

BAB I

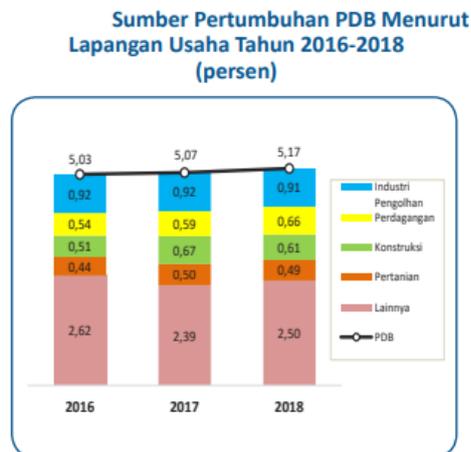
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Paradigma baru dalam kewirausahaan dipandang sebagai disiplin ilmu yang tidak hanya dapat dipelajari dan diajarkan tetapi juga orang-orang yang dapat menangkap potensi peluang bisnis untuk menjadi wirausahawan sukses. Sektor industri merupakan pengembangan bisnis yang memberikan kontribusi yang mampu menciptakan pengembangan ekonomi di negara Indonesia. Pengembangan ekonomi sektor industri bersumber dari memanfaatkan ide-ide, pemikiran, dan gagasan yang akan mendukung wirausahawan untuk memiliki nilai tambah dalam membaca peluang yang ada melalui pendekatan cara-cara baru dan berbeda.

Jumlah penduduk di Indonesia semakin pesat perkembangan tiap tahunnya, mengakibatkan meningkatnya jumlah permintaan kebutuhan masyarakat. Banyaknya pengangguran dituntut untuk masyarakat lebih produktif di dunia lapangan pekerjaan. Sektor lapangan usaha sangat membantu dalam industri kerja dengan mengembangkan industri kreatif dan berdampak pada kemajuan perekonomian Indonesia. Bekraf juga mengemukakan bahwa Ekonomi Kreatif (Ekraf) adalah paradigma ekonomi baru yang mengandalkan gagasan, ide, atau kreativitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) sebagai faktor produksi utama dalam kegiatan ekonominya. (Bekraf, 2018)

Sektor industri dalam usaha pembangunan bisnis yang *continue* merupakan skala prioritas dalam meningkatkan minat konsumen untuk melihat industri kreatif yang memiliki daya tarik tersendiri dari tahun ke tahun dan mengalami peningkatan sangat signifikan. Kini pertumbuhan ekonomi menunjukkan perubahan yang berarti untuk mencari solusi mengurangi pengangguran.



Gambar 1.1 Sumber Pertumbuhan PDB Menurut Lapangan Usaha

Sumber : Badan Pusat Statistik 2018

Gambar 1.1 menunjukkan sumber pertumbuhan PDB menurut lapangan usaha dari tahun 2016 – 2018 menjadi masalah utama dalam menghadapi persaingan yang terjadi di dunia usaha, baik bisnis kecil maupun bisnis skala menengah. Hingga ke bisnis yang sudah menjadi bisnis ternama maupun bisnis yang baru memulai karirnya.

Tenaga kerja di Indonesia khususnya di Jawa Barat melihat peluang bahwa ternyata memiliki bisnis industri kreatif dapat menjadi mata pencaharian yang menjanjikan. Industri kreatif memiliki perkembangan yang pesat saat ini di dalam industri bisnis, karena dunia persaingan bisnis tidak hanya mengandalkan industri saja tetapi mengandalkan kreativitas dan inovasi seseorang. Indonesia sendiri, industri kreatif mulai mendapat perhatian.

Seperti dilansir menurut John Howkins, dalam bukunya *The Creative Economy*, orang-orang yang memiliki ide akan lebih kuat dibandingkan orang-orang yang bekerja dengan mesin produksi, atau bahkan pemilik itu sendiri. Adapun Industri kreatif adalah bentuk pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu dengan cara menghasilkan dan mengeksplorasi daya kreasi dan daya cipta individu (Sumotarto 2010).

