

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin pesat telah memberikan banyak manfaat dalam aktivitas kehidupan manusia sehari-hari. Adanya perkembangan teknologi ini mempermudah masyarakat untuk dapat mengakses data, mengolah data dan juga melakukan komunikasi jarak jauh, sehingga segala sesuatu dimudahkan dengan adanya kemajuan teknologi. Tidak hanya itu kemudahan lainnya adalah dengan munculnya banyak platform yang ada sehingga memudahkan masyarakat untuk melakukan transaksi jual beli dan juga melakukan transaksi lainnya.

Usaha layanan pesan antar yang dijalankan oleh salah satu mahasiswa Teknik Logistik Universitas Telkom ini bermula dari keresahannya sebagai mahasiswa yang memiliki keterbatasan waktu untuk membeli suatu makanan dan kebutuhan lainnya, serta layanan *online* yang memiliki tarif lebih mahal. Dari *website* Gojek Indonesia, pada area Bandung, Medan, Surabaya, Sidoarjo, Gresik, Bali, Makassar, Palembang, Balikpapan, Yogyakarta, Semarang, Manado, Solo, Samarinda, Malang, Batam, pelanggan akan dikenakan biaya antar sebesar Rp4.000 untuk pembelian menggunakan GO-PAY di restoran GO-FOOD partner. Sementara itu di restoran non partners dan menggunakan GO-PAY akan dikenakan biaya Rp9.000 maksimum 5km (Rp2.000/km). Jika pengguna bertransaksi menggunakan uang tunai di restoran GO-FOOD partner akan dikenakan biaya sebesar Rp9.000. Sedangkan pembelanjaan tunai di restoran non partner akan dikenakan biaya antar sebesar Rp10.000 maksimum 5km (Rp2.000/km). Usaha yang mulai pada awal tahun 2020 ini harus terhenti karena adanya virus *covid-19*, di mana saat itu seluruh mahasiswa melakukan pembelajaran *daring* sehingga banyak mahasiswa yang memilih untuk pulang ke daerah asalnya.

Akhir 2021 PesenKuy mulai menyiapkan kembali jasa layanan pesan antarnya dengan menggunakan *web* yang diletakkan pada Instagram dan juga mulai mempromosikan layanannya melalui paid promote pada satu akun yang ada di

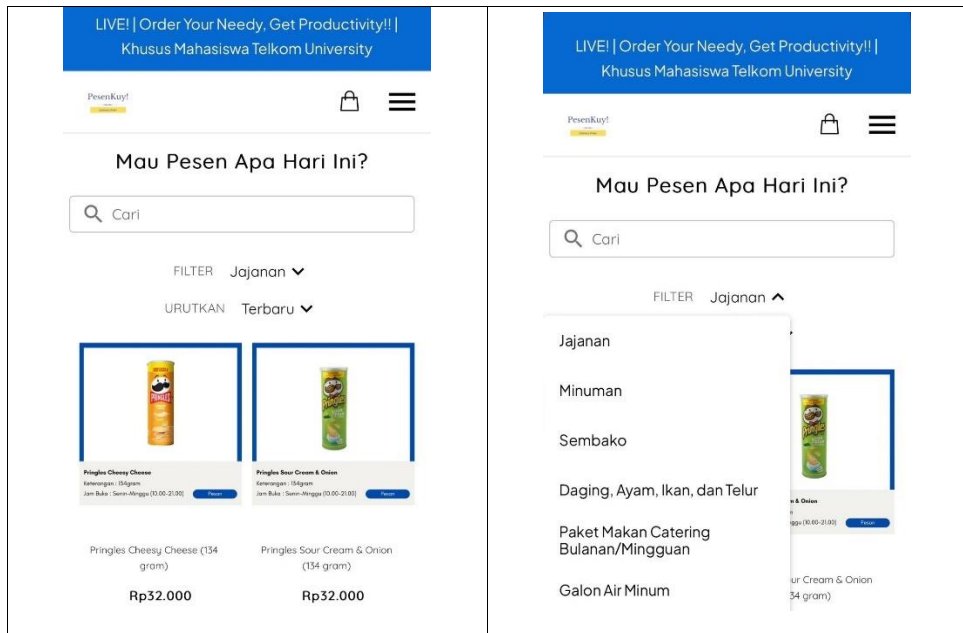
Instagram. Target awal yang dirancang oleh PesenKuy adalah 15 pelanggan setiap harinya. Gambar 1.1 berikut merupakan data penggunaan jasa layanan Pesen Kuy pada bulan Januari-Mei, yang dibandingkan dengan target yang ingin dicapai. Terlihat bahwa capaian penjualan masih di bawah target.



