

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam perkembangan bisnis di era sekarang, terdapat banyak sekali bisnis yang bermunculan dengan berbagai ciri khas tertentu. Pelaku bisnis mempunyai peran yang signifikan dalam perkembangan perekonomian di Indonesia. Peran yang dipikul tersebut mengharuskan pelaku bisnis untuk dapat maju dan mengembangkan bisnis yang dimiliki. Pelaku usaha mempunyai perkembangan bisnis untuk mencapai tujuan masing-masing bisnis yang menciptakan persaingan di segala sektor. Menurut Hartanto & Kholil, (2015) persaingan akan semakin banyak karena pemain-pemain baru yang menjalankan usahanya dalam bidang yang sejenis, khususnya bisnis di bidang mebel.

Tuntutan pasar yang semakin kompetitif, perubahan gaya hidup masyarakat, serta perkembangan teknologi menjadi beberapa faktor yang mempengaruhi dinamika industri mebel. Dalam menghadapi tantangan tersebut, penting bagi pelaku industri mebel untuk menerapkan pendekatan yang tepat. Salah satu cara untuk melihatnya adalah bahwa bisnis menggunakan strategi yang membantu mereka menyesuaikan diri dengan keadaan lingkungan persaingan yang rumit untuk mempertahankan dan memperkuat posisi mereka di pasar (Halik et al., 2023).

Tingkat persaingan yang tinggi menempatkan tuntutan tersendiri bagi pelaku bisnis mebel untuk terus meningkatkan produk inovatif. Cara untuk menghadapi persaingan, perusahaan perlu memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan ini memungkinkan perusahaan untuk menawarkan nilai yang lebih baik kepada pelanggan, yang membantu mereka memenangkan pangsa pasar dan mempertahankan posisi mereka di pasar yang kompetitif. Keunggulan kompetitif yang unik dan terus-menerus membedakan diri dari pesaing menjadi kunci utama untuk menarik perhatian konsumen dan mempertahankan pangsa pasar (Riofita et al., 2024). Keunggulan kompetitif menjadi kunci utama yang membedakan pelaku usaha satu dengan kompetitor yang lainnya.

Tasikmalaya merupakan salah satu kota yang memiliki potensi bisnis dalam usaha mebel. Berikut jumlah usaha mebel di Kota Tasikmalaya

Tabel 1. 1 Tabel Jumlah Usaha Mebel Kota Tasikmalaya 2019-2022

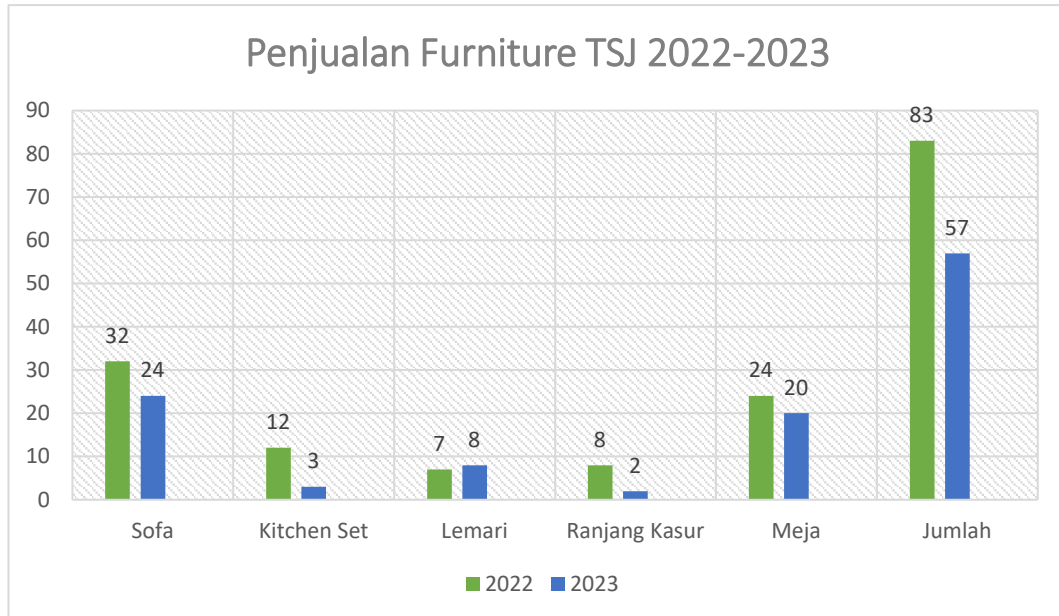
No	Jenis Usaha	Tahun	Jumlah Usaha
1	Kayu Olahan (Mebel)	2019	217
2	Kayu Olahan (Mebel)	2020	217
3	Kayu Olahan (Mebel)	2021	217
4	Kayu Olahan (Mebel)	2022	229

