



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Setiap orang memiliki ide yang sangat luar biasa, tetapi yang di kenal oleh orang ialah orang yang berhasil mewujudkannya. Dalam dunia riset mereka adalah inventor, para penemu produknya yang dipakai oleh masyarakat. Dalam dunia bisnis mereka adalah wirausahawan yang berhasil menjadikan ide menjadi sebuah peluang bisnis besar.(Ilham, 2013)

Sebuah ide tidak akan menjadi apa-apa jika tidak dieksekusi, maka dari itu di eksekusi langsung. Sebaliknya eksekusi langsung sebuah ide juga dapat mengakibatkan pemborosan waktu dan biaya yang luar biasa, maka dari itu bagaimana cara mengeksekusi sebuah ide tersebut dengan cara yang cepat dan efisien.(Ilham, 2013)

Alat yang dapat mengubah ide tersebut ialah model bisnis (*bussines model*), model bisnis menyederhanakan realitas bisnis yang kompleks menjadi elemen-elemen yang mudah untuk dibuat, pada dasar nya orang mengetahui *bussines plan* atau dalam materi studi kelayakan sebagai awal memulai sebuah bisnis. Namun pada dasarnya business plan umumnya dibuat dengan sangat terperinci.(Hutamy et al., 2021)

Bussines model adalah sebuah alat atau metode yang dasar yang memaparkan sebuah bisnis mendapat sebuah keuntungan yang lebih, bussines model menjadi salah satu cara bagaimana seseorang menjalankan bisnis agar berbeda dengan kompetitornya hal itu berguna untuk menaik kan jumlah

pasar target bisnis, dengan begitu pelanggan akan menyukai produk atau bisnis yang sedang dijalankan oleh pebisnis.

Namun tak hanya itu dalam dunia bisnis ada beberapa model bisnis yang dapat di kembangkan dan di terapkan dalam bisnis yang sedang digeluti seorang pebisnis untuk menyusun strategi agar produk yang sedang di pasarkan dapat bersaing dengan para kompetitornya, berikut ialah model bisnis yang sering dipakai para pebisnis untuk meningkatkan pasar,

1. Franchisee / waralaba, pada model bisnis ini seseorang perusahaan besar akan memberikan keistimewaan hak-hak yang dipakai, sisitem ini mencakup perusahaan kecil atau besar untuk menjalankan bisnis waralaba tersebut di tempat-tempat tertentu(Malik, 2007)
2. Subcribsion, ialah model bisnis yang didapat atas langganan yang di peroleh dari sebuah produk tertentu
3. Marketplace ialah sebuah penjualan yang mempertemukan penjual dan pembeli secara online
4. Dropship ialah sebuah model bisnis yang isinya menjualkan produk ke konsumen secara online tetapi juga produk tersebut datang dari pihak lain
5. Manufaktur ialah model bisnis yang dimana perusahaan tersebut menjual barang mentah dan dijual pada konsumen berupa barang mentah tersebut
6. Partnership ialah model bisnis yang terjadi dua kesepakatan antara dua pihak atau lebih untuk menjalankan sebuah bisnis dan membagi



keuntungan tersebut, partnership biasanya berlaku untuk gabungan perorangan

Dalam sebuah bisnis pasti para pengelola bisnis ingin bisnis nya terus berkembang, karena itu para pemilik bisnis harus memiliki sebuah strategi agar bisnis yang sedang digeluti tersebut berkembang dan dapat bersaing dipasar dengan para kompetitor. Untuk meningkatkan tersebut perlu sebuah pengembangan seperti hal nya mengembangkan system kemitraan atau partnership, dalam penurunan sebuah performa perusahaan dapat menggambarkan kinerja perusahaan yang tidak maksimal, agar kinerja perusahaan dapat meningkat perlu menerapkan system model bisnis yang tepat.(Suparyanto dan Rosad (2015, 2020)

Model bisnis partnerhip memberikan sebuah gambaran yang membuat bisnis yang sedang dijalani dapat meningkat, karena hal tersebut dapat menekan biaya distribusi dan biaya pengemasan dan juga dapat dapat meningkatkan volume penjualan dengan waktu yang singkat karena bermitra atau berpartner dengan pebisnis yang sama, dan juga dari menerapkan system partnership perusahaan juga mendapatkan keuntungan dari sumberdaya yang dimiliki oleh mitra mereka untuk menciptakan kekuatan yang kuat di pasar.(Suparyanto dan Rosad (2015, 2020)

