BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi saat ini, perkembangan dunia bisnis semakin terlihat perkembangannya. Khususnya perkembangan dunia bisnis di Indonesia dapat terlihat dari sisi mulai bertambahnya kesadaran akan masyarakat untuk memulai terjun ke dunia bisnis walaupun dirasa masih belum terlalu signifikan apabila dibandingkan dengan jumlah masyarakat yang lebih memilih untuk bekerja menjadi karyawan. Saat ini Indonesia telah memasuki era baru dalam dunia bisnis yaitu MEA (Masyarakat Ekonomi Asean) atau AEC (*Asean Economic Community*). Hal ini tentu sangat berpengaruh bagiu para pelaku bisnis karena dengan hadirnya era baru ini maka scara langsung mereka dapat memperluas jaringan bisnis mereka. Akan tetapi perlu diperhatikan pula dampak negatif yang akan muncul yaitu semakin ketat pula persaingan yang akan terjadi karenan cakupan bisnis yang meluas.

Hal ini berpengaruh besar untuk dapat bertahan, bergerak maju mengembangkan suatu bisnis dalam era ini salah satunya adalah kualtias dari sumber daya manusia karena dengan meningkatan kualitas dari sumber daya manusia itu sendiri maka akan dapat mampu mengatasi laju perkembangan dunia bisnis. Disamping itu perlu pula bagi para pelaku bisnis untuk mrencanakan dan menentukan keputusan yang tepat dalam mengambil langkah strategi bisnis yang akan dijalani. Perencanaan dan penentuan keputusan yang tepat dalam suatu

strategi bisnis diharuskan memiliki dasar yang dapat dijadikan sebagai tolak ukur. Banyak hal yang dapat dijadikan sebagai dasar dari perencanaan dan penentuan suatu keputusan yaitu dapat berdasarkan kebutuhan, tujuan, maupun visi dan misi dari perusahaan. Faktor lain yang harus diperhatikan dalam menentukan strategi adalah aset yang dimiliki. Dalam menentukan strategi bisnis, seorang prencana strategi diharuskan mengetahui apa saja aset yang dimiliki perusahaan untuk daat menentukan proses bisnis dan strategi bisnis yang tepat bagi suatu perusahaan. Dengan kita mengetahui aset yang dimiliki perusahaan maka kita dapat mengidentifikasikan kekurangan dan kelebihan dari perusahaan.

Bisnis industri pakaian merupakan salah satu dari segmentasi pasar yang terus semakin berkembang dan tidak terpengaruh terhadap apapun karena pakaian bukan hanya sebagai kebutuhan akan tetapi sudah menjadi *lifestyle* bagi beberapa kalangan masyarakat. Bisnisindustri ini sudah lama keberadaannya dan bukan suatu industri yang baru. Sudah banyak kota-kota di Indonesia yang terkenal sebagai penghasil pakaian maupun menjadi tolak ukur dari perkembangan *fashion* di Indonesia. Sebelum hadirnya era globalisasi MEA, persaingan dalam industri pakaian sudah sangat ketat. Hal ini dipengaruhi salah satunya karena mulai berkembangnya kebiasaan baru yang digemari oleh khususnya masyarakat Indoensia yaitu wisata, maka secara tidak langsung menumbuhkan motivasi masyarakat setempat untuk menciptakan indsutri pakaian baik industri kecil, menengah, ataupun besar. Perkembangan idsutri pakaian saat ini telah menjadi semakin kompetitif, cepat berubah, sehingga membuat semakin sulit bagi para pelaku bisnis untuk membuat keputusan bisnis. Kebutuhan akan informasi untuk

mengembangkan perusahaan pun dirasakan semakin penting keberadaannya. Hal ini tidak terlapas dari pengaruh penggunaan teknologi informasi yang mulai digunakan oleh ,asyarakat dan juga para pelaku bisnis.

