

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Perkembangan dunia bisnis saat ini sudah semakin pesat, sehingga mengakibatkan persaingan bisnis yang ketat. Pengertian bisnis sendiri dari beberapa pendapat dalam literatur, bisnis dapat didefinisikan sebagai berikut, Bisnis menurut Scholl yakni aktivitas yang diorganisasi dan diatur untuk menyediakan barang dan atau jasa kepada konsumen dengan tujuan mencari laba. Sedangkan pengertian bisnis menurut Griffin, Ebert adalah suatu organisasi yang menyediakan barang atau jasa dan dibuat untuk mendapatkan laba.

Bisnis peternakan merupakan salah satu usaha yang berkembang pesat dan berpotensi untuk berkembang secara terus-menerus. Pada masa sekarang ini banyak bermunculan inovasi jenis peternakan yang beraneka ragam. Meskipun kemajuan tren peternakan terus berkembang, bisnis peternakan harus tetap ada keberadaannya dan terus bertahan. Situasi ini tentu menjadi tantangan besar bagi para pembisnis di bidang peternakan untuk mempertahankan bisnis di tengah era modernisasi ini.

Genong *Farm* Madiun merupakan usaha yang bergerak dalam bidang budidaya dan peternakan cacing dan ulat yang berpusat di Dusun Watulesung, Desa Kedondong, Kecamatan Kebonsari, Kabupaten Madiun. Genong *Farm* Madiun melayani pembelian cacing dan ulat, selain itu Genong *Farm* Madiun juga menyediakan media tanam dan media untuk budidaya cacing dan ulat.

Usaha budidaya cacing dan ulat di Genong *Farm* Madiun memiliki persaingan yang ketat karena teknik budidaya yang mudah *duplikasi* atau ditiru, di samping itu, promosi yang dilakukan perusahaan saat ini kurang efektif dan *continue*. Hal ini tentu dapat menimbulkan masalah dalam bisnis perternakan mengingat banyaknya produk sejenis di pasaran yang akhirnya akan berdampak pada penjualan produk.

Pemilihan Perusahaan Genong *Farm* Madiun sendiri untuk diteliti dikarenakan Genong *Farm* Madiun merupakan budidaya cacing dan ulat yang sangat populer di Madiun bahkan sampai luar kota. Apalagi saat ini di Madiun bisnis budidaya cacing dan ulat tidak hanya ada di Genong *Farm* Madiun saja, sudah banyak bisnis cacing dan ulat lain di Madiun yakni Ihsan Cacing Madiun, Novin Cacing Madiun dan Roni Cacing Madiun. Pesaing tersebut bisa saja mengambil alih posisi Genong *Farm* Madiun yang sudah populer di Madiun. Maka dari itu, dalam hal ini perlu adanya strategi bisnis terhadap usaha Genong *Farm* Madiun.

Permasalahan lain yang ditemukan pada Perusahaan Genong *Farm* Madiun adalah masih ada yang memberi beberapa ulasan negatif di media sosial yang berdampak juga terhadap perusahaan dengan memberikan rating bintang tiga kebawah. Hampir semua pelanggan melakukan riset sebelum melakukan pembelian salah satunya dengan menggunakan internet. Mereka membandingkan harga dan produk secara *online*. *Review online* mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ulasan positif bermanfaat meningkatkan penjualan dan profitabilitas, sedangkan ulasan negatif memiliki efek merugikan

perusahaan seperti merusak reputasi bisnis, mengusir pelanggan, peringkat mesin pencarian rendah.

Persaingan yang ketat dalam dunia bisnis tersebut membuat perusahaan Genong *Farm* Madiun memiliki ketakutan dalam mengatur strategi bisnisnya. Salah satu ketakutan perusahaan Genong *Farm* Madiun adalah apabila selera konsumen berubah sehingga mempengaruhi pelanggan untuk beralih ke peternak lain. Masalah strategi tersebut juga semakin diperbesar dengan adanya masalah yang terjadi pada lingkungan internal tentang bagaimana proses pengelolaan, aktivitas bisnis, dan pengelolaan keuangan. Masalah lainnya yang terdapat pada lingkungan eksternal yang berhubungan dengan pihak ketiga seperti pelanggan, kolega, dan distributor. Alasan tersebut penting untuk perusahaan Genong *Farm* Madiun untuk merumuskan suatu strategi.

