

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Penelitian**

Persaingan bisnis yang sangat tajam seperti yang terjadi pada saat ini merupakan sebuah tantangan bagi setiap pengusaha untuk tetap berada dalam persaingan usaha. Para pengusaha pastinya mengharapkan agar hasil penjualan dapat meningkat, dengan berbagai cara yang digunakan dan inovasi – inovasi yang terus dikembangkan. Perusahaan yang tidak dapat memenuhi selera konsumen praktis akan mengalami penurunan volume penjualan. Jika perusahaan tersebut tahun demi tahun mengalami kemunduran, maka sudah dipastikan perusahaan tersebut akan gulung tikar. Misalnya, dengan semakin banyaknya pesaing usaha maka persaingan dalam jenis yang sama sebaiknya mempunyai spesifikasi produk yang unggul.

Bisnis juga merupakan perihal penting bagi masyarakat. Setiap orang berkeinginan memiliki bisnis sendiri, dilihat dari majunya dunia bisnis saat ini maka dapat dikatakan bahwa bisnis dapat membantu untuk meningkatkan taraf hidup. Namun dalam memulai usaha baru selain menyiapkan modal awal, seseorang juga harus mengetahui bagaimana model usaha yang akan dijalankan. Model ini membahas tentang bagaimana bisnis itu dijalankan, apa yang akan dijalankan, konsumen manakah yang akan menjadi target pasar, serta masih banyak lagi yang harus dilakukan dalam menjalankan sebuah bisnis. Tujuan utama dijalanannya sebuah bisnis tersebut dapat tercapai dengan baik apabila model bisnis yang digunakan dapat dipikirkan secara matang.

Persaingan yang semakin luas menyebabkan harus adanya model bisnis yang dapat membuat usaha tetap terus berkembang. Supaya berhasil, para pengusaha harus melakukan tugas yang harus melebihi pesaing dalam konteks memuaskan konsumen agar tingkat penjualan dapat meningkat. Model bisnis haruslah disesuaikan menurut kebutuhan konsumen maupun kebutuhan usaha agar dapat tetap bersaing dan tidak terkalahkan oleh pebisnis yang sejenis. Merancang model bisnis yang kompetitif dimulai dengan melakukan analisis terhadap kebutuhan yang diperlukan dalam memulai sebuah bisnis termasuk melihat fakta di lapangan sehingga model yang ditetapkan dapat berhasil. Demikian juga dalam pemasaran dibutuhkan suatu model bisnis yang sesuai, terlebih lagi dalam dunia bisnis yang penuh persaingan, maka model bisnis sangat penting sebagai rancangan awal dalam memuali sebuah bisnis yang baru kemudian dapat meningkatkan penjualan.

Menurut Osterwalder (2009 : 88) Model bisnis modern biasa disebut dengan *Business Model Canvas* dapat dikatakan sebagai penggambaran dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi atau pelaku bisnis menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Maka dari itu, sebuah model bisnis sangat penting untuk mendapatkan perencanaan kedepannya dengan memperlihatkan hubungan antar komponen dalam bisnis, membantu dalam uji coba pasar atau segmen dan beberapa asumsi yang digunakan saat mengembangkan bisnis nantinya, dan menguji konsistensi dari beberapa komponen bisnis yang saling berkaitan atau berhubungan. *Business Model Canvas* atau Kanvas Model Bisnis merupakan sebuah tools atau alat yang umum digunakan pada dunia bisnis di luar sana. Banyak perusahaan besar yang menggunakan *Business Model Canvas* atau kanvas Model Bisnis ini untuk

merancang bisnis model dan menjadi salah satu dasar dalam merumuskan strategi bisnisnya.

Penjelasan yang terkait tentang *Business Model Canvas* dapat membantu merancang kegiatan bisnis yang akan dimulai agar dapat meningkatkan penjualan. *Business Model Canvas* dapat dikatakan sebuah proses langkah awal para pebisnis untuk memulai bisnisnya. Para pebisnis diharapkan untuk merancang susunan awal dalam membuka usaha, agar usaha yang dilakukan dapat tercapai target pasar dan dapat meningkatkan tingkat penjualan.