CV. RC merupakan suatu perusahaan yang memiliki bidang usaha utama yang bergerak di industri konveksi yang berskala besar. Dalam menjalankan bisnisnya sejak dahulu CV. RC masih belum memanfaatkan kemajuan teknologi dengan maksimal, terbukti dengan penyuimpanan data-data transaksi yang masih belum terkomputerisasi. Penyimpanan data yang dilakukan hanya sebatas pengarsipan bentuk fisik dari transaksi seperti nota, bon, ataupun surat perjanjian. Dalam implementasi bisnis, proses tersebut tidak termasuk salah namun alangkah baiknya dapat memanfaatkan perkembangan teknologi karenan seperti yang telah dijelaskan sebelumnya bahwa dengan berkembangknya zaman disertai juga dengan teknologi yang berkembang maka semakin banyak masyarakat pula yang memanfaatkan teknologi dalam menjalankan bisnisnya dan hal tersebut pula yang membuat banyak perusahaan bertahan di era globalisasi ini. Dengan semakin ketatnya persaingan antar para pelaku bisnis yang bergerak di bidang tersebut, memacu CV. RC untuk mengembangkan ranah usahanya dengan melebarkan jaringannya disertai dengan memberikan pelayanan kepada konsumen dengan memuaskan. Untuk dapat menentukan strategi bisnis yang akan dimulai maka diperlukan perencanaan dari strategi bisnis yang akan dilakukan. Terdapat banyak ilmu yang dapat diterapkan untuk solusi dari strategi bisnis yang akan dilakukan oleh CV. RC salah satunya adalah sistem informasi. Sistem informasi memiliki banyak sekali cabang yang dapat diimplementasikand alam strategi bisnis

diantaranya yaitu menggunakan perencanaan strategi bisnis dengan analisa proses bisnis. Semua bisnis, baik secara eksplisit maupun implisit menggunakan model bisnis tertentu. Sebuah model bisnis menggambarkan desain atau arsitektur penciptaan nilai dan pencitraan suatu mekanisme dalam proses bisnis yag digunakan. Inti dari sebuah model bisnis adalah mengkristalkan kebutuhan pelanggan dan kemampuan pelanggan untuk membayar, mendefinisikan suatu cara dengan bisnis perusahaan yang merespon dan memberikan nilai kepada konsumen, membujuk pelanggan untuk membayar nilai tersebut dan mengkonversikan pembayaran mereka untuk mendapatkan keuntungan melalui desain dan operasi yang tepat dari berbagai elemen yang ada di dalam *value chain* (David J. Teece, 2009).

Osterwalder dan Pigneur pada tahun 2010 membuat suatu kerangka dari model bisnis yang berbentuk kanvas dan terdiri dari sembilan kotak yang mana masing-masing dari kotak tersebut berisikan suatu elemen-elemen yang sama semua itu salaing berkaitan dalam bukunya yang berjudul "*Business Model Generation*". BMC atau *Business Model Canvas* merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, menyerahkan dan menangkap suatu nilai (Osterwalder dan Yves Pigneur, 2010). Oleh karena itu dengan menggunakan model bisnis ini yang berorientasi berbentuk kanvas merupakan suatu konsep yang dapat dijadikan sebagai suatu indikator untuk menggambarkan dan memanipulasi suatu model bisnis. Hal tersebut berguna sebagai alternatif dari kebijakan strategi baru yang akan dibuat. Model bisnis kanvas ini digambarkan melalui sembilan blok dari

bangunan dasar yang menunjukan logika dari sistematika strategi dan yang sedang berlangsung dalam suatu perusahaan dengan tujuan untuk memperoleh profit. Sembilan blok tersebut mencakup empat bidang utama bisnis yaitu, pelanggan, penawaran, infrastruktur, dan kelayakan keuangan.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengidentifikasikan beberapa masalah yang terjadi pada CV. RC, yaitu :

1 Belum adanya analisis dan perencanaan mengenai strategi bisnis dan SI/IT dalam menghadapi ketatnya persaingan bisnis industri konveksi dan pakaian serta belum terintegrasinya tujuan perusahaan berdasarkan visi dan misi.

2 Belum diketahuinya kebutuhan SI.IT dan aset yang sudah dimiliki untuk mendukung proses bisnis berdasarkan skala prioritas dari tujuan bisnis perusahaan.

