

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sebagai negara berkembang, sektor usaha Vulkanisir ban merupakan salah satu usaha yang pesat perkembangannya seiring dengan banyaknya perusahaan-perusahaan di bidang transportasi maka sektor usaha Vulkanisir ban sangat menguntungkan, tetapi di saat terjadinya pandemi covid 19 saat ini sangat mempengaruhi daya beli masyarakat dikarenakan roda perekonomian mengalami penurunan. Vulkanisir ban atau dikenal dengan retreading adalah proses remanufaktur yang bertujuan untuk menambah umur ban yang telah digunakan. Proses ini dilakukan dengan cara melapisi kembali ban yang telah aus digunakan dengan tapak baru. Dengan melakukan vulkanisir ban, casing ban yang telah digunakan dapat dipakai kembali hingga berulang kali sehingga menunda pembuangan sampah ban.

Saat ini usaha Vulkanisir ban tradisional atau Agen-Agen usaha Vulkanisir berskala kecil dianggap sudah tidak menarik lagi bagi kebanyakan masyarakat. penataan produk seadanya, tidak ada inovasi tiap produk yang dibuat dan masih melakukan pemasaran dari mulut ke mulut dan juga skill yang masih belum memadai hal ini yang menyebabkan Vulkanisir ban tradisional mengalami kendala dalam memenangkan kembali hati konsumen. jika usaha Vulkanisir ban tradisional atau Agen-Agen Vulkanisir berskala kecil tidak dapat melakukan penyesuaian dengan persaingan usaha yang sangat ketat saat ini, tidak menutup

kemungkinan usaha Vulkanisir ban tradisional atau Agen-Agen Vulkanisir berskala kecil akan mengalami gulung tikar dikarenakan tidak mampu mengimbangi persaingan usaha yang terjadi saat ini, salah satu hal yang harus kita tanamkan saat ini adalah bersikap optimis kemudian yakin mampu mengubah kelemahan dan ancaman persaingan usaha saat ini menjadi sebuah peluang dan potensi yang harus kita gali supaya kita memiliki keinginan untuk maju dan berkembang