Kemitraan atau yang dikenal dengan persekutuan adalah secara sukarela dari dua orang atau lebih untuk bersama-sama dalam kegiatan usaha dan ber partnership untuk memperoleh keuntungan. Bentuk kemitraan ada hak dan kewajiban yang disepakati oleh kedua pihak, dan hak tersebut dalam



bentuk perjanjian atau ditentukan oleh undang-undang.(Melyanti, 2014)

Berikut ialah penjelasan kemitraan atau partnership menurut para ahli:

1. Menurut Mohr dan speakman partnership adalah strategi hubungan yang dibangun perusahaan yang secara sengaja di rancang atau dibangun antara perusahaan untuk mendapatkan manfaat dan bersama saling ketergantungan yang tinggi.
2. Menurut farazmand kemitraan atau partnership ialah mengandung usaha bersama dan sukarela untuk mencapai tujuan bersama. Dalam konteks tata kelola yang baik, kemitraan yang baik, kemitraan sangat penting didukung oleh para pemangku kepentingan, yang artinya warga negara yang berkepentingan dalam proses tersebut.
3. Menurut sumarto partnership adalah hubungan antara pemerintah dan sektor swasta dalam rangka mencapai suatu tujuan berdasarkan, kesetaraan, kepercayaan, dan kemandirian.

Manfaat strategi partnership atau kemitraan adalah terjadinya sebuah kesinergian dan setiap pebisnis mendapat keuntungan lebih dalam bermitra, proses kerja dan hasil menjadi lebih cepat karena informasi yang luas, perusahaan yang fleksibel, adanya pembagian resiko, mengurangi akan kebutuhan capital karena perusahaan berkonsentrasi atas pada kompetensi inti efektif, kemampuan setiap mitra akan meningkat, karena adanya kesamaan informasi yang akan mendapat keunggulan dari para partner mitra yang lain, akan tercapainya efisiensi dan efektifitas.(Purba, 2008)

Tujuan dari bermitra atau partnership sendiri adalah agar perusahaan tersebut dapat *survive* dalam menghadapi persaingan pasar yang sangat ketat,





karena itu perusahaan memerlukan manajemen strategi yang tepat dalam membuat model bisnis tersebut, tujuan lainnya perusahaan dapat mengevaluasi dan mengimplementasikan model bisnis partnership dengan benar sehingga perusahaan dapat mencapai tujuannya.(Purba, 2008)

Menerut penelitian (Jane, 2011) Agar kemitraan yang dilakukan perusahaan dapat meningkatkan kapabilitas inovasi dan teknologikalnya maka perusahaan dapat menggunakan inisiatif manajemen pengetahuan (Model 3 D). Pada tahap Discover, perusahaan dapat melakukan eksplorasi berbagai pengetahuan yang dimiliki mitra baik yang sifatnya tacit maupun eksplisit. Pada tahap ini aktivitas yang dilakukan adalah mengumpulkan/menggali informasi, ketrampilan, dan pengalaman dari individu kunci di perusahaan mitra. Tahap Develop adalah merupakan tahap dalam hal menghasilkan atau mengembangkan sebuah pengetahuan yang berasal dari kondisi nyata di organisasi. Penciptaan atau pengembangan pengetahuan ini akan mendukung kapabilitas organisasi dan peningkatan modal insani organisasi. Tahap Disseminate merupakan tahap penyebaran pengetahuan ke seluruh jajaran organisasi dan individu. Pemanfaatan teknologi informasi yang memberikan kemudahan akses (on-line) kapan saja serta dari mana saja merupakan sebuah sarana untuk melakukan tahap diseminasi. Secara spesifik, untuk mendorong keberhasilan model 3 D, perusahaan perlu membentuk secara spesifik kelompok kerja (pokja) knowledge management saat melakukan kemitraan. Oleh karena itu, pada saat kemitraan akan dilaksanakan dan sudah berada pada tahap kesepakatan, aspek strategis lainnya yang perusahaan perlu tetapkan adalah adanya pokja KM



(jika belum ada). Kelompok kerja ini selanjutnya bertanggung jawab pada usaha untuk memperoleh, menyerap dan memindahkan pengetahuan mitra ke seluruh anggota organisasi