(Sumber Open data Kota Tasikmalaya)

Berdasarkan tabel 1.1, diketahui Kota Tasikmalaya di tahun 2019 sampai 2021 tidak ada penambahan jumlah usaha mebel di Kota Tasikmalaya, dan pada tahun 2022 adanya peningkatan 12 usaha mebel yang terjadi di Kota Tasikmalaya. Bisnis mebel semakin meningkat karena banyaknya jenis variasi produk yang dibutuhkan, sehingga minat beli masyarakat meningkat terhadap mebel seperti sofa, lemari, *kitchen set*, dan kasur. Maka dari itu, pelaku bisnis mebel di Kota Tasikmalaya memanfaatkan peluang usaha di bidang ini, sehingga persaingan menjadi ketat.

Pelaku bisnis mebel di Kota Tasikmalaya dituntut untuk mempertahankan bisnisnya dengan melihat pasar yang memiliki persaingan dari ancaman luar yang memiliki peran untuk menguasai pasar mebel saat ini. Menurut Radar Tasik (2023), menjelaskan bahwa pada tahun 2023 adanya persaingan antara produk lokal dengan produk impor menyebabkan sekitar 40 usaha mebel di Kota Tasikmalaya menyebabkan gulung tikar. Salah satu faktor yang memperketat persaingan adalah tingginya permintaan konsumen terhadap produk mebel berkualitas dengan harga yang kompetitif, yang tidak hanya mengutamakan fungsi tetapi juga nilai estetika. Konsumen di sekitar Kota Tasikmalaya semakin selektif dalam memilih produk, lebih mengutamakan desain yang modern, serta material yang berkualitas. Kondisi ini mendorong pelaku usaha mebel untuk terus berinovasi, baik dalam hal desain, diversifikasi produk, maupun strategi pengembangan bisnis.

Toko Sinsin Jaya atau TSJ adalah pelaku usaha yang bergerak di bidang mebel dengan menjual beberapa macam produk mebel. TSJ bertempat di sentra mebel di Cibereum, Kota Tasikmalaya. Berikut adalah data penjualan TSJ dalam dua tahun terakhir adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 1 Grafik Data Penjualan 2022-2023 TSJ

(Sumber diolah oleh peneliti)

Dari hasil grafik di atas, TSJ mengalami penurunan penjualan terjadi karena produknya kalah saing dengan produk impor yang memasuki pasar. Sofa dan meja menjadi produk pilihan terbanyak konsumen Kota Tasikmalaya dan sekitarnya.

Berdasarkan pengamatan di atas, penjualan yang tidak stabil disebabkan oleh beberapa faktor. Persaingan di wilayah sentra mebel Kota Tasikmalaya, terutama pada produk sejenis, memicu perluasan jangkauan pasar yang signifikan. Hal ini membuat konsumen menjadi semakin selektif dalam menentukan pilihan, karena banyaknya variasi dan tawaran produk yang serupa. Setiap bisnis perlu terus tumbuh dan berkembang, oleh karena itu, TSJ harus menciptakan strategi pengembangan bisnis yang mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan penjualan. TSJ berupaya mengembangkan bisnisnya untuk menarik lebih banyak pelanggan membeli produknya. Widiyanti, (2021) menyatakan bahwa strategi

Muhammad Farid, 2024

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS TOKO SINSIN JAYA DENGAN MENGGUNAKAN LEAN CANVAS

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

bisnis merupakan upaya perusahaan dalam menetapkan kebijakan dan aturan agar perusahaan lebih berkomitmen dalam menciptakan strategi baru.

