

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang dari penelitian yang akan dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif merupakan salah satu usaha yang dikategorikan sebagai Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Menurut Departemen Perdagangan RI (2008), Industri Kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, ketrampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan dan lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan memberdayakan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut. Terdapat 16 sektor industri kreatif yaitu periklanan, kerajinan, arsitektur, desain, pasar seni dan barang antik, *fashion* (model), film dan fotografi, permainan interaktif, seni pertunjukan, penerbitan dan percetakan, layanan, komputer dan piranti lunak, musik, radio dan televisi, desain komunikasi visual, periklanan, dan riset dan pengembangan. Sektor ekonomi kreatif yang masuk dalam subsektor unggulan adalah kriya, kuliner, dan *fashion*. Usaha pada bidang kriya, kuliner, dan *fashion* di Sumatera Barat berkembang secara besar-besaran. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data jumlah unit usaha Industri Mikro Kecil (IMK) Sumatera Barat pada tahun 2019 yang disajikan dalam **Tabel 1.1** di bawah ini.

Tabel 1.1 Jumlah Usaha/Perusahaan IMK Kelompok Industri di Provinsi Sumatera Barat 2019

Jenis Industri	Jumlah Usaha (ribu)
Industri Makanan	45,26
Industri Minuman	2,5
Industri Tekstil	15,4
Industri Pakaian Jadi	17,7

Tabel 1.1 Jumlah Usaha/Perusahaan IMK Kelompok Industri di Provinsi Sumatera Barat 2019 (Lanjutan)

Jenis Industri	Jumlah Usaha (ribu)
Industri Kulit, Barang dari Kulit dan Alas Kaki	0,9
Industri Kayu, Barang dari Kayu dan Gabus (tidak termasuk furnitur), Barang Anyaman dari Rotan, Bambu dan sejenisnya	7,8
Industri Percetakan dan Reproduksi Media Rekama	1,06
Industri Barang Galian Bukan Logam	3,49
Industri Barang Logam bukan Mesin dan Peralatannya	2,47
Industri Furnitur	2,36
Industri Pengolahan Lainnya	1,06
Lainnya	0,7

Sumber: (Diana, 2021)

Berdasarkan **Tabel 1.1** di atas, Industri makanan berada di posisi pertama dengan jumlah usaha terbanyak, yaitu 45,26 ribu. Industri *fashion* yang terdiri dari industri tekstil dan pakaian jadi menjadi usaha terbesar nomor dua dan tiga di Sumatera Barat yaitu sebanyak 17,7 ribu dan 15,4 ribu usaha. Usaha di bidang *fashion* yang berasal dari industri tekstil terdiri dari batik, tenun, songket, sulam, perca, sablon, jahit tindas, dan makrame (Prabandari, 2021).

Rumah Batik Tulis Salingka Tabek merupakan salah satu industri kreatif di Sumatra Barat yang bergerak pada bidang produksi, dagang serta pelatihan batik tulis. Usaha ini didirikan oleh Bapak Yusrizal pada 3 Agustus 2017. Usaha ini berlokasi di Korong Banda Rabuk Jorong Bawah Duku Nagari Koto Baru Kec. Kubung Kab. Solok Sumatera Barat. Rumah Batik Tulis Salingka Tabek didirikan oleh Bapak Yusrizal sebagai usaha utamanya. Usaha ini berasal dari kekaguman pendiri terhadap batik yang dilihatnya saat menghadiri suatu acara, dan setelah mengetahui biaya yang dikeluarkan oleh penyelenggara acara untuk membeli batik tersebut, muncul inspirasi beliau untuk membuat usaha batik ini. Nama Salingka Tabek memiliki arti dan makna yang luas dan besar, “Salingka” itu sendiri artinya “Sekeliling” sementara “Tabek” merupakan sebuah kolam, “Salingka Tabek” memiliki makna yang besar atas dasar sebuah perjuangan hidup orang tua yang bekerja sebagai peternak ikan.

