

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Gresik menyatakan, Usaha IMK di Kabupaten Gresik mayoritas dikelola oleh pengusaha berusia antara 45 s.d. 64 tahun yaitu sebanyak 11.902 pengusaha atau sekitar 61,51 persen. Mayoritas tingkat pendidikan pengusaha yang ada di Kabupaten Gresik yaitu tamatan SMA sebanyak 6.697 pengusaha atau sebesar 34,61 persen (Asiva Noor Rachmayani, 2022).

Proses industrialisasi harus mengikuti perubahan sosial dan perkembangan ekonomi yang berkaitan dengan inovasi teknologi. Pemanfaatan teknologi digital merupakan tuntutan di era revolusi industri 4.0. Namun realita industri masih jauh dari harapan tersebut khususnya di Industri Mikro dan Kecil (IMK). IMK sebagai usaha padat karya mampu menyerap tenaga kerja sebanyak 9,2 juta orang di tahun 2021, akan tetapi secara umum daya saingnya masih relatif rendah (Asiva Noor Rachmayani, 2022).

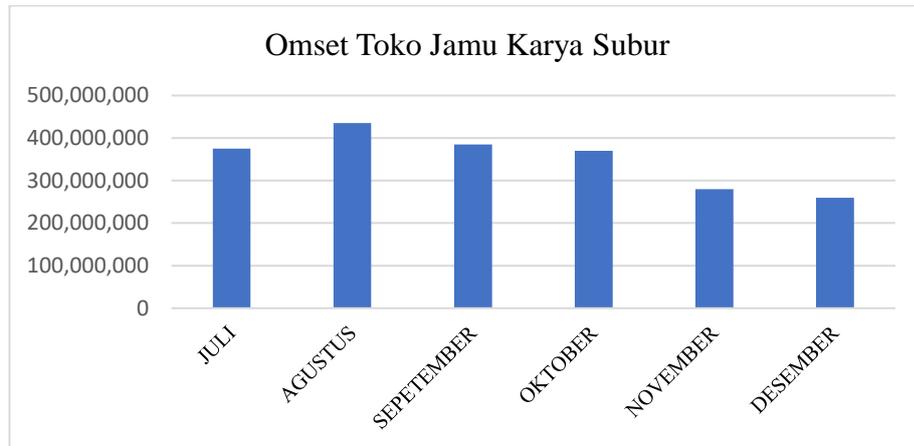
Seiring dengan berjalannya zaman yang moderen, perencanaan dan pengembangan bisnis menjadi kunci penting dalam menata bisnis dengan baik. Perencanaan bisnis juga mendekatkan aspek yang menarik untuk disesuaikan dengan perkembangan pasar dan teknologi. Saat keinginan konsumen semakin bervariasi, pengusaha disarankan untuk meninjau kembali model bisnis yang mereka miliki dan menerapkan strategi yang tepat untuk menjaga kelangsungan bisnis mereka (Firdiana Nur Auliya & Sonja Andarini, 2024). Menurut pandangan manusia, perkembangan zaman tergambar dari kemampuan untuk berpikir dan bertindak secara mandiri serta tangguh dalam menghadapi berbagai tantangan dan

hambatan yang muncul dalam kehidupan. Semua hal tersebut memerlukan dukungan dari kreativitas dan tindakan inovatif. Kondisi tersebut bukan sekadar situasi yang mengarahkan seseorang untuk mengikuti aturan hidup, melainkan sebuah kewajiban penting yang harus diterapkan bagi mereka yang ingin sukses secara pribadi (Ismanto, 2023).

Dunia persaingan usaha telah berdampak pada sistem kehidupan masyarakat di Indonesia (Fadli et al., 2023). Agar dapat bersaing di dunia usaha yang kompetitif ini, pelaku usaha perlu strategi dan perencanaan bisnis yang matang. Dengan demikian, diharapkan para pelaku IMK dapat sukses dalam mengelola usahanya di masa depan (Fadli et al., 2023).

Toko Jamu Karya Subur merupakan sebuah Industri Mikro dan Kecil (IMK) yang mendirikan Toko dalam bidang jamu tradisional yang telah berdiri sejak tahun 2002. Toko ini tidak hanya menjual jamu buatan sendiri, tetapi juga menjual berbagai macam produk herbal dari daerah lain di Indonesia. Pada tahun 2003, generasi kedua dari keluarga, yaitu anak-anak Bapak Rasim mulai terlibat dalam pengelolaan toko. Mereka membawa inovasi dengan memperkenalkan sistem pengemasan yang lebih modern dan higienis serta memperluas jenis produk yang dijual. Selain jamu tradisional, mereka juga mulai menjual suplemen herbal modern dan produk kesehatan lainnya.