Perumusan strategi dapat dicapai dengan berbagai cara, salah satunya adalah dengan pembuatan model bisnis dari perusahaan tersebut. Istilah model bisnis secara umum pertama kali dikemukakan oleh Venkatraman dan Henderson yaitu suatu perencanaan yang terkoordinasi untuk merancang strategi melalui tiga faktor: interaksi pelanggan, susunan asset, dan pengaruh dari pengetahuan. Selanjutnya, Gill menuturkan bahwa sebuah model bisnis mewujudkan logika yang mendasari sebuah operasi organisasi bisnis. Hal ini sangat memungkinkan untuk memahami dan memprediksi bagaimana sebuah perusahaan bisnis diatur, apa yang dijual, bagaimana memberikan produk dan layanan, lalu bagaimana caranya untuk menambah *value*. Osterwalder dan Pigneur menjelaskan, bahwa sebuah model bisnis tidak lain adalah representasi dari bagaimana organisasi membuat (atau berniat untuk membuat)

uang. Menurutnya sebuah model bisnis menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan (*create*), menyampaikan (*deliver*), dan menangkap (*capture*) nilai-nilai (*value*) yang dianut oleh organisasi.

Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur dalam bukunya *Business Model Generation* menciptakan sebuah kerangka yang sederhana dan mudah dipahami untuk menggambarkan bisnis yang sedang dijalankan pelaku usaha. Kerangka yang diibaratkan kanvas pelukis terdiri dari 9 (sembilan) elemen atau pilar utama (9 *building blocks of Business Model*) yaitu, segmen pelanggan (*Customer Segments*), nilai lebih (*Value Proposition*), saluran (*Channels*), hubungan pelanggan (*Customer Relationships*), arus pendapatan (*Revenue Streams*), sumber daya utama (*Key Resources*), aktivitas kunci (*Key Activities*), kemitraan utama (*Key Partnership*), struktur biaya (*Cost Structure*). Sembilan kerangka ini yang kemudian dikenal dengan *Business Model Canvas*.

Bisnis Model Kanvas atau (*Business Model Canvas*) adalah salah satu alat yang digunakan untuk membantu pelaku usaha melihat lebih jelas dan terkini tentang profil usaha yang sedang atau sudah berjalan. Melalui model bisnis ini seolah-olah pelaku usaha melihat visualisasi bisnisnya dalam gambaran utuh dan lengkap tentang apa saja elemen-elemen kunci yang terkait dengan bisnisnya. Dibandingkan dengan model bisnis yang lain yang juga banyak digunakan pembisnis seperti *Lean Canvas* dan *Blue Ocean Strategy*, *Business Model Canvas* memiliki kelebihan lebih menekankan kepada *value proposition* yang akan diberikan ke konsumen. Sedangkan Model bisnis yang lain lebih seperti *Lean Canvas* lebih cocok digunakan untuk perusahaan baru berdiri sedangkan kelemahan *Blue Ocean Strategy* adanya risiko pesaing masuk

ke pasar baru, dan memerlukan investasi modal yang lebih besar untuk membangun pasar baru. Hal ini menjadi salah satu dasar peneliti memilih menggunakan model bisnis ini karena ditinjau dari latar belakang diatas. Dalam model bisnis kanvas ini para pemilik usaha yang sudah beroperasi selama bertahun-tahun pun dapat memetakan kembali bisnis yang sudah ada agar kinerjanya bisa lebih maksimal dan usaha yang dikelolanya lebih efektif dalam menghadapi persaingan bisnis. Selain itu BMC merupakan alat yang mudah dipahami dan kemudahan dalam implementasinya.

Berdasarkan uraian permasalahan diatas dapat menjadi dasar pertimbangan peneliti untuk menganalisis lebih lanjut terkait model bisnis Genong *Farm* Madiun untuk mengembangkan usahanya dan bertahan ditengah persaingan usaha yang semakin ketat sehingga peneliti mengangkat judul “Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan *Business Model Canvas* di Genong *Farm* Madiun”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjelasan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana model bisnis yang dijalankan Perusahaan Genong *Farm* Madiun dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana strategi pengembangan bisnis pada Perusahaan Genong *Farm* Madiun dengan pendekatan *Business Model Canvas*?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui model bisnis yang dijalankan Perusahaan Genong *Farm Madiun* dengan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Untuk mengetahui strategi pengembangan bisnis pada Perusahaan Genong *Farm Madiun* dengan pendekatan *Business Model Canvas*.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Praktis

Manfaat praktis bagi peneliti adalah agar semua tahapan penelitian dan hasil yang diperoleh dapat mengimplementasikan pengetahuan yang telah didapatkan dari perkuliahan dan bermanfaat dalam pengembangan ilmu ekonomi yang berkaitan dengan strategi bisnis dan pengembangan strategi bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) pada Perusahaan Genong *Farm Madiun*.

##### 2. Manfaat Teoritis

###### a) Bagi Perusahaan Genong *Farm Madiun*

Hasil analisis ini dapat memberikan masukan kepada Perusahaan Genong *Farm Madiun* yang berkaitan dengan strategi bisnis dan strategi pengembangan bisnis dengan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC).

###### b) Bagi Para Pelaku Usaha Lainnya

Manfaat lainnya adalah agar penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi para pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang tepat mengenai kebijakan strategi bisnis, sehingga dapat dilakukan secara efektif dan efisien untuk kedepannya.