TSJ perlu melakukan kajian terhadap model bisnis untuk menemukan rencana terbaik dalam meningkatkan pendapatan. Beberapa alat untuk memahami dan merancang model bisnis beragam, yaitu *Model Bisnis Canvas* (BMC), *Lean Canvas*, *Value Proposition Canvas* (PVC), *Business Model Navigator*, *SWOT Analysis*, dan *Porter's Five Forces*. Salah satu dari enam metode dasar untuk merancang ide yaitu menggunakan metode *lean canvas*. Kanal *lean* berkonsentrasi pada cara timeline untuk mendapatkan arus pendapatan sebuah bisnis. Sasarannya lebih spesifik dan menggabungkan antara pengembangan bisnis berskala kecil dan besar secara efektif. *Lean canvas* lebih mudah digunakan dan difokuskan pada pelaku bisnis, *lean canvas* sangat berfokus pada beberapa faktor bisnis seperti ketidakpastian dan risiko (Maurya, 2022). Dalam proses ini bisnis model didukung oleh strategi pengembangan bisnis untuk menghasilkan konsep bisnis yang lebih maju untuk memenuhi pasar. Analisis model bisnis memungkinkan perusahaan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai model bisnisnya, yang memfasilitasi respons cepat terhadap kebutuhan pelanggan dengan cara menyampaikan nilai-nilai perusahaan secara efektif. (Jamira et al., 2021).

Lean Canvas adalah alat sederhana yang digunakan untuk merancang model bisnis dengan cepat dan efektif. Berbeda dengan business plan tradisional yang panjang, Lean Canvas lebih ringkas dan fokus pada elemen-elemen kunci yang menentukan keberhasilan bisnis. Lean Canvas terdiri dari sembilan blok utama: masalah, segmen pelanggan, proposisi nilai, solusi, saluran distribusi, aliran pendapatan, struktur biaya, aktivitas kunci, dan keunggulan kompetitif. Setiap blok ini membantu pengusaha untuk memetakan ide bisnis mereka secara sistematis. Misalnya, blok "Masalah" mengidentifikasi tantangan utama yang ingin dipecahkan oleh bisnis, sementara "Proposisi Nilai" menjelaskan manfaat unik yang ditawarkan kepada pelanggan. Dengan memahami segmen pelanggan, bisnis dapat menyesuaikan produk atau layanannya agar lebih tepat sasaran.

Lean canvas sangat berguna untuk bisnis karena memaksa mereka untuk fokus pada aspek yang paling penting dari ide bisnis mereka dan menghindari membuang waktu pada detail yang tidak relevan. Alat ini juga memungkinkan pengusaha untuk dengan cepat menguji asumsi dan menyesuaikan strategi mereka berdasarkan umpan balik pasar. Dengan kata lain, *lean canvas* membantu bisnis untuk lebih lincah, efisien, dan responsif terhadap perubahan.

Hasil pengamatan fenomena TSJ berdasarkan latar belakang penelitian, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut yang disusun dalam skripsi ini yang berjudul **“Strategi Pengembangan Bisnis Toko Sinsin Jaya dengan Menggunakan *Lean Canvas*”**

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini, yaitu:

1. Apa gambaran umum strategi bisnis TSJ?
2. Bagaimana identifikasi *lean canvas* pada TSJ?
3. Bagaimana formulasi strategi pengembangan bisnis pada TSJ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah penelitian di atas, maka terdapat tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini. Terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran umum strategi bisnis TSJ
2. Memberikan suatu gambaran penggunaan *lean canvas* pada pengembangan bisnis pada Toko Sinsin Jaya
3. Untuk mengetahui formulasi strategi pengembangan bisnis pada TSJ

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Manfaat dari segi teori

Manfaat dari segi teori yang penulis harapkan dari hasil penelitian ini yaitu untuk memberikan informasi bagi pembaca dan menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan kajian ataupun penelitian selanjutnya, khususnya bagi peneliti yang memiliki topik yang sama

2. Manfaat dari segi praktis.

a. Bagi pelaku usaha

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan menjadi masukan kepada para pelaku usaha sebagai rujukan yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan *lean canvas* untuk lebih mengembangkan dan mempertahankan usahanya.

b. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengalaman pengetahuan untuk selanjutnya melakukan penelitian yang lebih baik dan dapat mengimplementasikan ilmu kewirausahaan terutama yang berkaitan dengan strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan *lean canvas*

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan dan wawasan kepada pembaca mengenai strategi pengembangan bisnis dengan menggunakan *lean canvas*