Tabel 1. 1 Omset Toko Jamur Karya Subur



Sumber : Pemilik Toko Jamur Karya Subur

Berdasarkan observasi dan wawancara pada pemilik Toko Jamur Karya Subur ditemukan permasalahan yaitu Toko Jamur Karya Subur berencana membuka cabang baru., terbatasnya jangkauan informasi toko ke *customer*, karena hanya memanfaatkan promosi *word of mouth*, sehingga informasi mengenai keberadaan dan produk yang ditawarkan oleh Toko Jamur Karya Subur kurang diketahui oleh masyarakat luas, terutama oleh mereka yang tinggal di luar daerah Gresik. Selain itu, untuk pelanggan yang berada jauh dari lokasi toko, Toko Jamur Karya Subur belum menyediakan layanan penjualan secara *online*, seperti layanan pesan antar melalui aplikasi atau situs belanja *online*.

Adanya permasalahan diatas penerapan *Business Model Canvas (BMC)*, *Business Model Canvas (BMC)* merupakan cara untuk menggambarkan, menilai, dan menyesuaikan model bisnis serta merangkum rencana perusahaan dalam menawarkan nilai kembali kepada pelanggan dengan cara yang bermanfaat menggunakan sumber daya internal dan mitra. Secara umum, *Business Model Canvas* digunakan untuk memberikan panduan dalam merencanakan atau

mengoptimalkan bisnis yang ingin atau sudah berjalan, sehingga bisnis tersebut dapat memiliki konsep yang jelas dan terstruktur lebih baik (Purinita, 2021).

Pendekatan *Business Model Canvas* sangat diperlukan untuk mengatasi permasalahan yang ada di Toko jamu Karya Subur, khususnya pada tiga elemen penting yaitu *key partners* adalah pihak-pihak atau entitas lain yang bekerja sama dengan perusahaan dalam rangka mencapai tujuan bisnis yang telah ditetapkan., *customer relationship* adalah cara sebuah bisnis membangun, menjaga, dan meningkatkan hubungan dengan pelanggannya. Hubungan ini mencakup semua interaksi yang dilakukan antara bisnis dan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan tujuan menciptakan kepuasan, loyalitas, dan kepercayaan pelanggan., *channels* adalah jalur atau media yang digunakan perusahaan untuk menjangkau pelanggan dan menyampaikan produk atau layanan kepada mereka. Untuk mengetahui *key partners*, *customer relationship*, *channels* yang ada di Toko Jamu Karya Subur, berhasil atau tidaknya Toko Jamu Karya Subur Ini, dengan melihat informasi yang telah disampaikan, saya merasa tertarik untuk menjalankan penelitian yang berjudul. “MODEL BISNIS TOKO JAMU KARYA SUBUR”

1.2 Rumusan Masalah

Berikut ini merupakan beberapa rumusan masalah yang didapatkan berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya:

1. Bagaimana *Key Partner* Toko Jamu Karya Subur dalam *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana *Channel* Toko Jamu Karya Subur dalam *Business Model Canvas*?
3. Bagaimana *Customer Relationship* Toko Jamu Karya Subur dalam *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian dilakukan adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui *Key partner* Toko Jamu Karya Subur dalam *Business Model Canvas*
2. Mengetahui *Channel* Toko Jamu Karya Subur dalam *Business Model Canvas*
3. Mengetahui *Customer Relationship* Toko Jamu Karya Subur dalam *Business Model Canvas*

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan pemaparan mengenai rumusan masalah dan tujuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memiliki potensi untuk digunakan sebagai :

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan arahan untuk penelitian berikutnya dan memberikan manfaat yang berarti bagi para pengusaha yang mengalami kesulitan sejenis.

2. Manfaat Praktisi

Diharapkan penelitian ini dapat membantu penulis menerapkan teori yang dipelajari selama kuliah ke dalam kehidupan masyarakat lebih luas.

1.5 Kesenjangan Fenomena

Pada penelitian sebelumnya “Analisis *Business Model Canvas* Pada Usaha Kuliner 21ST *Century Sandwich*” oleh Ni Kadek Indah Oktavia Murnuadi, Dkk, 2024, mengarah pada bisnis kuliner 21ST *Century Sandwich*. Penelitian tersebut telah berhasil mengidentifikasi dan menerapkan beberapa elemen *Business Model Canvas* (BMC), seperti fokus pada elemen *customer segment*, *customer relationship*, *channel*, *key activities*, *key partnership*, dan *cost structure* yang

efektif dalam meningkatkan strategi bisnis *21ST Century Sandwich* yang lebih optimal. Hasil dari penelitian ini memberikan wawasan berharga tentang bagaimana analisis *business model canvas* dapat menciptakan strategi bisnis *21ST century sandwich* yang lebih baik. Pada penelitian “ Analisis *Chanel, Customer Relationship, Key Partners* Toko Jamu Karya Subur”, fokus utamanya pada usaha toko jamu tradisional. Penelitian ini menggunakan penerapan beberapa elemen *Business Model Canvas* (BMC) yang fokus pada elemen *Chanel, Customer Relationship, Key Partners*. Tujuan penelitian ini untuk mengkaji bagaimana beberapa elemen BMC yang diterapkan dapat dioptimalkan untuk menginovasi Toko Jamu Karya Subur.