Gambar I.1 Target Penjualan
(Sumber: Layanan pesan antara PesenKuy)

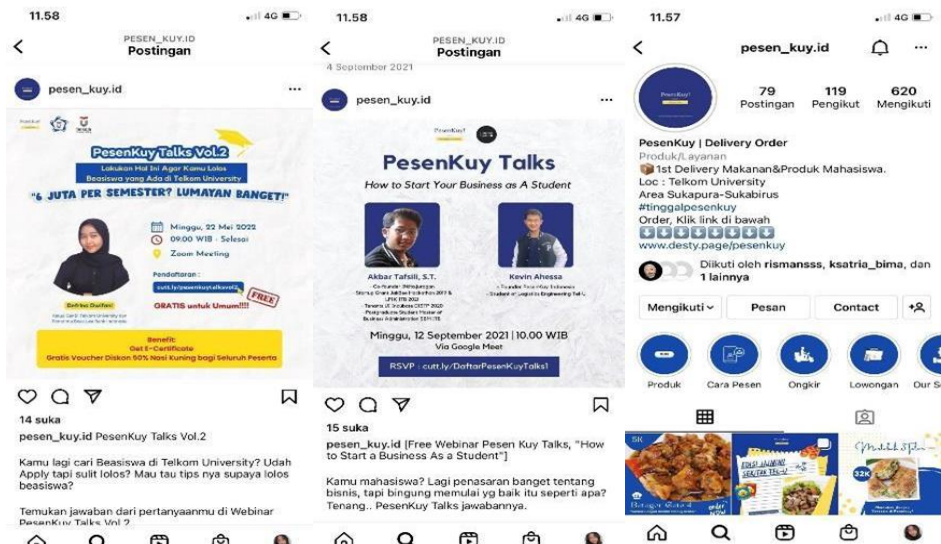
Dilihat dari gambar di atas, permasalahan yang dihadapi oleh layanan pesan antar Pesen Kuy adalah penjualan yang belum memenuhi target. Beberapa hal yang menyebabkan target dari layanan pesan antar Pesen kuy belum tercapai adalah:

1. Layanan jasa antar Pesen Kuy tidak melakukan kerjasama yang pasti kepada usaha-usaha yang ada dilingkungan Universitas Telkom, melainkan hanya mengikuti permintaan dari *customer*, seperti contoh di bawah ini:



Gambar I.2 Tampilan Website Pesen Kuy saat ini
(Sumber: Website Pesen Kuy)

- Media promosi yang dilakukan oleh layanan jasa antar Pesen Kuy hanya ada di *Instagram* dan bekerja sama saat melakukan webinar, seperti contoh di bawah ini:



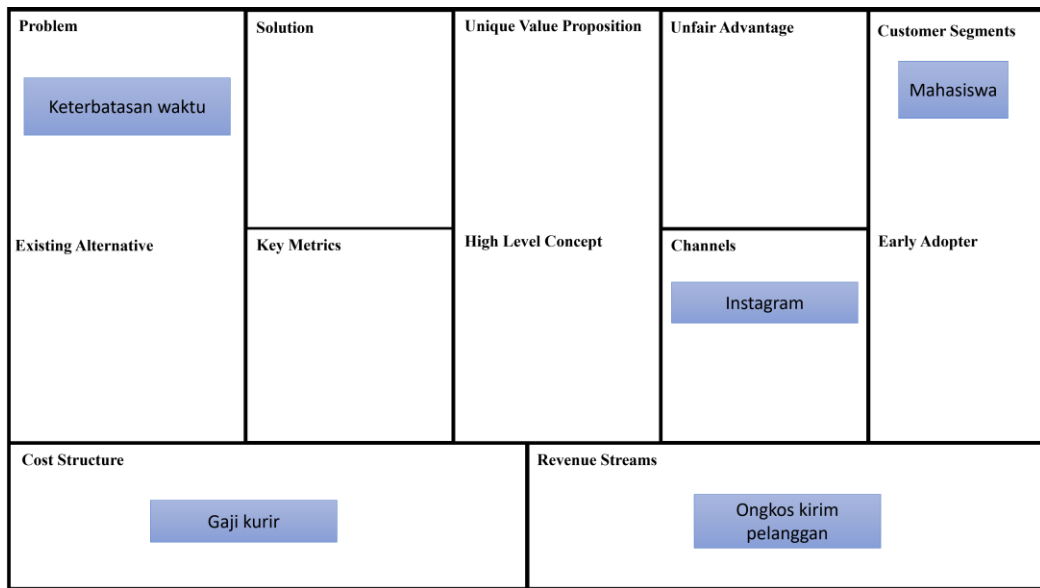
Gambar I.3 Media Promosi Pesen Kuy
(Sumber: Instagram Pesen Kuy)