Sejak tahun 2007, konsep : “Ekonomi Kreatif”, “Industri Kreatif” dan : Kota Kreatif telah menjadi istilah-istilah yang populer di Indonesia. Mengadopsi konsep yang diperkenalkan oleh pemerintah Inggris, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Perdagangan kemudian menciptakan cetak biru Ekonomi Kreatif, dengan fokus pada pengembangan industry kreatif dan kota-kota kreatif. Setelah 8 tahun, industry kreatif Indonesia berkembang pesat, dengan banyak komunitas kreatif yang berkembang berdasarkan keterampilan kewirausahaan dan upaya sendiri. Industri kreatif dipercaya pemerintah sebagai harapan bagi ekonomi Indonesia untuk bangkit, bersaing, dan meraih keunggulan dalam ekonomi global.

Pengembangan ekonomi kreatif di beberapa kota di Indonesia yang memiliki “iklim kreatif” yang menonjol seperti Bandung, Bali, dan Yogyakarta. Kota Bandung merupakan kota metropolitan terbesar di Jawa Barat dan menjadi salah satu percontohan dalam pengembangan ekonomi kreatif yang melibatkan komunitas secara kreatif. Bandung memberikan sumbangan ekonomi kreatif sebesar 4.75% pada tahun 2006 atau lebih tinggi dari pertumbuhan ekonomi nasional sebesar 5.6%. Bandung pun menjadi kota pertama yang berhasil mengunggulkan model ABCG (*Akademisi, Bisnis Sektor, Community, Government*) dalam mengembangkan ekonomi kreatif. Sektor ekonomi kreatif terbukti mampu menyerap sekitar 3.7 juta tenaga kerja atau setara dengan 4.7% total penyerapan tenaga kerja baru (Pikiran-rakyat.com,2016).

Negara Indonesia mulai menyadari bahwa sumber daya manusia yang kreatif akan dapat menghadapi persaingan bisnis yang ketat. Pemerintah Kota Bandung bersama DPRD Kota Bandung sedang membahas usulan Rancangan Peraturan Daerah Kota Bandung tentang Rencana Pembangunan Industri Kota Bandung (RPIK) tahun 2019-2039. Perda ini diharapkan dapat menjadi landasan pengembangan industri di Kota Bandung (Republika, 2019).

Warga Kota Bandung menghasilkan 1.600 ton sampah per hari. Dari jumlah tersebut, 30 persennya merupakan sampah anorganik. Direktur Utama PD Kebersihan Kota Bandung Deni Nurdyana Hadimin mengatakan, pada tahun 2018 dari 30 persen sampah anorganik, 10 persennya merupakan

sampah plastik. Itu berarti, jumlah sampah plastik yang dibuang warga Bandung per hari sekira 100-150 ton (Pikiran Rakyat, 2018).

Produk berbahan goni di Jawa Barat yaitu di Surabaya yang sudah memiliki perusahaan sendiri adalah PT. Altiz dan selain perusahaan tersebut produksi goni masih terbilang jarang ataupun langka. Sehingga merupakan peluang usaha yang menjanjikan di Bandung untuk membuka bisnis Karung Goni. Beberapa toko yang menjual khusus Karung Goni tidak tersedia di Bandung. Rumah Bagus menjual produk goni tetapi menjual berbagai kerajinan kreatif dari bahan lain yang berfokus pada bungkus kado ataupun seserahan. Selain itu untuk penjualan *online* bandung untuk goni banyak dijual melalui kaskus dan tokopedia saja.

Industri kreatif Rumah Karung Goni merupakan salah satu pengembangan *home* industri di Bandung yang mampu mawadahi bisnis kecil dalam produksi karung goni. Produk karung goni yang diyakini tidak akan kalah dengan produk Distro yang dapat menyesuaikan *fashion* di Bandung tetapi dengan tetap peduli lingkungan. Saat ini bisnis yang mengacu pada bisnis sosial banyak diperhatikan oleh konsumen. Selain desain yang unik konsumen tetap mengikuti tren gaya masa kini tetap juga dapat turut serta menjaga lingkungan terhindar dari produksi plastik yang berlebihan.