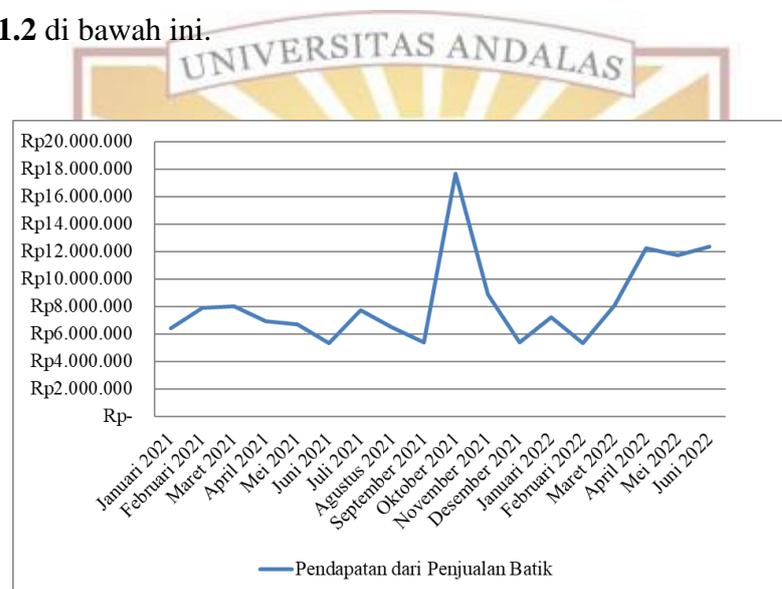
Usaha Rumah Batik Tulis Salingka Tabek telah mendapatkan beberapa perizinan yang memperkuat posisi usaha seperti Surat Izin Usaha Perdagangan, Tanda Daftar Perusahaan, dan SK Bupati Solok. Usaha Rumah Batik Tulis Salingka Tabek ini juga pernah mengikuti beberapa pameran seperti Bengkulu Expo 2018, INACRAFT 2019 di Jakarta, dan lain sebagainya. Rumah Batik Tulis Salingka Tabek menghasilkan produk berupa bahan baju, lap tangan, alas meja, syal, *merchandise*. Contoh dari produk yang dihasilkan oleh Rumah Batik Tulis Salingka Tabek dapat dilihat pada **Gambar 1.1** di bawah ini.



Gambar 1.1 Produk Rumah Batik Tulis Salingka Tabek

Model bisnis merupakan metode yang digunakan perusahaan untuk menjalankan bisnisnya, yang membuat perusahaan dapat bertahan (Wheelen et al., 2015). Terdapat 6 elemen yang menggambarkan model bisnis (Morris et al., 2005). Namun penggambaran model bisnis ini dapat dijabarkan lebih lengkap melalui 9 elemen yang terdiri dari proposisi nilai, aliran dana, struktur biaya, sumber daya utama, kegiatan utama, mitra bisnis utama, segmentasi pelanggan, saluran, dan hubungan pelanggan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Proposisi nilai merupakan suatu rangkaian produk yang menciptakan nilai tambah (Osterwalder & Pigneur, 2010), nilai tambah yang dimiliki oleh Rumah Batik Salingka Tabek terletak pada motif uniknya yang didesain sendiri oleh pemilik, dengan dilukiskan pada bahan yang bagus akan menghasilkan produk yang berkualitas. Namun masih banyak calon pelanggan yang tidak mengetahui bahwa motif pada kain batik merupakan

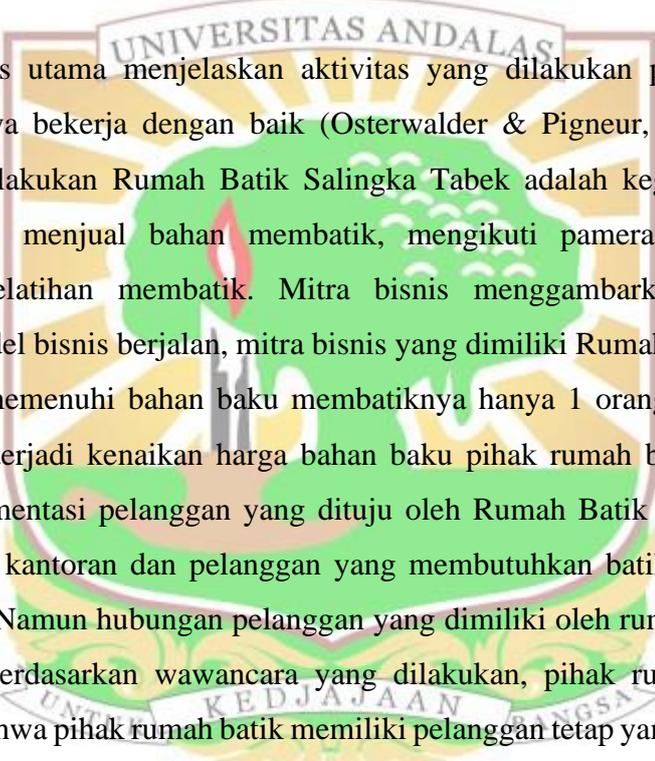
motif yang didesain sendiri. Aliran dana pendapatan mendeskripsikan aliran kas yang didapatkan oleh perusahaan (Osterwalder & Pigneur, 2010), aliran pendapatan Rumah Batik Salingka Tabek berasal dari penjualan batik serta penjualan bahan baku membuat batik. Harga yang ditawarkan oleh Rumah Batik Tulis Salingka Tabek untuk produknya berkisar Rp.200.000,00-, sampai dengan Rp.1.000.000,00-, per potongnya. Dalam menentukan harga produk, Rumah Batik Salingka Tabek hanya memperhatikan kualitas bahan dan rumitnya pengerjaan motif, dan tidak memperhatikan harga yang ditawarkan pesaing. Data pendapatan usaha dari kegiatan penjualan kain batik Rumah Batik Salingka Tabek dapat dilihat pada **Gambar 1.2** di bawah ini.