- Kurir yang dimiliki oleh PesenKuy hanya ada dua orang, tidak memiliki sistem jadwal yang pasti dan kedua kurirnya merupakan seorang mahasiswa

yang memiliki kesibukan kuliah, sehingga pesanan tersebut menyesuaikan dengan jam ketersediaan kurir.

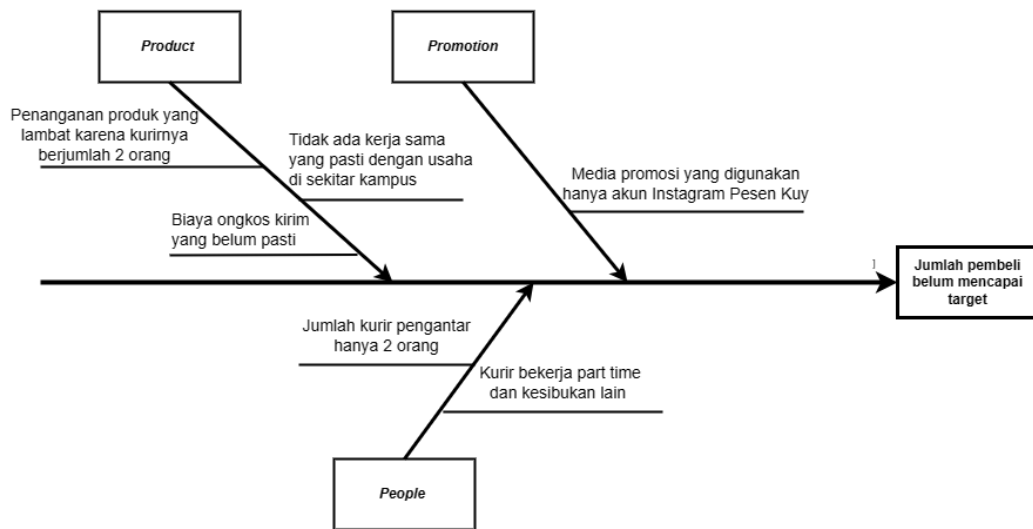
4. Tidak ada harga pasti untuk biaya ongkos kirim dari layanan pesan antar Pesen Kuy.

Tidak hanya itu penyebab layanan pesan Kuy belum mencapai target yang diinginkan juga dikarenakan business model existing belum maksimal dikarenakan masih kurangnya observasi yang dilakukan seperti yang ada pada gambar di bawah ini.



Gambar I.4 Business Model Existing

Sehingga diperlukannya adanya bisnis model *lean canvas* usulan yang dibuat untuk dapat menyelesaikan masalah yang ada pada layanan pesan antar Pesen Kuy. Dari hasil penjabaran permasalahan pada layanan pesan antar “Pesen Kuy” akan dibuat diagram tulang ikan. Diagram tulang ikan ini menggambarkan akar masalah yang menyebabkan mengapa layanan Pesen Kuy belum mencapai target yang diinginkan oleh pemilik usaha tersebut. Diagram tulang ikan yang digunakan mengacu pada kerangka 8P yang sering digunakan pada industri jasa seperti *people, process, policies, procedures, price, promotion, place/plant, dan product*. Gambar I.3 berikut merupakan diagram tulang ikan yang menunjukkan permasalahan dan penyebabnya.



Gambar I.5 Diagram Tulang Ikan Permasalahan Layanan Pesan Antar Pesen Kuy

I.2 Alternatif Solusi

Dari beberapa permasalahan yang tergambar pada tulang ikan yang ada pada gambar I.3 terdapat beberapa solusi yang dapat digunakan untuk menyelesaikan masalah yang ada. Solusi yang diberikan pada setiap permasalahan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel I.1 Alternatif Solusi dan Permasalahan