Hal ini membuat bisnis Rumah Karung Goni tersebut sangat cocok dengan program pemerintah untuk menggalakkan anti pemakaian plastik agar perusahaan ritel mulai dapat mengurangi produksi plastik dengan mulai memakai *tote bag* yang diproduksi karung goni. Saat persaingan bisnis yang semakin ketat, pengusaha dituntut untuk selalu melakukan pengembangan usahanya dengan terus melakukan inovasi bisnis secara berkala. Hingga saat ini bisnis tersebut sudah berhasil memproduksi berbagai macam karya dari bahan goni yang membuat tertarik konsumen untuk membeli dan menggunakannya.

Tabel 1.1 Hasil Laporan Penjualan Rumah Karung Goni

Tahun	Hasil Penjualan
2015	Rp. 900.000.000,-
2016	Rp. 700.000.000,-
2017	Rp. 1.000.000.000,-
2018	Rp. 1.500.000.000,-

(Sumber : Laporan Penjualan Rumah Karung Goni)

Laporan penjualan keuangan yang dimiliki Rumah Karung Goni, seperti tercantum pada tabel 1.1 data tersebut tiap tahun mengalami penurunan dan peningkatan. Itu ditunjukkan pada tahun 2017 mengalami penurunan secara drastis. Ungkap pemilik Rumah Karung Goni, Muhammad Faris menyebutkan di tahun 2017 bisnisnya tidak mengalami progres dikarenakan penjualan dalam model sepatu banyak yang complain karena dibagian lipatan yang sobek. Akhirnya mereka memberhentikan produksi sepatu dengan alasan perbaikan kualitas pada produknya. Selain itu, penjualan yang dirasa paling menguntungkan adalah pada produksi bahan karung goni dibandingkan dengan produksi barangnya. Karena keterbatasan produsen dan tukang jahit yang dimiliki Rumah Karung Goni masih *home industry* sampai saat ini menerima custom untuk metode penjualannya. Tapi pada tahun 2018 karung goni mulai membuat focus perubahan sedikit demi sedikit untuk pengembangan usahanya.

Rumah Karung Goni tersebut sudah memiliki beberapa cabang seperti di Jakarta. Adapun saingan harga yang lebih murah ada di kota Yogyakarta. Masyarakat saat ini sudah mulai mencari bahan goni tersebut. Goni dikenal dahulu sebagai tempat penyimpanan bahan baku makanan hasil pertanian yang dirasa sangat kuat untuk membawa beban berat. Jika dihubungkan dengan pemerintah yang mulai menggalakkan *zero waste* dengan mengurangi produksi dan pemakaian plastik yang memakan waktu lama untuk hancur. Produk karung goni ini sangat tepat dipilih karena sangat ramah lingkungan. Bahan dasar goni terbuat dari batang-batang rosela yang dibuat menjadi serat yang sangat kuat, dahulu terbuat dari bulu kambing cokelat. Sehingga karung goni sangat kuat hingga pemakaian yang cukup lama. Semakin lama penggunaan, maka karung goni semakin kuat dan teksturnya semakin lembut atau tidak kaku.

Bahan goni tersebut dahulu harus didapatkan dari luar Indonesia, karena produksi terbesar ada di negara Bangladesh, Nepal dan India. Produk goni tersebut bermacam macam mulai dari bahan bekas sampai baru, berbagai

macam tali atau benang, kain dan karung. Hingga saat ini bahan goni mulai mudah didapatkan di Indonesia yang dapat mempermudah proses produksi.



