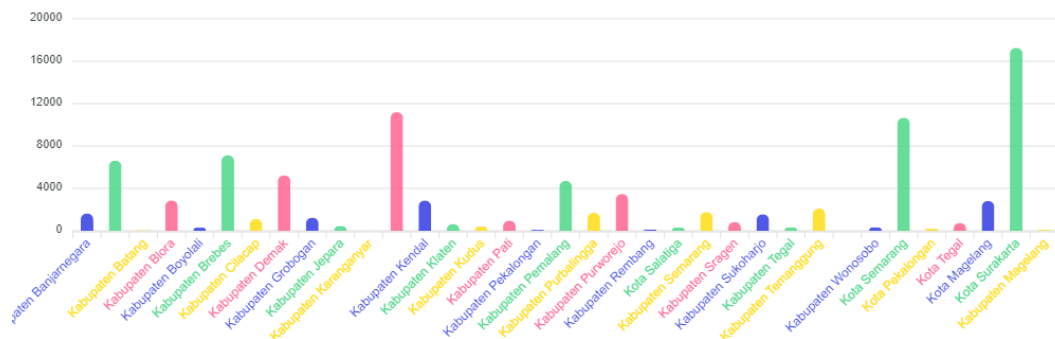


BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

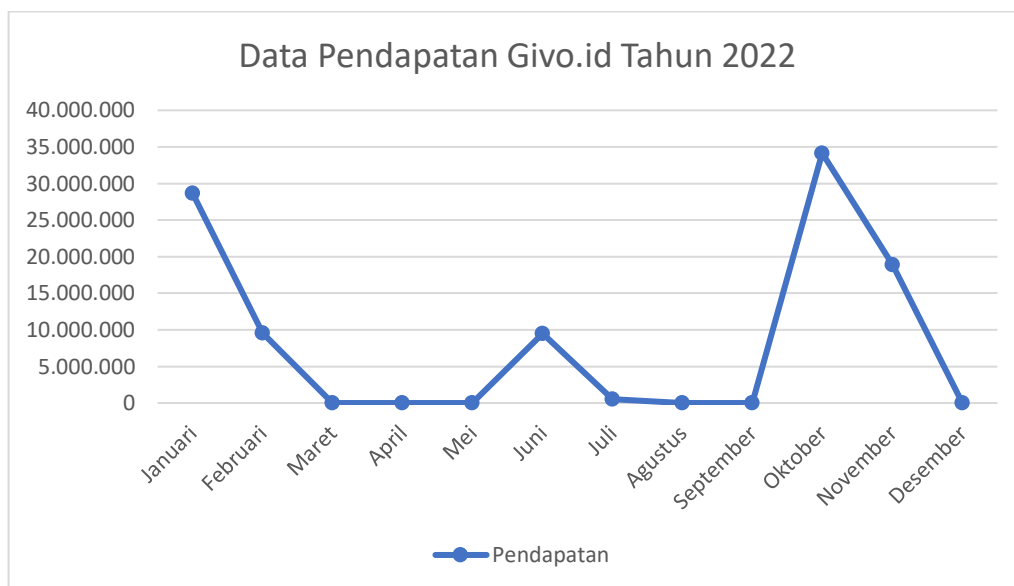
Semakin berkembangnya bisnis di Indonesia pelaku usaha dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dimana semakin meningkat akan kompleksitas, persaingan, perubahan dan ketidakpastian (Wulandari, 2018). Hal tersebut didukung data jumlah UMKM yang ada di Provinsi Jawa Tengah pada Gambar 1.1, dimana diketahui jumlah UMKM tertinggi berada di Kota Surakarta dengan jumlah 17.263 unit, sehingga pelaku usaha perlu memiliki strategi bisnis agar tetap mampu bertahan dalam menghadapi hal tersebut.



Gambar 1. 1 Data Jumlah UMKM di Jawa Tengah 2022

Sumber: <https://satudata.dinkop-umkm.jatengprov.go.id/>

Fokus penelitian ini dilakukan pada Givo.id, karena Givo.id memiliki kelemahan dalam kinerja usahanya. Kelemahan tersebut seperti saluran promosi yang belum maksimal, masih terbatasnya sumber daya manusia (SDM) yang kompeten di bidangnya, dan pencatatan keuangan yang belum sistematis. Akibatnya pendapatan Givo.id pada tahun 2022 cenderung mengalami penurunan, hal tersebut dapat dilihat dari pendapatan Givo.id pada Gambar 1.2. Berdasarkan fenomena yang ditemukan pada Givo.id ini, maka perlu mengetahui gambaran umum strategi bisnis, dan identifikasi atas strategi bisnis yang berjalan saat ini, serta merancang formulasi strategi bisnis yang tepat untuk digunakan oleh Givo.id.