No	Permasalahan	Solusi
1.	Biaya ongkos kirim pesanan yang belum pasti	Melakukan perancangan usulan sistem ongkos kirim pada layanan Pesen Kuy
2.	Pesen Kuy tidak melakukan kerjasama yang pasti kepada usaha-usaha yang ada di lingkungan Universitas Telkom, jumlah kurir yang terbatas dan bekerja secara part time, ongkos kirim yang belum pasti, promosi yang terbatas	Merancang model bisnis untuk layanan Pesan Kuy

3.	Media promosi yang dilakukan oleh Pesen Kuy hanya melalui akun Instagram Pesen Kuy	Merancang strategi promosi untuk layanan Pesan Kuy
----	--	--

Dari permasalahan, bisnis model yang lama serta solusi yang terdapat pada tabel diatas, terdapat adanya peluang untuk bisa memperbaiki layanan pesan antar Pesen Kuy agar penjualannya dapat memenuhi target sehingga mampu bersaing dengan kompetitornya di masa yang akan datang. Oleh karena itu diperlukan pematangan perancangan layanan pesan antar Pesen Kuy dengan membuat ulang rancangan model bisnisnya. Dalam sebuah usaha jasa maupun produk, pembuatan model bisnis sangat penting dilakukan untuk dapat memetakan bisnis serta dapat memahami mekanisme utama dalam bisnis. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), model bisnis menjelaskan bagaimana sebuah perusahaan tersebut dapat menciptakan, memberikan dan menangkap *value*. Perusahaan yang berhasil adalah ketika model bisnis yang digunakan mampu mendefinisikan apa yang diinginkan oleh pelanggan, bagaimana pelanggan tersebut menginginkannya dan bagaimana cara perusahaan untuk mampu memenuhi kebutuhan dari pelanggan tersebut (Osterwalder & Pigneur, 2010). Ada beberapa kerangka dalam merancang model bisnis, salah satunya adalah Lean Canvas yang dikembangkan dengan Metodologi Lean. Kerangka ini cocok digunakan untuk merancang model bisnis dari sebuah startup (Maurya, 2012).

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka didapatkan rumusan masalah yang akan dibahas adalah

1. Bagaimana model bisnis pada layanan pesan antar Pesen Kuy apabila dirancang dengan menggunakan metode *lean canvas*?
2. Bagaimana rancangan mockup pada layanan pesan antar Pesen Kuy jika digunakan untuk melakukan validasi *problem* dan *solution* pada metode *lean canvas*?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Merancang model bisnis untuk layanan pesan antar Pesen Kuy dengan menggunakan metode *lean canvas*.
2. Merancang mockup pada layanan pesan antar Pesen Kuy yang digunakan untuk melakukan validasi *problem* dan *solution* pada metode *lean canvas*.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah:

1. Membantu layanan pesan antar Pesan Kuy dalam meningkatkan penjualannya dengan memberikan usulan model bisnis.
2. Memberikan contoh bagi pelaku bisnis untuk dapat membuat model bisnis
3. Menjadi referensi untuk penelitian mengenai model bisnis untuk di masa yang akan datang.

I.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini yaitu sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Bab pendahuluan berisikan uraian mengenai latar belakang, alternatif solusi, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan manfaat dari permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini.

BAB II Landasan Teori

Bab landasan teori ini berisikan teori yang digunakan untuk mendukung penyelesaian permasalahan yang ada pada penelitian ini. Dalam bab ini juga dijelaskan mengenai pemilihan metode yang digunakan.

BAB III Metodologi Perancangan

Bab metodologi perancangan menguraikan sistematika pemecahan masalah dalam penelitian ini, serta mekanisme pengumpulan dan pengolahan data, perancangan

model bisnis, verifikasi dan validasi. Juga di sini digambarkan identifikasi sistem terintegrasi dan batasan masalah.

BAB IV Pengumpulan, Pengolahan Data dan Verifikasi

Dalam bab ini dilakukan pengumpulan data untuk semua blok lean canvas dan perancangan terhadap semua blok lean canvas berdasarkan pengumpulan data yang diperoleh. Tahap selanjutnya adalah melakukan verifikasi, yang dilanjutkan dengan perancangan *mockup* aplikasi.

Bab V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan

Bab V menguraikan mengenai tahap validasi yang dilakukan dan perbaikan lean canvas dengan menggunakan hasil dari validasi. Langkah selanjutnya adalah melakukan evaluasi hasil rancangan.

BAB VI Kesimpulan dan Saran

Bab kesimpulan dan saran menjelaskan kesimpulan dari hasil perancangan model bisnis layanan pesan antar Pesen Kuy dan saran untuk penelitian selanjutnya.