Gambar 1.2 Toko *Offline* Rumah Karung Goni



Gambar 1.3 Produk Rumah Karung Goni

Toko *offline* Rumah Karung Goni tersebut mulai mengembangkan ide kreatif dengan memproduksi berbagai macam produk. Salah satunya dekorasi rumah seperti tirai, taplak meja, hiasan lampu, *macrame* dan sebagainya. Untuk *fashion* seperti tas, sandal dan juga sepatu. Produk yang

dibuat Rumah Karung Goni sesuai dengan permintaan pasar dengan sistem *Custom*.

Inovasi ini menjadi tantangan terbesar bagi setiap lingkungan organisasi itu sendiri karena setiap bisnis diupayakan agar dapat memaksimalkan keuntungan yang didapat sehingga bisnis dapat terus maju dan berkembang di era globalisasi mengikuti perkembangan zaman dan memiliki nilai tambah untuk bisnisnya. Inovasi bisnis menjadi masalah yang sangat menarik karena menjadi sangat berpengaruh bagi pemilik bisnis dan konsumen tersebut. Bagi pemilik bisnis inovasi akan menimbulkan kegiatan yang menyenangkan dalam bekerja. Sedangkan bagi konsumen, inovasi bisnis akan bermanfaat dalam kepuasan konsumen sehingga akan terus memilih desain unik kita.

Pada akhirnya model bisnis menurut Wolcott dan Lippitz (2007) menyatakan bahwa untuk mencapai keberlanjutan usaha dalam jangka panjang, diperlukan pertumbuhan usaha jangka panjang yang stabil, inovasi dan pengembangan bisnis baru, dan penelitian dan pengembangan. Keberlanjutan usaha dalam jangka panjang tersebut tergantung bagaimana model bisnis yang diajukan di masa depan.

Pemilihan *Business Model Canvas* tersebut dikarenakan objek penelitian yang saya lakukan dahulu pernah memetakan menggunakan model tersebut, sehingga saya mencoba mengembangkan penciptaan produk yang lebih baik dengan penguasaan yang lebih mendalam. Menggunakan *business model canvas* dengan analisis yang dikombinasikan memakai analisis SWOT yang dapat diukur dari indikator kelemahan dan kekuatan faktor eksternal dan internal yang ada pada industri kreatif di Rumah Karung Goni. Analisis ini dibuat berdasarkan masing-masing elemen yang terkait dalam melihat bisnis di masa depan.

Business model canvas adalah suatu alat untuk membantu Rumah Karung Goni untuk melihat bagaimana model bisnis yang sedang dijalani saat ini atau model inovasi bisnis yang akan jalani. Analisis melalui model ini akan melihat keunggulan bisnis secara garis besar namun setiap elemen yang terkait dengan bisnis akan terlihat lengkap serta rinci. Dengan demikian, Rumah Karung Goni dapat melihat gambaran utuh yang dapat membantu

menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar bisnis. Evaluasi dari masing-masing 9 blok elemen yang terdiri dari *Customer Segments, Value Proposition, Chanel, Customer Relationship, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnership, and Cost Structure* (Osterwalder,2010). Penelitian BMC diteliti oleh (Elizabeth:2015) bertujuan untuk mengevaluasi dan merancang model bisnis berdasarkan kerangka *Business Model Canvas*.

Business model canvas akan memudahkan analisis terhadap apa yang dirasa kurang tepat, dan pada akhirnya perusahaan dapat mengambil langkah untuk mencapai tujuan bisnis dan meningkatkan keuntungan sehingga peneliti dapat mengambil celah dan resiko-resiko yang akan terjadi. Dengan business model canvas pula, maka apa yang harus kamu lakukan bisa terlihat. Namun tidak hanya melihat ke arah dalam saja alias ke bisnis yang mau kamu buat, tetapi juga melihat ke arah luar alias kepada para pesaing dan juga pasar dari jenis bisnis yang nantinya kamu bangun sehingga kamu bisa mendapatkan hasil maksimal dengan cepat seiring berjalannya perjalanan (Dewaweb.com, 2019). Selain itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui *business model canvas* di industri kreatif Rumah Karung Goni saat ini, mengevaluasi *business model canvas* industri kreatif Rumah Karung Goni dan memberikan alternatif *business model canvas* yang sesuai untuk industri kreatif Rumah Karung Goni di masa depan.