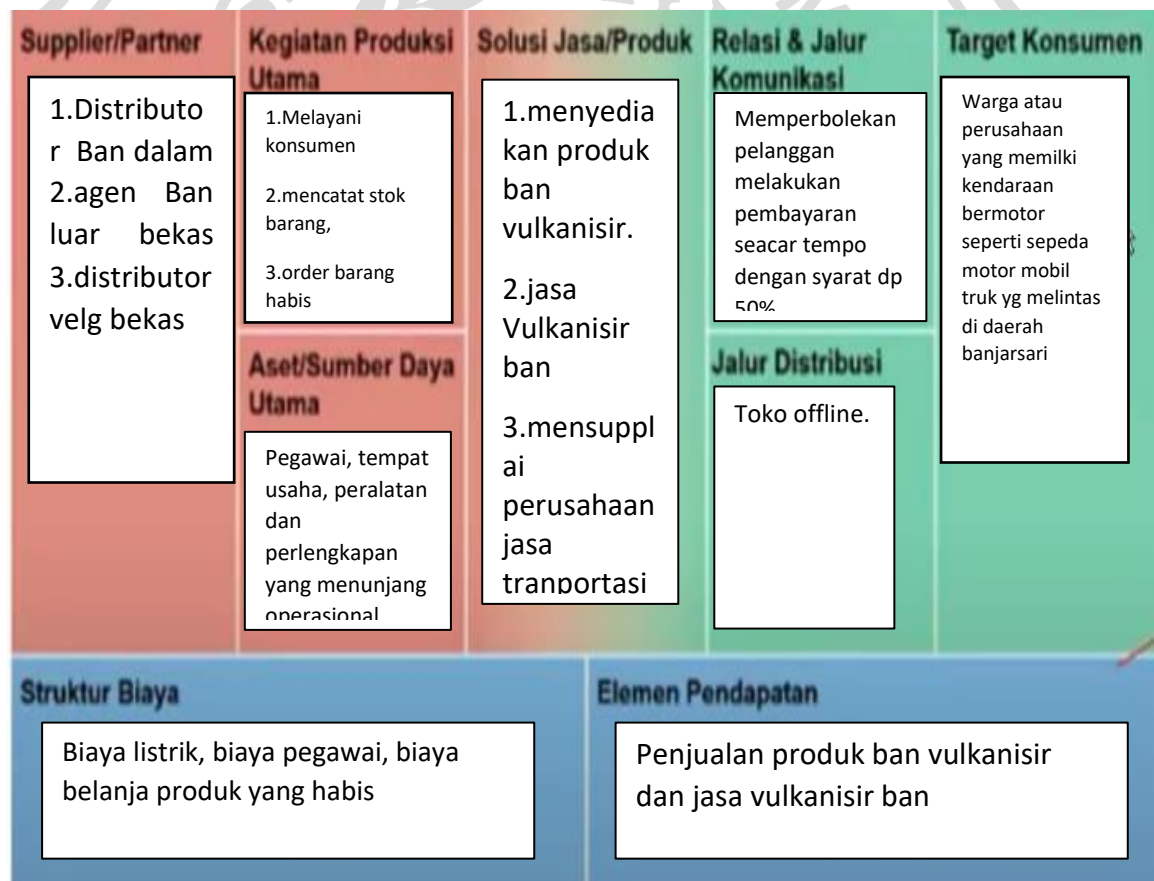
Usaha Vulkanisir ban tradisional pada umumnya masih menyediakan kebutuhan kendaraan secara terbatas dikarenakan omset yang masih cenderung rendah ketimbang Vulkanisir ban modern pembedanya adalah usaha Vulkanisir ban tradisional masih menggunakan alat-alat yang masih manual dan juga belum melakukan modernisasi ditambah lagi proses penjualan yang masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa vulkanisir dan sistem dagangnya masih tradisional seperti penggunaan teknologi yang sederhana dan pelayanan yang masih dilayani langsung oleh para pemilik usaha Vulkanisir ban atau Agen-Agen Vulkanisir berskala kecil. Sedangkan Vulkanisir ban modern atau perusahaan memiliki keunggulan kondisi fisik tempat yang memadai dan juga memiliki tata letak yang rapi dan juga memiliki kelengkapan alat-alat yang sudah modern berupa 1Mesin Boiler 2Mesin Kompresor 3Mesin Pemeriksaan Ban 4Mesin Buffing 5Mesin Repair 6Mesin Pembuatan Lem 7Mesin Tempat Pengeleman 8Mesin Building 9Mesin Outer Envelope 10Mesin Mesin Pemasangan Velg 11Chamber

Tekanan yang dirasakan para pengusaha Vulkanisir ban atau Agen-Agen Vulkanisir ban berskala kecil sangat besar karena selain tekanan dari kondisi fisik tempat Vulkanisir ban dan dampak pandemi Covid-19, para pengusaha Vulkanisir

ban tradisional dan Agen-Agen Vulkanisir ban menengah ini memiliki sumber daya yang kurang baik ,seperti contohnya perbedaan sumber daya manusia Vulkanisir ban modern dan tradisional ini sangat tertinggal jauh, belum lagi masalah keuangan, strategi usaha dan alur distribusi mereka masih tertinggal jauh.

Dalam penelitian ini peneliti akan membuat bisnis model canvas usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya untuk mengetahui bisnis model pada usaha tersebut. ini merupakan hasil wawancara peneliti dengan owner usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya.

Tabel 1.1 BMC Usaha Vulkanisir Ban Rahmad Jaya



Berikut penjelasan bisnis model canvas dari usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya:

1. Target konsumen dari usaha Vulkanisir ban Rahmad adalah warga yang memiliki kendaraan berupa sepeda motor mobil, truk dan kendaraan besar lainnya yang melintas di sekitar jalan raya banjarsari.
2. Produk / solusi jasa dalam usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya yaitu menyediakan produk ban Vulkanisir, jasa Vulkanisir ban, mensupply perusahaan jasa transportasi.
3. Jalur distribusi usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya yaitu secara offline.
4. Relasi dan jalur komunikasi dari usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya yaitu para pelanggan yang sering berlangganan di usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya mereka bisa melakukan pembayaran dengan cara mengangsur atau pembayaran secara tempo dengan syarat melakukan pembayaran minimal 50%.
5. Elemen pendapatan, pendapatan utama dari usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya adalah keuntungan penjualan produk ban Vulkanisir ban jasa Vulkanisir ban.
6. Supplier / partner, dalam membangun sebuah usaha tentunya tidak bisa dilakukan dengan sendiri, perlu adanya partner dan supplier untuk mendukung sebuah usaha tersebut agar berkembang. Para partner dan supplier dari usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya ini terdiri dari distributor dan agen dari berbagai macam produk sparepart dan berbagai macam produk ban seperti contoh distributor ban dalam, agen ban luar bekas atau persenan, dan juga distributor velg bekas dan baru.
7. Asset / sumber daya dari usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya yaitu pegawai, tempat usaha, produk – produk yang di jual serta perlengkapan dan

peralatan yang menunjang proses operasional usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya.

8. Kegiatan produksi, kegiatan operasional yang dilakukan setiap hari adalah memastikan model bisnis bekerja sebagaimana mestinya, melayani konsumen, mencatat barang yang sudah habis atau stoknya sudah menipis dan order barang baik itu dari partner atau supplier.
9. Struktur biaya, biaya yang harus dikeluarkan untuk mendapatkan penghasilan adalah biaya listrik, biaya pegawai dan biaya belanja produk – produk yang habis.

Dampak pandemi covid – 19 ini sangat berpengaruh terhadap berbagai sektor kehidupan. Diantaranya sektor usaha yang menjadi lesu disebabkan karena lemahnya daya beli masyarakat akibat pembatasan yang diberlakukan oleh pemerintah dalam mengatasi persebaran covid – 19. Oleh karena itu para pengusaha harus bijak dalam menentukan strategi agar usaha mereka tetap berjalan semestinya.

Pandemi COVID-19 memberikan implikasi ekonomi, sosial, dan politik tidak saja negara-negara besar akan tetapi hamper seluruh negara di dunia. Rasanya tidak ada satu negarapun yang tidak terdampak pandemic COVID-19 saat ini. Indonesia adalah salah satu negara yang terdampak terutama pada sisi ekonomi. Indonesia yang didominasi oleh Usaha Mikro, kecil, dan Menengah (UMKM) perlu memberikan perhatian khusus terhadap sektor ini karena kontribusi UMKM terhadap perekonomian nasional yang cukup besar. Tulisan pendek ini mencoba untuk menganalisa dampak pandemi COVID-19 terhadap eksistensi UMKM di

Indonesia dan bagaimana solusi darurat dalam membantu UKM bertahan dalam situasi pandemi COVID-19.

Pendapatan adalah seluruh penerimaan baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari – hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung (Suroto, 2000).

Pendapatan sangat berpengaruh bagi kelangsungan suatu usaha, semakin besar pendapatan yang diperoleh maka semakin besar kemampuan suatu usaha untuk membiayai segala pengeluaran dan kegiatan – kegiatan yang akan dilakukan. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu (Samuelson dan Nordhaus, 2013) Ada definisi lain mengenai pendapatan yaitu pendapatan dikatakan sebagai jumlah penghasilan yang diperoleh dari hasil pekerjaan dan biasanya pendapatan seseorang dihitung setiap tahun atau setiap bulan.

Customer relationship adalah strategi pemasaran terbaik dalam mempertahankan klien, konsumen, atau pelanggan yang telah ada dengan cara mengelolanya agar melakukan pembelian berulang, sehingga konsumen tidak akan lari ke kompetitor.

Pengelolaan konsumen yang telah ada dalam daftar pelanggan suatu perusahaan dipastikan harus selalu optimal. Semakin bertambah jumlah pelanggan

maka akan semakin baik untuk perkembangan bisnisnya. Hal tersebut merupakan salah satu ciri bahwa pengelolaan konsumen dalam suatu bisnis sudah efisien.

Persaingan dalam bisnis sangat kompetitif, maka dari itu sangat penting meluncurkan produk yang lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor agar dapat memuaskan pelanggan yang telah ada

Komunikasi bisnis terdiri dari dua suku kata, yakni komunikasi dan bisnis. Yang mana komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan sehari-hari dalam berumah tangga, di tempat pekerjaan, di pasar, dalam masyarakat atau dimanapun manusia berada. Tidak ada manusia yang tidak akan terlibat dalam komunikasi. Pengertian bisnis sendiri menurut Lawrence D.Brennan adalah “*a dynamic structure of interchanging ideas, feeling and cooperative efforts to get profit*”, suatu struktur yang dinamis dari pertukaran gagasan, perasaan dan usaha bersama untuk mendapatkan keuntungan. (Soeganda Priyatna Dan Elvinaro Ardianto – 2009)

Suatu bisnis hanya mungkin berlangsung jika ada dua orang atau lebih berinteraksi dan berkomunikasi. Bisnis dapat dilakukan seseorang, namun demikian pada umumnya bisnis dilakukan oleh suatu badan (organisasi), yakni bentuk kerjasama dua orang atau lebih untuk mencapai suatu tujuan tertentu.

Distribusi adalah suatu proses yang menunjukkan penyaluran barang yang dibuat dari produsen kepada konsumen. Distribusi berasal dari bahasa Inggris yakni *distribution* yang berarti penyaluran. Sedangkan kata dasarnya yaitu *distribute* yang berarti membagikan, menyalurkan, menyebarkan, dan mendistribusikan. Sedangkan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), distribusi adalah

penyaluran (pembagian, pengiriman) kepada beberapa orang atau beberapa tempat. Menurut para ekonomi klasik, distribusi merupakan alokasi nilai-nilai langka yang dikaitkan dengan pertukaran sosial. Nilai-nilai langka tersebut biasanya dihubungkan dengan tenaga kerja, kapital, tanah, teknologi, dan organisasi sehingga barang dan jasa juga bernilai langka. Sedangkan bagi sosiolog, distribusi adalah suatu perangkat hubungan sosial untuk mengalokasikan barang dan jasa yang dihasilkan. Distribusi juga menunjuk suatu proses alokasi dari produksi barang dan jasa sampai ke tangan konsumen atau proses konsumsi.

1.2 Perumusan Masalah

Dari uraian latar belakang, maka dapat diuraikan menjadi beberapa pokok permasalahan diantaranya yaitu:

1. Bagaimana dampak pandemi covid-19 terhadap bisnis Vulkanisir Ban Rahmad jaya
2. Bagaimana inovasi bisnis yang dilakukan bisnis Vulkanisir Ban Rahmad jaya untuk bertahan di masa pandemi covid – 19
3. Bagaimana bisnis model canvas pada bisnis Vulkanisir Ban Rahmad jaya

1.3 Tujuan penelitian

1. untuk mengetahui dampak pandemi terhadap usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya.
2. untuk mendeskripsikan strategi peningkatan pendapatan usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya di masa pandemi covid-19
3. untuk mengetahui bisnis model pada usaha Vulkanisir ban Rahmad jaya

1.4 Manfaat penelitian

1. manfaat ilmiah, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat untuk referensi penelitian berikutnya dan sebagai bahan informasi bagi pembaca.
2. manfaat praktis, hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi masyarakat untuk mengetahui melalui bisnis model canvas .
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi para pelaku usaha untuk meningkatkan usaha