Gambar 1.2 Data Pendapatan dari Penjualan Batik di Rumah Batik Tulis Salingka Tabek

Berdasarkan **Gambar 1.2** dapat dilihat bahwa pendapatan dari penjualan batik di Rumah Batik Tulis Salingka Tabek sudah stabil, peningkatan yang cukup besar yang terjadi dibulan Oktober 2021 dan April 2022 dikarenakan proyek-proyek atau pesanan dalam jumlah besar yang dikerjakan oleh rumah batik ini selesai pada bulan tersebut sehingga pendapatan yang besar ini termasuk ke dalam bulan penyelesaian proyek. Struktur biaya mendeskripsikan semua biaya yang terjadi untuk menjalankan model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2010), struktur biaya yang dimiliki oleh Rumah Batik Salingka Tabek cukup bermasalah, hal ini dikarenakan pada biaya gaji karyawan dan biaya bahan baku yang tidak dapat diprediksi. Aset yang berupa sumber daya yang dimiliki oleh Rumah Batik Salingka

Tabek terdiri dari sumber daya manusia, dan sumber daya fisik. Tenaga kerja yang dimiliki oleh Rumah Batik Salingka Tabek berjumlah 15 orang, namun memiliki jam kerja yang tidak teratur, hal ini menyebabkan biaya gaji karyawan tidak dapat diprediksi. Selain dari gaji karyawan, biaya bahan baku dan operasional juga tidak dapat diprediksi. Hal ini tentu saja menjadi kendala bagi perusahaan. Selain itu, berdasarkan wawancara yang telah dilakukan pihak rumah batik mengatakan bahwa mereka kewalahan apabila terjadi pemesanan produk yang banyak. Kegiatan produksi membutuhkan waktu yang cukup lama karena skill yang dimiliki karyawan masih belum memadai untuk melakukan kegiatan produksi dengan cepat.



Aktifitas utama menjelaskan aktivitas yang dilakukan perusahaan agar model bisnisnya bekerja dengan baik (Osterwalder & Pigneur, 2010), aktifitas utama yang dilakukan Rumah Batik Salingka Tabek adalah kegiatan produksi, menjual batik, menjual bahan membatik, mengikuti pameran dan menjadi narasumber pelatihan membatik. Mitra bisnis menggambarkan mitra yang membantu model bisnis berjalan, mitra bisnis yang dimiliki Rumah Batik Salingka Tabek untuk memenuhi bahan baku membatiknya hanya 1 orang pemasok saja, sehingga saat terjadi kenaikan harga bahan baku pihak rumah batik mengalami kesulitan. Segmentasi pelanggan yang dituju oleh Rumah Batik Salingka Tabek adalah pekerja kantoran dan pelanggan yang membutuhkan batik tulis di acara-acara tertentu. Namun hubungan pelanggan yang dimiliki oleh rumah batik dinilai belum kuat. Berdasarkan wawancara yang dilakukan, pihak rumah batik tulis mengatakan bahwa pihak rumah batik memiliki pelanggan tetap yang masih sedikit. Dalam menjaga hubungan pelanggan, pihak rumah batik menyediakan kolom saran dan kritik pada buku tamu yang berkunjung ke Rumah Batik Tulis Salingka Tabek. Selanjutnya saluran yang digunakan terdiri dari saluran penjualan dan promosi. Penjualan dilakukan dengan mendatangi gerai rumah batik dan melalui media sosial. Promosi dilakukan melalui media sosial dan mengikuti pameran.