Menurut Kastle (2012) terdapat beberapa model bisnis yang berkembang seperti model bisnis *Value Networks from Verna Allee*, model bisnis Henry Chesbrough, model bisnis *Strategy Diamond*, model bisnis Patrick Staehler, model bisnis Canvas, model bisnis *Long Range Planning*, model bisnis *Seizing The White Space*, dan model bisnis *Escape Velocity*. Model bisnis yang diperlukan harus dapat dipahami oleh semua orang, yang dapat memfasilitasi deskripsi dan diskusi. Pada penelitian ini akan menggunakan model bisnis Canvas sebagai landasan untuk merancang model bisnis untuk PT. Karya Satria Malang. Keputusan menggunakan *Business Model Canvas* diambil karena model bisnis ini menguraikan suatu konsep yang kompleks menjadi lebih sederhana, dimana konsep ini akan ditampilkan dalam satu lembar kanvas yang berisi Peta Sembilan Blok dasar yang menunjukkan logika berpikir bagaimana bisnis dapat menghasilkan uang dengan mempertimbangkan komponen-komponen apa saja yang dibutuhkan dalam perencanaan sebuah model bisnis.

PT. Karya Satria Malang merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang periklanan, dimana pesaing sejenis banyak berkembang pada lingkungan

yang sama, oleh karena itu apabila ingin terus berkembang maka perusahaan diharapkan untuk memikirkan strategi yang tepat. Strategi yang bisa di ambil yaitu dapat melalui bisnis model canvas, dimana di dalamnya dapat dipetakan secara terperinci agar perusahaan tetap bisa bertahan dan diharapkan agar mampu meningkatkan penjualan.

Menurut Zimmerer (2014 : 97) Penjualan sebagai suatu kegiatan yang ditunjukkan untuk mencari pembeli, mempengaruhi dan memberikan petunjuk agar pembeli dapat menyesuaikan kebutuhannya dengan produk yang ditawarkan serta mengadakan perjanjian mengenai harga yang menguntungkan bagi kedua belah pihak.

Secara tidak langsung iklan adalah salah satu komponen penting dalam bisnis, melalui iklan pesan-pesan dari produsen dapat disalurkan pada pemakai produk atau jasa. Bagi konsumen, iklan mampu membatu penyebaran informasi terkait produk atau jasa yang ditawarkan, karena sifatnya yang dengan fleksibel dan mudah diterima oleh khalayak luas. Iklan memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan penjualan produk atau jasa, tidak jarang jika bisnis iklan juga sangat berkembang, karena banyak dari perusahaan yang menggunakan jasa iklan dapat mendongkrak penjualan mereka.

Hasil dari Institute for Public Relations di Florida menerbitkan terkait eksekutif pemasaran yang disurvei PR Week dan Millward Brown tentang keefektifan PR dengan periklanan dan pemasaran langsung untuk tugas-tugas tertentu, menyatakan bahwa PR dengan periklanan adalah disiplin pemasaran yang paling efektif untuk meluncurkan produk atau layanan baru (55%), membangun

kesadaran (52%), menghasilkan kata dari mulut ke mulut (51%) dan membangun reputasi merek (50%).

Pengusaha periklanan harus mampu melakukan kegiatan bisnis model kanvas secara baik dengan cara verbal maupun non verbal, seperti dalam melakukan kegiatan promoso yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan penjualan tiap bulannya. Pengusaha periklanan juga harus menciptakan kualitas jasa yang diberikan dengan berbagai keunggulan khususnya dalam bidang bagaimana perusahaan dapat memberikan pelayanan sesuai dengan keinginan konsumen atau yang biasa disebut dengan *klien*. Pengusaha periklanan harus memiliki karakteristik atau keunikan yang berbeda dengan para kompetitor. Cara yang dapat di tempuh yaitu perusahaan dapat melihat keunggulan atau kekurangan apa saja yang diberikan oleh kompetitor sehingga perusahaan dapat melakukan cara yang berbeda agar kekurangan yang ada di perusahaan lain dapat didapatkan pada perusahaan PT. Karya Satria Malang. Karakteristik dapat ditunjukkan dari perbedaan kualitas pelayan yang diberikan, kecepatan pelayanan yang diberikan kepada para *klien*, serta harga yang ditawarkan.

