

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Industri kerajinan tangan merupakan salah satu sektor usaha mikro kecil dan menengah (UMKM) yang berperan penting dalam perekonomian Indonesia, terutama dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan membuka lapangan kerja (Harmonis, 2021). Salah satu industri yang menonjol di Kota Malang adalah Lita Glass Painting, sebuah usaha yang bergerak dalam pemanfaatan limbah kaca menjadi karya seni bernilai tinggi. Berdiri sejak tahun 2007 dengan modal awal Rp. 1 juta, bisnis ini kini berkembang pesat dan memiliki pasar hingga ke luar negeri, seperti Malaysia, Brunei, dan Hawaii. Dalam menghadapi era digital dan persaingan yang semakin ketat, strategi pengembangan bisnis menjadi faktor krusial agar usaha dapat bertahan dan terus berkembang (Tredinnick, 2017).

Namun, Lita Glass Painting menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan daya saingnya. Permintaan konsumen yang semakin beragam, target pasar yang luas, serta tantangan dalam distribusi dan pemasaran menjadi kendala utama dalam ekspansi usaha (Suwarni & Handayani, 2021). Selain itu, persaingan dengan produk serupa yang lebih masif dalam skala produksi turut menjadi ancaman. Berdasarkan hasil observasi awal, diketahui bahwa permasalahan utama yang dihadapi oleh Lita Glass Painting Malang adalah menurunnya jumlah pelanggan secara signifikan dalam dua tahun terakhir, yang berimplikasi langsung terhadap pendapatan

usaha. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik usaha, tercatat bahwa dalam periode 2022–2023 terjadi penurunan pelanggan sekitar 30%. Inovasi produk baru juga berjalan lambat karena keterbatasan dalam hal teknologi produksi dan sumber daya manusia yang kompeten di bidang desain modern. Kondisi ini diperparah oleh distribusi produk yang masih mengandalkan pameran lokal dan penjualan langsung, yang tidak cukup efektif dalam memperluas jangkauan pasar.

Strategi bisnis yang saat ini dijalankan oleh Lita Glass Painting Malang dapat dikatakan mulai mengalami stagnasi dan kurang efektif dalam menjawab dinamika pasar yang semakin kompetitif. Hal ini terlihat dari fokus pemasaran yang masih terbatas pada jalur konvensional, seperti penjualan langsung dan partisipasi dalam pameran lokal, tanpa pemanfaatan maksimal terhadap platform digital dan e-commerce yang kini menjadi kanal utama dalam menjangkau konsumen. Selain itu, tidak adanya diversifikasi produk yang signifikan membuat perusahaan sulit beradaptasi dengan selera pasar yang terus berubah, terutama dalam konteks desain seni kontemporer yang lebih disukai generasi muda. Strategi relasi pelanggan pun masih bersifat pasif, tanpa pendekatan yang lebih personal melalui media sosial atau program loyalitas pelanggan.

Tanpa strategi bisnis yang tepat, risiko stagnasi hingga penurunan daya saing semakin tinggi (Wijaya & Adib, 2019). Oleh karena itu, evaluasi dan inovasi dalam model bisnis menjadi langkah penting agar usaha ini tetap relevan dan kompetitif. Kondisi ini berdampak pada perlunya perusahaan

untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap model bisnis mereka. Pendekatan Business Model Canvas (BMC) digunakan sebagai alat untuk mengidentifikasi dan memetakan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi perusahaan. Analisis menunjukkan bahwa meskipun Lita Glass Painting memiliki keunggulan pada kualitas produk dan nilai seni yang tinggi, namun ancaman dari kompetitor dan keterbatasan dalam distribusi digital menjadi hambatan serius dalam pengembangan usaha. Hal ini selaras dengan temuan dari Wijaya dan Adib (2019) yang menyebutkan bahwa UMKM yang tidak melakukan penyesuaian strategi bisnis berisiko mengalami stagnasi atau penurunan daya saing dalam pasar yang dinamis

Business Model Canvas (BMC) menawarkan pendekatan yang sistematis dalam menganalisis sembilan elemen utama bisnis, seperti segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, serta sumber daya utama (Osterwalder & Pigneur, 2010). Dengan memanfaatkan BMC, Lita Glass Painting dapat mengidentifikasi keunggulan kompetitif, merancang strategi ekspansi, serta meningkatkan efektivitas pemasaran dan operasional. Implementasi strategi berbasis BMC akan memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai potensi pengembangan usaha, peningkatan nilai produk, serta penetrasi pasar yang lebih luas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis model bisnis Lita Glass Painting serta merumuskan strategi pengembangannya dengan pendekatan BMC guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Bagaimana strategi bisnis yang diterapkan oleh Lita Glass Painting Malang saat ini ditinjau melalui pendekatan Business Model Canvas?
2. Bagaimana analisis SWOT dapat digunakan untuk mengevaluasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi elemen-elemen utama dalam model bisnis Lita Glass Painting Malang?
3. Bagaimana strategi alternatif pengembangan model bisnis baru dengan pendekatan Business Model Canvas yang relevan bagi Lita Glass Painting Malang?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Untuk memetakan strategi bisnis yang diterapkan oleh Lita Glass Painting Malang saat ini ditinjau melalui pendekatan Business Model Canvas.
2. Untuk menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi elemen-elemen utama dalam model bisnis Lita Glass Painting Malang
3. Untuk merumuskan strategi alternatif model bisnis baru dengan pendekatan Business Model Canvas yang relevan bagi pengembangan usaha Lita Glass Painting Malang.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan secara praktis maupun secara teoritis.

##### a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, Penelitian ini akan memberikan kontribusi bagi pengembangan teori-teori khususnya dalam konteks industri kerajinan tangan. Dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan tentang penerapan model bisnis yang efektif dalam usaha kecil dan menengah (UKM). Hasil dari penelitian ini juga dapat dijadikan bahan acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian terkait strategi pengembangan bisnis melalui BMC.

##### b. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan oleh Lita Glass Painting untuk dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dalam model bisnis mereka, serta merumuskan strategi yang lebih efektif untuk pengembangan jangka panjang. Hasil penelitian ini dapat dijadikan pedoman bagi pelaku bisnis lain di sektor kerajinan tangan, terutama yang ingin mengembangkan strategi bisnis mereka melalui pendekatan Business Model Canvas