3 Saat ini sistem yang berjalan di perusahaan belum ke arah *service* dan *enterprise system* serta pencatatan informasi transaksi masih menggunakan pencatatan dalam buku saja sehingga bila suatu saat dibutuhkan untuk mencari data-data tertentu maka akan sangat memakan waktu.

4 Belum terciptanya optimalisasi diferensiasi produk pada tujuan dari perusahaan.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1 Melakukan analisis bisnis dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) yang dikembangkan juga dengan analisis *Porter's Five Forces Model* dan SWOT.

2 Melakukan analisis lingkungan internal SI/IT menggunakan McFarlan *Strategic Grid* dan pada lingkungan eksternal SI/IT berdasarkan analisis tren perkembangan teknologi terbaru.

3 Melakukan identifikasi terhadap solusi strategi bisnis dan kebutuhan SI/IT berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan sebelumnya.

4 Melakukan perancangan strategi bisnis dan SI/IT berdasarkan analisis yang telah dilakukan sebelumnya.

5 Membuat usulan portofolio aplikasi dan rekomendasi strategi bisnis dan SI/IT di masa mendatang di CV. RC.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1 Dapat dijadikan usulan dan panduan bagi CV. RC dan juga para pelaku bisnis pada umumnya yang membutuhkan perancangan strategi bisnis dalam menjalankan suatu proses bisnisnya.

2 Dapat merumuskan perencanaan strategi bisnis dengan mempertimbangkan beberapa pengaruh dari berbagai faktor, baik faktor lingkungan internal ataupun eksternal.

3 Dapat menganalisa kondisi lingkungan internal dan eksternal dengan tujuan memperoleh visualisasi mengenai kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

4 Dapat menganalisa kebutuhan bisnis dari pembangunan model bisnsi dengan keterkaitan ilmu dari sistem informasi dan teknologi informasi.

5 Dapat menghasilkan portofolio model bisnis dan menyusun skala prioritas untuk strategi bisnis dengan adanya perancangan dan identifikasi tindakan perbaikan yang diperlukan.

1.5 Pembatasan Masalah dan Asumsi

Dalam penelitian yang dilakukan ini diperluakan adanya batasan masalah agar ruang lingkup persoalan yang dihadapi dapat lebih difokuskan dan tidak menyimpang dari pokok permasalahan. Batasan masalah dari penelitian ini adalah:

1 Analisa dan perancangan strategi bisnis hanya berfokus kepada pembahasan solusi bisnis dengan mengambil keterkaitan penggunaan SI/IT berupa portofolio yang mencakup usulan implementasi dan usulan teknologi, yang disusun berdasarkan pada skala prioritas investasi serta menghasilkan rekomendasi solusi perbaikan yang disesuaikan berdasarkan hasil analisis.

2 Pada penelitian ini hanya dibahas mengenai analisis dan perancangan strategi bisnis dan SI/IT tidak mencakup pembangunan arsitektur data.

3 Tidak dilakukan dan penjelasan pada tahap implementasi.

4 Perancangan strategi bisnis dan SI/IT yang dilakukan tidak mencakup perhitungan biaya.

1.6 Sistematika Penulisan

Dalam penelitian ini, pembahasan akan dibagi ke dalam beberapa bab-bab untuk memperoleh visualisasi secara jelas dan terstruktur. Sistematika penulisannya adalah sebagai berikut :

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang, identifikasi masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitiam, pembatasan masalah dan asumsi, dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini berisi uraian dari landasarn teori, alur pikir, dan perkembangan keilmuan dari topik kajuan yang menjadi dasar dalam penelitian ini.

BAB III Metodologi Penelitian

Pada bab ini menguraikan secara lebih rinci mengenai pendekatan dan analisis yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini akan dibahas mengenai hasil dari analisis dan perancangan strategi bisnis berbentuk sistematis serta menginterpretasikan data yang diperoleh.

BAB V Kesimpulan dan Saran.

Pada Bab ini berisikan kesimpulan dari keseluruhan masalah yang telah dibahas pada bab sebelumnya dan dilengkapi dengan saran peneliti dalam penelitian ini