Gambar 1. 2 Pendapatan Givo.id Tahun 2022

Sumber: Givo.id

Semakin meningkatnya persaingan ini juga turut berkembangnya suatu konsep *social enterprise*. *Social enterprise* mendedikasikan untuk memenuhi misi yang bertujuan untuk mengatasi permasalahan sosial, komunitas, dan lingkungan yang keberlanjutan melalui struktur bisnis (Nyssens & Defourny, 2017). Givo.id merupakan salah satu *social enterprise* yang didirikan sebagai bentuk kepedulian terhadap mahasiswa, dengan memberikan dampak positif berupa beasiswa dalam bentuk asrama dan mentoring hingga di bantu studinya. Givo.id juga mengatasi permasalahan sosial lainnya, yaitu melakukan *campaign* karya orang dengan masalah kejiwaan kedalam produk Givo.id yang bertujuan menghilangkan stigma buruk di dalam masyarakat. Agar *social enterprise* dapat mengatasi permasalahannya, maka perlu alat analisis yang cocok digunakan oleh *social enterprise* dalam memformulasikan strategi bisnisnya.

Social Business Model Canvas (SBMC) merupakan modifikasi dari *Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan oleh konsultan bisnis dari Swiss, Alexander Osterwalder pada tahun 2010. Kemudian pada tahun 2020 Dr. Denise Crossan menyempurnakan kembali menjadi *Social Business Model*

Canvas (SBMC) yang mempunyai 15 kolom untuk dapat mengevaluasi, memberikan solusi dan memecahkan permasalahan-permasalahan kompleks yang dihadapi perusahaan sosial. Peneliti menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC) untuk menyelesaikan permasalahan Givo.id dengan memformulasikan strategi bisnis baru. Penelitian mengenai analisis strategi bisnis pada *social enterprise* menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC) belum ada sebelumnya, sehingga penelitian ini menjadi keterbaruan penelitian dan hasil penelitian ini diharapkan menjadi referensi yang relevan bagi peneliti selanjutnya.

Penggunaan *Social Business Model Canvas* (SBMC) dalam membantu perusahaan sudah dilakukan oleh peneliti terdahulu. Hafsah (2014) dalam penelitiannya mengenai pengembangan usaha Samiler Jarak dan Dolly (Samijali) menghasilkan penelitian bahwa penggunaan *Social Business Model Canvas* (SBMC) dapat membantu perusahaan membuat model bisnis bagi usaha Samiler Jarak dan Dolly (Samijali). Sedangkan penelitian Ihsani *et al* (2020) yang menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC) dalam mengembangkan bisnis beras berbasis *sociopreneurship* menghasilkan penelitian bahwa penggunaan alat tersebut dapat meningkatkan penjualan produk beras organik, menciptakan inovasi dari produk turunan yang dihasilkan, dan meningkatkan kapasitas masyarakat dari segi ekonomi maupun dari segi intelektual. Kedua penelitian di atas juga didukung oleh penelitian dari Sparviero (2019); Umar *et al* (2020); Yudha & Sudhartio (2019) dimana penggunaan SBMC dapat membantu perusahaan dalam menjalankan usahanya. Penelitian lainya menghasilkan bahwa penggunaan *Business Model Canvas* (BMC) juga turut membantu perusahaan dalam mengatasi permasalahan strategi bisnis pada usahanya Hartoyo *et al* (2021); Makkulau (2018); Tambunan & Agushinta (2020); Warnaningtyas (2020); Zaratrzhembsky (2020).

Berdasarkan uraian dari latar belakang permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut yang disusun dalam bentuk skripsi dengan judul **ANALISIS STRATEGI BISNIS PADA SOCIAL**

ENTERPRISE GIVO.ID MENGGUNAKAN SOCIAL BUSINESS MODEL CANVAS (SBMC).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat disusun rumusan masalah sebagai berikut:

- 1.2.1 Bagaimana gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan sekarang pada *social enterprise* Givo.id?
- 1.2.2 Bagaimana identifikasi strategi bisnis dengan pendekatan *Social Business Model Canvas* (SBMC)?
- 1.2.3 Bagaimana formulasi strategi bisnis dengan pendekatan *Social Business Model Canvas* (SBMC)?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang akan dicapai pada penelitian ini, yaitu:

- 1.3.1 Untuk mengetahui gambaran umum strategi bisnis yang diterapkan sekarang pada *social enterprise* Givo.id
- 1.3.2 Untuk mengetahui identifikasi strategi bisnis dengan pendekatan *Social Business Model Canvas* (SBMC)
- 1.3.3 Untuk mengetahui formulasi strategi bisnis dengan pendekatan *Social Business Model Canvas* (SBMC)

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi kegunaan secara teoritis dan praktis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Kegunaan Ilmiah

Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi dan meningkatkan ilmu pengetahuan, mendukung kemajuan informasi di bidang bisnis, dan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai analisis strategi bisnis menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC).

1.4.2 Bagi Usaha

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan dan bahan pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menetapkan strategi bisnis dengan menggunakan *Social Business Model Canvas* (SBMC).

1.4.3 Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi yang berguna dalam mengimplementasikan ilmu kewirausahaan selama perkuliahan dan menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya.

1.4.4 Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi acuan terhadap pengembangan ilmu di bidang kewirausahaan dan menjadi referensi yang relevan untuk penelitian selanjutnya.