PT. Karya Satria Malang Berlokasi di Jalan Haji Nurrois 8A, Tirtomoyo Kabupaten Malang. Pada awal tahun 2006 PT. Kary Satria Malang, telah memiliki beberapa cabang perusahaan yang bergerak pada bidang periklanan yaitu diantaranya:

1. 2006 : Magelang *Branch Stabilised*
2. 2007 : Purwokerto *Branch Stabilised*
3. 2008 : *Awarded by Sampoerna Supplier Award*
4. 2009 : Yogyakarta *Branch Stabilised*

5. 2010 : Solo & Semarang *Branch Stabilised*  
*Successfully Delivers more than 500 Project*
6. 2011 : *Awarded as the Best Taxpayer by Kudus Governor*
7. 2012 : *Widen our Wing to Jakarta, Bogor, Tangerang, Depok, Bekasi & Bojonegoro*
8. 2013 : *Successfully Deliver more than Project Across Nation*  
*Tasik Branch Stabilised*
9. 2014 : *Tegal Branch Stabilised*
10. 2015 : *OOHSPOT Specialized Agency Stabilised and More Than 100 Spots.*
11. 2019 : *Malang Branch Stabilised*

PT. Karya Satria khususnya di daerah Kota Malang merupakan perusahaan periklanan yang baru berdiri yaitu sekitar 2 tahun, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terkait bisnis model kanvas, karena didalam bisnis model kanvas perusahaan dibantu untuk memilih strategi yang diperlukan oleh perusahaan dalam meningkatkan penjualan. PT. Karya Satria Malang memiliki visi yaitu menjadi perusahaan terdepan dan terluas daerah pemasarannya dalam bidang *advertising* di Indonesia yang mampu menghadapi perubahan teknologi, dengan selalu tetap mengutamakan mutu produk dan pelayanan, keselamatan dan Kesehatan kerja, serta dapat memberikan manfaat positif bagi semua pemegang kepentingan. Misi yang dimiliki oleh PT. Karya Satria Malang adalah sebagai berikut:

1. Menjadi perusahaan yang selalu bertumbuh dan berkembang dari waktu ke waktu, baik melalui omset, pelanggan, maupun daerah pemasaran.

2. Melakukan inovasi terus menerus dengan mengikuti perkembangan teknologi terkini.
3. Memberi kepuasan kepada semua pelanggannya melalui mutu dan pelayanan yang diberikan.
4. Menerapkan sistem keselamatan dan kesehatan kerja pada berbagai aspek kegiatan operasional perusahaan baik didalam maupun diluar ruang.
5. Mensejahterahkan karyawan dan menghasilkan keuntungan bagi pemegang saham serta mempunyai dampak positif bagi pemegang kepentingan lainnya.

Struktur organisasi dan pembagian kerja atau *job description* pada PT. Karya Satria Malang sudah terstruktur, hal tersebut dapat terlihat dari adanya bawahan yang menghormati atsannya, sehingga dapat diketahui mana atasan dan bawahan. Jumlah karyawan yang ada pada PT. Karya Satria Malang terdapat dua pembagian posisi yaitu di kantor dan lapangan. Jabatan kerja yang diterima oleh perusahaan terbagi dalam dua kedudukan karyawan yang bekerja minimal memiliki ijazah D3 dan untuk wilayah lapangan PT. Karya Satria Malang memiliki prinsip asalkan dapat bekerja dibawah tekanan dan memiliki niat dan tekad kerja, maka dapat bergabung sebagai karyawan atau karyawati di PT. Karya Satria Malang. Jam kerja yang diterapkan pada PT. Karya Satria Malang yaitu dimulai pada hari senin sampai hari sabtu, untuk hari senin jam kerja di mulai pukul 08.00 WIB – 17.00 WIB dan untuk hari sabtu jam kerja yang diberikan yaitu pada pukul 08.00 WIB sampai dengan pukul 14.00 WIB. Wilayah kerja atau jangkauan kerja periklanan yang dikerjakan oleh PT. Karya Satria Malang yaitu di mulai dari wilayah Kota Malang, Kabupaten

Malang, Kota Batu dan Kabupaten Batu. Jasa periklanan yang diberikan yaitu terdiri dari dua jenis yaitu jasa periklan permanen atau tetap dan jasa periklanan isidentil atau sementara.

Keunggulan yang dimiliki oleh PT. Karya Satria Malang yaitu merupakan pengusaha bisnis jasa periklanan di kota malang. Sebagai penyedia jasa periklanan di Kota Malang tentunya PT. Karya Satria Malang akan memberikan pelayanan yang terbaik untuk para *kliennya*, mulai dari pengurusan pajak reklamennya sampai jasa pemasangan untuk iklan yang akan di tayangkan semua sudah termasuk dalam jasa yang diberikan oleh PT. Karya Satria Malang. Tentunya selain kelebihan yang dimiliki PT. Karya Satria Malang juga memiliki kelemahan dalam sistem pengalaman, hal tersebut terlihat karena masih baru berdiri sekitar 2 tahun maka *klien* yang dimiliki oleh PT. Karya Satria Malang hanya sedikit dan belum mampu menyaingi perusahaan kompetitor yang sejenis.