Perusahaan dalam menciptakan bisnis memerlukan Model Inovasi Bisnis. Model inovasi bisnis sangat cocok digunakan ketika ada ketidakpastian keadaan dan dapat menjadi senjata untuk “mematahkan” persaingan yang sengit. Inovasi Model Bisnis memiliki keuntungan yang berkelanjutan yang lebih tinggi daripada inovasi produk atau proses semata (Lindgardt, Reeves, Stalk, Deimler, 2009). Sehingga model inovasi bisnis dapat menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif sebagai peluang untuk membangun bisnis *sustainable*.

Dalam penelitian ini perancangan model inovasi bisnis berguna untuk mengetahui perancangan penelitian yang tepat untuk digunakan di Industri Kreatif Rumah Karung Goni. Model inovasi bisnis menciptakan

pengembangan usaha baru yang perlu dikembangkan. Cara agar masyarakat terdorong untuk memberikan inovasi bisnis yaitu dengan mengusulkan model bisnis yang digunakan guna memecahkan masalah inovasi bisnis dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *Business Model Innovation* atau inovasi model bisnis. *Business Model Innovation* ini memiliki konteks industri untuk desain sumber baru atau untuk modifikasi sumber daya yang ada, kadang-kadang tanpa investasi besar R & D (Karlsson et al, 2017,p.2926). Menurut Gambardella & McGahan; Moore dalam Fontana dan Zubaedah (2012, p.172) Inovasi model bisnis (BMI) dapat didefinisikan sebagai mengembangkan struktur dan mekanisme baru dalam memberikan nilai kepada pelanggan. (Sherly,2014) melakukan penelitian keunikan inovasi model bisnis di perusahaan ini berasal dari ide-ide inovasi model bisnis yang telah berjalan serta perspektif value propositions ataupun tujuan akhirnya tidak sekedar profit oriented tetapi lebih mengarah ke jangka panjang.

Sebagai penunjang model bisnis, dalam memberikan *value of innovativeness* didapatkan ide menarik yang dirancang dengan menggunakan pendekatan metode. Adapun metode yang digunakan dalam penelitian di industri kreatif Rumah Karung Goni yaitu dengan metode QFD (*Quality Function Deployment*) dengan analisis SWOT untuk mencari kelemahan dan kelebihan, peluang dan ancaman yang terjadi. Penelitian model inovasi bisnis juga oleh banyak peneliti. Model QFD menciptakan pasar yang memiliki daya tarik untuk implementasi perancangan kebutuhan konsumen (Sulistyo,2011). Selain itu model QFD diteliti oleh (Fahmi,2017) yang melakukan penelitian untuk strategi untuk bertahan dalam menghadapi persaingan antar perusahaan yang semakin ketat.

Maka dari itu, metode model inovasi bisnis tersebut akan dapat mengembangkan inovasi bisnis baru di industri kreatif Rumah Karung Goni. Model tersebut akan memetakan bisnis baru yang tepat sesuai dengan pelaksanaan perancangan pembangunan kerangka yang akan dilakukan dan memberikan kepuasan pada konsumen untuk menarik daya beli konsumen dengan mengutamakan suara pelanggan.

Berdasarkan pemaparan di atas dari uraian yang telah diungkap dalam latar belakang maka penulis mengambil judul untuk mengkaji permasalahan kewirausahaan sebagai berikut “ANALISIS MODEL INOVASI BISNIS BERBASIS *BUSINESS MODEL CANVAS* DAN *QUALITY FUNCTION DEPLOYMENT* (Studi Kasus pada Industri Kreatif Rumah Karung Goni Bandung).

1.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Kurang optimalnya inovasi dalam membuat bisnis merupakan masalah utama dalam penelitian ini. Inovasi pemilik bisnis merupakan faktor penting dalam suatu usaha yang ingin mengalami perkembangan secara pesat. Apabila dibiarkan secara terus menerus maka akan mengakibatkan tujuan dari bisnis tersebut tidak tercapai secara optimal. Isu mengenai kurang optimalnya inovasi kerja dapat dipengaruhi oleh beberapa segi yang paling umum dan paling penting dari model perencanaan yang kurang matang. Dijelaskan dengan baik dalam bukunya *Business Model Generation* karangan Alexander Osterwalder & Yves Pigneur bahwa bisnis model canvas melalui 9 dasar yang harus diimplementasikan melalui struktur organisasi, proses, dan sistem yang dibuat.

Berdasarkan pendapat tersebut disinyalir bahwa *business model canvas* dapat mengatasi masalah inovasi bisnis. Dengan itu maka penulis akan menguji permasalahan tersebut. Maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini diidentifikasi ke dalam tema sebagai berikut:

“Fenomena yang terjadi yaitu persiapan awal dalam membuat bisnis yang kurang optimal. Apabila masalah-masalah tersebut terus dibiarkan maka akan mengancam keberlangsungan aktivitas bisnis. Sehingga dibutuhkan solusi yang tepat untuk mengatasi permasalahan tersebut yaitu melalui upaya peningkatan inovasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dengan membangun sistem yang lebih baik antar pemilik bisnis dengan konsumen. *Business Model Canvas* dipilih sebagai *tool* yang menjanjikan dan inovasi produk yang efektif menggunakan bisnis model inovasi yaitu *business model innovation* merupakan pelengkap dimana perusahaan dapat mengevaluasi elemen model bisnis. Maka kepuasan pelanggan akan meningkat dan pada akhirnya memiliki nilai tambah yang akan meningkatkan sistem bisnis yang baik dengan

melakukan evaluasi dan perubahan dengan pembenahan atau peninjauan ulang”

1.2.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian dan identifikasi masalah di atas, Sehingga rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana gambaran model inovasi bisnis dengan Analisis SWOT di industri kreatif Rumah Karung Goni Bandung ?
2. Bagaimana gambaran model inovasi bisnis dengan metode *Business Model Canvas* di industri kreatif Rumah Karung Goni Bandung ?
3. Bagaimana gambaran model inovasi bisnis dengan metode QFD (*Quality Function Deployment*) di industri kreatif Rumah Karung Goni Bandung

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh hasil temuan mengenai model inovasi bisnis yaitu :

1. Untuk mengetahui gambaran model inovasi bisnis dengan metode analisis SWOT di industri kreatif Rumah Karung Goni Bandung ?
2. Untuk mengetahui gambaran model inovasi bisnis dengan metode *Business Model Canvas* di industri kreatif Rumah Karung Goni Bandung ?
3. Untuk mengetahui gambaran model inovasi bisnis dengan metode QFD (*Quality Function Deployment*) di industri kreatif Rumah Karung Goni Bandung ?

1.4 Kegunaan penelitian

Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis sebagai berikut:

1. Secara teoritis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan dalam aspek teoritis (keilmuan) bagi perkembangan ilmu manajemen khususnya *entrepreneurship* khususnya yang berkaitan dengan lingkungan bisnis yang menjadi acuan utama dalam berbisnis sehingga diharapkan penelitian ini dapat menjadi rujukan dan referensi bagi para akademisi

dalam mengembangkan teori *business model innovation* dan teori inovasi serta implikasinya terhadap bisnis usaha.

2. Secara praktis, diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi penulis dan memberikan sumbangan ide pemikiran ataupun gagasan untuk industri kreatif Rumah Karung Goni. Memiliki kebijakan untuk membuat program yang lebih fokus di bisnis pemulanya dalam rangka pengelolaan bisnis, untuk memberikan sumbangan informasi mengenai *business model innovation* industri kreatif Rumah Karung Goni.