saja. Hal tersebut dilakukan selain untuk memaksimalkan pendapatan juga untuk mencapai Visi perusahaan yaitu Menjadi *leader* dalam industri makanan di Indonesia melalui bisnis kue kering.Persentase jumlah keagenan PT.Bonli Cipta Sejahtera dapat dilihat pada gambar 1.3 berikut ini.

PRESENTASE JUMLAH DISTRIBUTOR PT.BONLI CIPTA SEJAHTERA



Gambar 1.3

Daftar Distributor PT.Bonli Cipta Sejahtera

Sumber : Internal Perusahaan

Dapat dilihat dalam gambar 1.3 keagenan PT. Bonli Cipta Sejahtera masih terpusat di pulau Jawa dan Sumatra hal tersebut dikarenakan pulau Jawa dan Sumatra merupakan pulau dengan jumlah penduduk terbanyak di Indonesia namun untuk pulau Kalimantan dan Sulawesi dianggap masih dapat memperbesar keagenannya, Karena dengan kepadatan penduduk ketiga dan keempat di Indonesia ini jumlah presentase keagenan PT. Bonli Cipta Sejahtera masih kecil dibandingkan dengan kepadatan penduduknya. Maka perlu ada pengembangan bisnis yang dapat membuat PT. Bonli Cipta Sejahtera dapat mengembangkan bisnisnya di Indonesia.

Pendapatan PT. Bonli Cipta mengalami fluktuasi yang sangat signifikan pada saat bulan Ramadhan. Karena pada saat bulan tersebut permintaan kue kering meningkat sangat tajam. Pendapatan PT. Bonli Cipta Sejahtera pada saat bulan Ramadhan yaitu 90 persen dibanding dengan bulan biasa yaitu sepuluh persen. Dengan fluktuasi pendapatan seperti ini PT. Bonli Cipta Sejahtera perlu untuk melakukan pengembangan bisnis agar pendapatan di bulan-bulan biasa selain di Bulan Ramadhan dapat lebih ditingkatkan lagi.

Menurut Osterwalder & Pigneur (2012:14) *Business Model Canvas* (BMC) merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Elemen dalam *Business Model Canvas* mencakup sembilan blok bangunan dasar yaitu segmen pelanggan, proporsi nilai, saluran, hubungan pelanggan, arus pendapatan sumberdaya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama dan struktur biaya. Dengan *Business Model Canvas* dapat memberikan alternatif rancangan model bisnis yang baru untuk menghadapi para pesaing dan memaksimalkan pendapatan. Di Indonesia terdapat sejumlah perusahaan yang telah menerapkan *Business Model Canvas* dapat dilihat dalam tabel 1.3.

Tabel 1.3

Perusahaan yang menerapkan *Business Model Canvas* di Indonesia versi PPM Manajemen 2012

Nama Perusahaan
RCTI
Metro TV
Garuda Indonesia
7-Eleven
Adira Finance
XL
PT.Binaman Utama
Bank Mandiri Kartu Kredit
Hotel Amaris
PT.Jasa Marga
PT.Kereta Api Indonesia
Air Asia
PT.Total Bangun Persada
Kaskus
Astra Honda Motor
PT.PLN

Sumber: PPM Manajemen (2012)

Dengan beberapa data dan fakta yang telah diuraikan di atas, PT.Bonli Cipta Sejahtera ingin mengembangkan strategi bisnis yang cocok untuk menghadapi persaingan dan memaksimalkan pendapatan dibawah manajemen yang relatif masih baru. Selain itu, perlu diketahui belum ada penelitian sebelumnya yang membahas tentang bagaimana PT.Bonli Cipta Sejahtera menghadapi persaingan dan memaksimalkan pendapatan dengan pendekatan *business model canvas*.

Maka berdasarkan data dan fakta diatas, penulis mengambil judul skripsi”**Analisis Pengembangan Bisnis Pada PT.Bonli Cipta Sejahtera dengan Pendekatan *Business Model Canvas*”**.

1.3 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini ialah :

1. Bagaimana gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera saat ini jika ditinjau dari aspek-aspek pada *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana usulan model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera yang baru ?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan :

1. Mengetahui gambaran model bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera jika ditinjau dari aspek-aspek pada *Business Model Canvas*.
2. Mengetahui strategi bisnis yang sesuai dan disarankan untuk diterapkan kepada PT.Bonli Cipta Sejahtera.

1.5. Kegunaan Penelitian

a.Kegunaan Teoritis

- 1.Hasil penelitian ini dapat dijadikan pertimbangan untuk para peneliti yang akan melakukan penelitian dengan bahasan yang sama.
- 2.Penelitian ini dapat dijadikan metode pembelajaran yang efektif untuk peneliti selanjutnya dalam mengembangkan strategi bisnis yang ada pada suatu perusahaan.
- 3.Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan peneliti dalam bidang Manajemen Strategi dan Bisnis.

b. Kegunaan praktis

- 1.Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan acuan untuk melakukan pengembangan bisnis PT.Bonli Cipta Sejahtera untuk menghadapi persaingan dan juga memaksimalkan pendapatan.
- 2.Memberikan pemahaman tentang model bisnis yang dijalankan perusahaan kepada manajemen PT.Bonli Cipta Sejahtera.
- 3.Sebagai pengalaman dalam membuat karya ilmiah yang baik dan juga sebagai bekal penulis untuk terjun ke dunia bisnis.

1.6. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami isi yang terdapat dalam skripsi ini, maka sistematika penulisan skripsi disusun sebagai berikut :

BAB IPENDAHULUAN

Bab ini berisi mengenai gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, pertanyaan penelitian, tujuan dan kegunaan penelitian.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai tinjauan pustaka, penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian, kerangka pemikiran dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi mengenai metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini seperti jenis penelitian, variabel operasional, tahapan penelitian, pengumpulan data, uji keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi mengenai hasil pengolahan data mengenai Bussiness Model Canvas dan Analisis SWOT.

BAB VKESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi mengenai kesimpulan atas hasil penelitian dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian.