

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sejak tahun 1990-an bisnis bakso sangat berkembang pesat di segala daerah yang ada di Indonesia, salah satunya Banjarmasin, Kalimantan Selatan. Bisnis warung bakso, salah satu industri kecil yang bergerak dalam bidang pengolahan makanan cepat saji. Bisnis bakso merupakan salah satu usaha industrimakanan yang populer dan menjadi makanan favorit bagi sejumlah kalangan. Banyaknya pecinta bakso di Indonesia membuat celah dan bisnis bakso semakin berpeluang dan terbuka lebar. Prospek bisnis bakso dari tahun ke tahun sangat cemerlang dan berpotensi bagi siapa saja yang menekuni.

“Baksosip” salah satu UMK yang berada di Kota Banjarmasin berdiri sejak tahun 2003 sampai dengan sekarang, berjalan selama 20 tahun yang memiliki tujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia. Selain itu, tujuan dari “Baksosip” untuk membuat bakso yang lebih enak dan membuat orang-orang ingin kembali datang ke tempat, seperti namanya SIP (semua ingin puas) jadi ketika orang-orang yang belum menemukan bakso yang enak dan belum puas dalam rasanya maka “Baksosip” solusinya.

Dalam menjalankan bisnis, pelaku bisnis mempertahankan bisnisnya perlu menerapkan model bisnis untuk bisnis yang dijalankannya. *Business Model Canvas* (BMC) digunakan oleh owner “Bakso SIP” untuk membantu dan memahami aspek bisnis yang sedang berjalan, apa sistem pada bisnis tersebut perlu diubah atau ditambahkan. Proses BMC ini diaplikasikan oleh owner “Bakso SIP” sebagai identifikasi dan evaluasi untuk menjabarkan secara terperinci dari

hulu sampai hilir dan mengelompokkan bisnis yang sedang berjalan di perusahaan serta mencari solusi atas kendala-kendala yang dihadapi, hal ini untuk mempermudah menyelesaikan masalah sehingga memperoleh solusi atas kendala yang dihadapi.

<p>Key Partners</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Pasar Daging 2. Supplier tisu 3. Supplier Teh botol sosro 3. supplier saus tomat 	<p>Key Activities</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Pembelian bahan baku 2. Proses produksi manual 	<p>Value Proposition</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Bahan baku berkualitas 2. Harga lebih murah daripada kompetitor 	<p>Customer Relationships</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Transaksi langsung 	<p>Customer Segments</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. konsumen di desa Pekauman
<p>Key Resources</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Peralatan memasak 2. Tempat penjualan 3. Pegawai 		<p>Channels</p>  <p>Pembelian langsung melalui toko <i>offline</i></p>		
<p>Cost Structure</p>  <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya operasional 2. Biaya produksi 3. Biaya alat dan bahan 4. Gaji pegawai 5. Biaya sewa 			<p>Revenue Streams</p> <p>Penjualan Bakso</p> 	

Gambar 1. 1 “Bakso SIP” Business Model Canvas

Sumber: “Bakso SIP” (2022)

Adapun penjelasan dari tabel 1.1 bisnis model canvas diantaranya sebagai berikut:

1. *Customer segment* (segmen pelanggan): target pasar yang dibuat yaitu konsumen dari warga desa Pekauman.
2. *Customer relationship* (hubungan pelanggan): melakukan penjualan dengan konsumen secara transaksi langsung.
3. *Channels* (Saluran): pembelian langsung melalui gerai penjualan toko (*offline*).

4. *Value proposition* (Proposisi Nilai): bahan baku yang digunakan “Bakso SIP” merupakan bahan yang berkualitas, dengan bahan yang berkualitas dalam melakukan penjualan bakso dengan harga relative terjangkau.
5. *Key Activities* (aktivitas kunci): aktivitas yang dilakukan oleh owner dan karyawan “Bakso SIP” yakni membeli bahan berkualitas untuk membuat bakso dengan melakukan pembuatan bakso secara manual.
6. *Key Resources* (sumber daya utama): peralatan memasak, tempat penjualan, para pegawai
7. *Key Partnership* (kemitraan utama): supplier bahan baku
8. *Cost Structure* (struktur biaya): biaya alat dan bahan, biaya operasional, biaya produksi, biaya tenaga kerja, biaya transportasi
9. *Revenue Streams* (Arus pendapatan): pendapatan penjualan “Baksosip” dari toko *offline*

Kondisi persaingan pasar yang semakin ketat, hal ini terjadi pada semua bisnis termasuk bisnis bakso. Setiap pelaku usaha harus mampu mempertahankan dan mengembangkan bisnis sehingga pelaku bisnis harus memperhatikan dan melakukan inovasi bisnis untuk mempertahankan pelanggan dan mempertahankan bisnis yang dijalankan. Inovasi merupakan kunci bagi pelaku bisnis dalam mempertahankan bisnis yang dijalankan. Era teknologi 4.0 ini memudahkan segala jenis kegiatan manusia, dimana semua kegiatan aktivitas terbantu dengan teknologi yang ada saat ini. Era milenium, dimana pasar penjualan bergerak ke pasar pembeli karena adanya pergeseran pasar dari lokal dan regional ke pasar global sehingga inovasi penting dan menentukan untuk mempertahankan bisnis

yang dijalankan dan melihat persaingan untuk memenagkannya apabila tidak memiliki inovasi pada bisnis maka akan tertinggal dan kalah dengan pesaing.

Kemampuan berinovasi adalah inti yang dibutuhkan dalam persaingan bisnis sekarang ini. Inovasi digunakan bukan hanya untuk mampu bersaing dan tumbuh, tetapi terlebih lagi adalah untuk bertahan hidup dalam persaingan global maka dari itu setiap bisnis perlu berinovasi sebagaimana jargon terkemuka “Inovasi atau Mati” menurut Nasution & Kartajaya, (2018)

Bisnis yang bertahan dan berkelanjutan dambaan bagi setiap perusahaan, tetapi sampai sekarang pelaku bisnis masih memiliki dominasi pemikiran jangka pendek yang hanya berfokus hanya pada pendapatan saja. Pemikiran semacam ini perlu diubah mengingat tingkat persaingan bisnis dan faktor kompetisi semakin tinggi. Apalagi di era milenium saat ini dimana teknologi berubah dengan cepat, tetapi masih banyak pelaku bisnis yang mengabaikan pemikiran jangka panjang. Maka dari itu pelaku bisnis perlu melakukan inovasi terhadap bisnis yang dijalankan demi keberlanjutan bisnis yang dijalankan.

Dalam mendirikan sebuah bisnis memiliki potensi dan resiko yang dihadapi oleh pelaku bisnis maka diperlukan inovasi yang memanfaatkan teknologi yakni *e-commerce*. *E-commerce* layanan pesan makanan *online* yang menguntungkan bagi semua pihak termasuk pelaku UMK ataupun pengguna *e-commerce*. *E-commerce* merupakan aspek penting yang bisa dikembangkan dalam rangka menunjang produk, dari produk di produksi sampai di pasarkan dan produk tersebut sampai kepada konsumen. Sebagai pelaku bisnis perlu memperhatikan pesaing dan trend yang ada sehingga tidak tertinggal jauh dengan pesaing. Melihat perkembangan teknologi *e-commerce* perkembangan yang pesat

seperti survey pada Graha Nurdian (2022) menunjukkan dorongan konsumen dalam melakukan pembelian secara *online*.



Gambar 1. 2 Pendorong Pembelian *Online*

Sumber: Graha Nurdian (2022)

Adanya pasar *e-commerce* telah menciptakan peluang pasar yang meluas dan berpeluang besar bagi UMK. Pada tahun 2003-2021 “Bakso SIP” dalam penjualannya dilakukan hanya melalui toko *offline* saja, kemudian bergabung dengan aplikasi *e-commerce* Gofood tahun 2020, “Grabfood” dan Shopee food tahun 2022. *E-commerce* membantu pihak penjual karena bisa menjadi sarana promosi sehingga lebih mudah dijangkau oleh calon konsumen. Penawaran promo yang ditawarkan sangat menarik sehingga membuat konsumen lebih tertarik membeli melalui *e-commerce* daripada datang langsung ketempat. Calon konsumen yang akan melakukan pembelian bisa melihat rating penjualan sebelum melakukan pembelian. Rating penjualan merupakan penilaian kepuasan dari pelanggan setelah membeli produk pada toko. Penawaran yang diadakan oleh

e-commerce membuat penjualan UMK meningkat daripada penjualan melalui toko *offline*.

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu, terdapat hasil pendapatan yang maksimal yang bisa dilihat dari ramainya pengunjung yang mengunjungi untuk datang dan adanya platform *e-commerce* membantu Usaha yang didirikan oleh Pak Jamal yang bisa dilihat dari banyak konsumen *online* seperti “Grabfood” dan lain-lainnya. Fatah, Sahirul (2021)

Hasil wawancara penelitian dengan owner “Bakso SIP” mengatakan bahwa menggunakan *bisnis model kanvas dan menerapkan ten types of innovation* memudahkan “Baksosip” dalam menganalisa usaha dan para pesaing sehingga bisa memahami cara untuk bertahan di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat. Mengikuti perkembangan teknologi dengan bergabung melalui aplikasi *e-commerce* yang biasanya hanya mendapatkan pendapatan dalam penjualan *offline* saja sekarang bisa mendapatkan pendapatan tambahan melalui aplikasi *e-commerce*. Alasan peneliti memilih tempat di “Bakso SIP” Jalan 9 Oktober RT02 Rw 12 Pekauman, Banjarmasin Selatan, Kota Banjarmasin, Kalimantan Selatan adalah ingin mengetahui bagaimana penerapan inovasi bisnis yang dilakukan oleh “Bakso SIP” di Kota Banjarmasin. Berdasarkan latar belakang di atas, oleh karena itu peneliti tertarik untuk mengangkat judul “REMODELING BUSINESS MELALUI TEN TYPES OF INNOVATION DI “BAKSO SIP” KOTA BANJARMASIN”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana penerapan inovasi bisnis yang dilakukan oleh “Bakso SIP”?

2. Bagaimana *remodeling business model canvas* setelah menerapkan inovasi bisnis pada “Bakso SIP”?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian tersebut, maka tujuan peneliti ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengidentifikasi penerapan inovasi bisnis yang dilakukan oleh “Bakso SIP” di kota Banjarmasin.
2. Untuk mengidentifikasi *remodeling business model canvas* setelah menerapkan inovasi bisnis pada “Bakso SIP”.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Dalam Penelitian ini penulis berharap penelitian dapat bermanfaat untuk digunakan sebagai informasi serta bahan rujukan bagi peneliti yang akan datang dengan mengangkat masalah penelitian yang sama. Selain itu, hasil penelitian dapat dijadikan referensi bagi pengusaha atau pelaku UMK yang ingin mengetahui dampak dari *e-commerce* “Grabfood” ataupun menyusun strategi baru dalam bisnis yang dijalankan.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat bermanfaat bagi peneliti sebagai sarana aktualisasi diri untuk mengaplikasikan teori yang telah diperoleh di bangku perkuliahan