Bisnis model kanvas yang telah dilakukan oleh PT. Karya Satria Malang yaitu melalui pembagian – pembagian unit sesuai dengan poin – poin berdasarkan sistem bisnis model kanvas yang terdapat pada teori yang dijelaskan oleh para ahli, hal tersebut mulai dari konsumen yang akan dituju sampai *partnership* yang mampu diajak kerjasama, namun hal tersebut belum dilakukan secara maksimal sehingga tingkat penjualan yang dicapai oleh perusahaan belum stabil. Target yang ingin dituju oleh perusahaan yaitu *klien* yang sering menggunakan jasa periklanan. Target tersebut tentunya memiliki pertimbangan yaitu dimana target yang dituju lebih banyak perusahaan besar karena perusahaan tersebut lebih memiliki peluang untuk menggunakan jasa periklanan dibandingkan dengan perusahaan kecil.



Bisnis model kanvas sangat penting dilakukan karena setiap kegiatan awal penjualan yang dilakukan adalah menggunakan strategi bisnis model kanvas yang baik, agar konsumen yang dituju bisa sesuai. Tahapan yang dilakukan dalam perencanaan strategi bisnis model kanvas yaitu mulai dari mempersiapkan data sampai bagaimana membujuk para *klien* untuk menggunakan jasa periklanan. Tujuan utama dari perusahaan jasa PT. Karya Satria Malang yaitu memberikan pelayanan jasa periklanan di Kota Malang dengan harga yang mampu bersaing di kalangan kompetitor, agar dapat meningkatkan penjualan. Untuk meningkatkan penjualan tentunya perusahaan harus memiliki strategi yang tepat dan keunggulan yang berbeda dari perusahaan sejenis. Keunggulan yang dapat diberikan yaitu dengan desain periklanan yang berbeda dengan perusahaan sejenis. Strategi bisnis model kanvas dapat mempengaruhi kegiatan penjualan apabila dilakukan dengan baik, karena strategi bisnis model kanvas merupakan Langkah sebagai penentu dari tingkat penjualan nantinya. Bisnis model kanvas yang dilakukan PT. Karya Satria melalui berbagai cara sesuai dengan item yang dituju mulai dari penentuan target pasar yang dituju sampai strategi penjualan yang dipilih. Perusahaan bisnis khususnya bisnis jasa tentunya juga memiliki klasifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman yang berbeda sesuai dengan item strategi bisnis model kanvas yang ditentukan.

Keberadaan kompetitor dalam dunia bisnis sangatlah mempengaruhi laju pertumbuhan perusahaan untuk kedepannya, karena bisnis jasa khususnya di Kota Malang sangatlah banyak apabila perusahaan tidak dapat menentukan strategi bisnis model kanvas dengan tepat, maka perusahaan tersebut akan kalah saing dengan para kompetitor sejenis. Dalam strategi bisnis model kanvas PT. Karya

Satria Malang dapat berhasil meningkatkan jasa penjualan periklanan dengan cara harus melakukan kaji terlebih dahulu terkait faktor yang dapat mempengaruhi penjualan, seperti perencanaan strategi bisnis model kanvas yang tepat sesuai dengan poin yang terdapat dalam bisnis model kanvas.

Adanya bisnis model kanvas maka dapat mengubah konsep bisnis yang awalnya rumit menjadi sederhana. Konsep bisnis disederhanakan dengan menggunakan lembar kertas kerja yang berisi rencana bisnis yang mencakup analisis strategi. Dalam lingkup sebuah usaha, arti strategi khususnya sebuah analisis strategi bisnis maka secara tidak langsung pastinya memiliki tujuan untuk meningkatkan penjualan, sama halnya dengan bisnis model kanvas. Bisnis model kanvas dapat dikatakan bisa meningkatkan penjualan, karena didalamnya perusahaan dibantu untuk memetakan strategi 9 elemen secara terperinci. Hal lain yang dapat dibuktikan bahwa bisnis model kanvas dapat meningkatkan penjualan yaitu bisnis model kanvas merupakan sebuah pondasi dari sebuah usaha yang memiliki banyak faktor, jadi apabila sebuah usaha dari awal sudah dipetakan secara terperinci terkait apa saja elemen yang dibutuhkan oleh perusahaan, maka apabila di tengah jalan perusahaan mengalami permasalahan, maka perusahaan sudah siap untuk mengatasinya dan dalam mencapai keuntungan pun dapat mudah untuk direalisasikan.

Langkah kedepan yang dapat dilakukan oleh perusahaan, perusahaan diharapkan dapat menggunakan 9 elemen yang terdapat dalam Bisnis Model Kanvas dengan baik, karena dalam elemen tersebut sudah dipetakan langkah awal yang diperlukan oleh perusahaan. Apabila dari awal perusahaan sudah menggunakan strategi Bisnis Model Kanvas untuk membangun usahanya maka

dapat dipastikan bahwa perusahaan tersebut dapat meningkatkan penjualannya secara perlahan, karena perusahaan sudah memiliki pondasi yang dibutuhkan oleh perusahaan. Ditambah lagi dalam keadaan riil perusahaan, perusahaan PT. Karya Satria Malang sebenarnya secara garis besar sudah memiliki elemen-elemen dasar yang dibutuhkan dalam bisnis model kanvas, namun perusahaan belum menerapkan konsep Bisnis Model Kanvas dengan baik sehingga berdampak ketika berada ditengah perjalanan perusahaan sering dihadapkan permasalahan seperti contohnya yaitu pada elemen *key-partnership*, didalam elemen *key-partnership* membahas mitra kerja siapa lagi yang akan dituju oleh perusahaan, apabila perusahaan PT. Karya Satria Malang dari sejak awal sudah menerapkan dan menetapkan strategi bisnis kanvas yaitu berupa *key-partnership* dengan baik maka perjalanan perusahaan pastinya juga akan baik dan lancar, keuntungan yang akan di dapatkan pun akan diperoleh dengan lancar.

Alasan memilih penelitian pada PT. Karya Satria Malang karena PT. Karya Satria Malang tersebut merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang periklan dan tergolong perusahaan yang baru berdiri, khususnya di daerah Kota Malang. Semakin banyaknya permintaan konsumen terhadap periklanan membuat banyak pelaku usaha jasa periklanan semakin bersaing untuk memenangkan kompetisi dengan para kompetitor, hal ini membuat perusahaan jasa periklanan di Kota Malang terus melakukan inovasi. Dalam permasalahan tersebut, model bisnis sangat penting bagi perusahaan karena bisa dilihat beberapa keuntungannya, yaitu pertama, dengan adanya model bisnis dapat membantu perusahaan atau pelaku usaha untuk mendapatkan informasi mengenai bagaimana, dimana dan kapan produk tersebut berfungsi dengan baik, kedua dapat merancang model bisnis yang

baik dengan tujuan untuk melemahkan kompetitor, dengan adanya keuntungan tersebut dapat membantu perusahaan memenangkan daya saing yang kompetitif. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Bisnis Model Kanvas dan Capaian Penjualan (Studi pada PT. Karya Satria Kota Malang)”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang, berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana Bisnis Model Kanvas yang dijalankan oleh Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang?
2. Bagaimana penjualan sebelum Bisnis Model Kanvas dijalankan di Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang?
3. Bagaimana penjualan sesudah Bisnis Model Kanvas dijalankan di Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang?
4. Apakah ada perbedaan penjualan sebelum dan sesudah Bisnis Model Kanvas?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah yang ada, tujuan yang terdapat pada penelitian ini adalah:

1. Menetahui Bisnis Model Kanvas yang dijalankan oleh Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang.
2. Mengetahui penjualan sebelum Bisnis Model Kanvas dijalankan di Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang.

3. Mengetahui penjualan sesudah Bisnis Model Kanvas dijalankan di Perusahaan PT. Karya Satria Kota Malang
4. Mengetahui dan menganalisis perbedaan penjualan sebelum dan sesudah Bisnis Model Kanvas.

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

Manfaat dari penelitian tersebut adalah sebagai berikut:

##### **1. Manfaat Praktis**

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi atau masukan bagi pemimpin perusahaan untuk mempertimbangkan kebijakannya dalam pengambilan keputusan dibidang penjualan, khususnya tentang strategi pengembang model bisnis kanvas pada PT. Karya Satria Malang.

##### **2. Manfaat Akademis**

Manfaat akademis dalam penelitian ini adalah sebagai media referensi bagi peneliti, terkait tentang Bisnis Model Kanvas untuk mencapai tingkat penjualan pada perusahaan terkait. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat dijadikan sebagai masukan dalam penelitian yang berhubungan dengan Bisnis Model Kanvas bagi penelitian selanjutnya, serta dapat memberikan kontribusi dalam menambah wawasan keilmuan kepada perusahaan dalam bidang pencapaian penjualan.