Saat ini Rumah Batik Tulis Salingka Tabek memiliki target atau rencana jangka pendek untuk membuat suatu galeri batik yang berada di tepi jalan, sehingga perlu dilakukan produksi sebanyak-banyaknya serta perencanaan yang matang,

selain itu rumah batik memiliki visi berupa menjadikan Rumah Batik Tulis Salingka Tabek sebagai ikon atau wisata kampung batik. Untuk mewujudkan target dan visi yang dimiliki oleh rumah batik diperlukan strategi dan model bisnis yang tepat. Model bisnis yang dimiliki rumah batik hanya dipikirkan dan belum didokumentasikan berdasarkan pendekatan apapun, sehingga perlu diidentifikasi model bisnisnya serta perlu dievaluasi, diperbaiki, dan digambarkan bagaimana bisnis ini berjalan dalam sebuah canvas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya maka dapat dirumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu bagaimana model bisnis pada Rumah Batik Tulis Salingka Tabek dalam upaya mengembangkan bisnisnya.

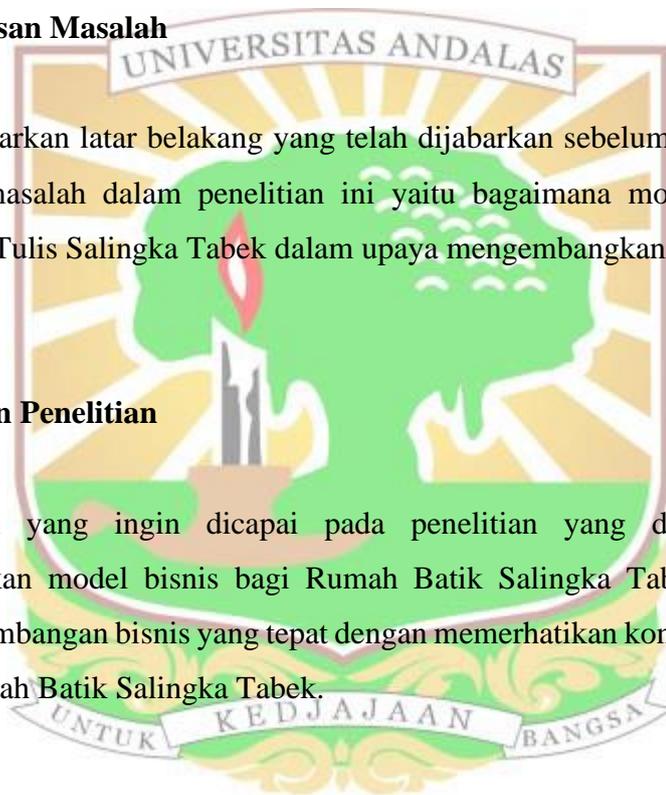
1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai pada penelitian yang dilakukan untuk mengembangkan model bisnis bagi Rumah Batik Salingka Tabek berdasarkan strategi pengembangan bisnis yang tepat dengan memerhatikan kondisi internal dan eksternal Rumah Batik Salingka Tabek.

1.4 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang terdapat pada penelitian ini yaitu:

1. Data historis yang digunakan yaitu sejak Januari 2021 sampai sekarang.
2. Penelitian ini dilakukan tidak sampai pada tahap implementasi.



1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan penelitian yang akan dilakukan ini dibagi menjadi enam bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang dari penelitian yang akan dilakukan, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, serta sistematika penulisan dari penelitian ini.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori-teori yang berkaitan tentang penelitian yang terdiri dari industri kreatif, manajemen strategi, *Business Model Canvas* (BMC), Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE), Matriks *External Factor Evaluation* (EFE), *Strengths Threats Opportunities Weaknesses* (SWOT), dan *Quantitative Strategics Planning Matrix* (QSPM).

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang langkah-langkah atau tahapan penelitian secara sistematis yang dilakukan sejak mulai dari awal sampai akhir proses pembuatan tugas akhir ini.

BAB IV PERANCANGAN BISNIS MODEL

Bab ini berisikan pengolahan data dalam menghasilkan model bisnis. Pengolahan data yang dilakukan terdiri dari pemetaan model bisnis saat ini, evaluasi model bisnis saat ini, dan penggambaran model bisnis baru.

BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan diskusi dan pembahasan terhadap hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan saran yang diberikan untuk penelitian berikutnya.