Melihat dari penelitian terdahulu bahwa kemitraan tidak selalu membuat program atau tujuan tercapai. Untuk itu melihat keberhasilan kendala apa yang terjadi dalam bisnis model partnership yang sudah dijalankan oleh sebuah perusahaan. Permasalahan yang diajukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah bagaimana pola kemitraan yang dijalankan oleh owner atau pebisnis dalam meningkatkan penjualan di tengah persaingan pasar yang sangat ketat, bagaimana cara perusahaan tersebut *survive*, proses apa saja yang telah dilakukan dalam mencapai keberhasilan partnership, dan manfaat apa saja yang diperoleh masing-masing kelompok partnership dari adanya sebuah kemitraan tersebut.

Untuk menjawab permasalahan tersebut penulis atau peneliti menggunakan metode *kualitatif deskriptif*. Data yang diperoleh melalui observasi, wawancara, dan memanfaatkan sumber dari dokumen.

UD sumber kasur yang terletak kecamatan sumobito desa curahmalang didusun budugsidorejo yang pemiliknya bernama bapak miftakhul fauzi menjual berbagai jenis kasur busa dan yang menjadikan perusahaan ini ialah menjual produk yang unik dan berbeda dengan para kompetitornya ialah jenis kasur busa Palembang, sebenarnya kasur busa Palembang seringkali dijumpai oleh para kita konsumen, namun UD.Sumber Kasur mengemas nama tersebut menjadi daya tarik tersendiri untuk para konsumen, tak hanya itu UD KASUR BUSA ini juga menjual berbagai



macam produk kasur busa, seperti kasur busa Palembang, kasur busa dakron, kasur busa lipat dan kasur busa sponeva. Pada saat ini perusahaan tersebut menerapkan system model bisnis marketplace melalui media social, dalam menggunakan metode tersebut pemilik mengalami kesulitan dalam menjalankan model bisnis tersebut, selain itu owner juga menjalankan model bisnis partnership namun belum terjalankan secara maksimal, oleh karena itu mengalami penambahan dan penurunan konsumen pada calon pelanggan dan pelanggan yang sudah ada, permasalahan ini diangkat agar perusahaan dapat menjalankan bisnis secara kompetitif.

Namun dari hasil menjalankan model bisnis partnership yang belum terjalankan secara maksimal pemilik bisnis tersebut berpendapat bahwa terjadi hal yang sedikit signifikan antar mitra kerja dan para konsumen, hal itu didukung oleh sedikit meningkatnya penjualan yang terjadi berikut hasil penjualan yang di dukung oleh data hasil wawancara, hasil penjualan dapat dilihat dari tabel berikut

Tabel Penjualan kasur UD. Sumber Kasur Pada periode 2021-2022

Tabel 1.1 penjualan pada tahun 2022

Bulan Tahun 2021	Kasur busa lipat	Kasur Palembang	Kasur dacron	sponeva	Total penjualan
Januari	500	1000	30	10	1.540
Februari	180	1.200	35	15	1.430
Maret	200	900	90	12	1.202
April	350	2.500	80	16	2.946



Mei	100	800	30	20	950
Juni	80	650	100	35	865
Juli	78	1.600	35	30	1.743
Agustus	100	1.200	75	35	1.410
September	120	1.000	80	29	1.229
Oktober	120	1.450	80	15	1.665
November	155	2.700	60	10	2.925
Desember	130	1.900	65	10	2.105

Bulan tahun 2022	Kasur lipat	Kasur Palembang	Kasur docran	Sponeva	Total penjualan
Januari	500	1.200	40	20	1.760
Februari	175	1.200	40	20	1.435
Maret	230	1000	86	20	1.336
April	355	2.875	80	15	3.325
Mei	100	950	40	15	1.105
Juni	100	800	90	25	1.015
Juli	85	1.500	55	20	1.660
Agustus	150	2.000	60	35	2.245
September	120	2.100	65	30	2.315
Oktober	120	2.400	70	25	2.615
November	140	2.300	80	40	2.560
Desember	100	2.000	60	28	2.188

Tabel 1.2 penjualan pada tahun 2022



Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi disetiap bulan. Dilihat pada perbandingan jumlah total barang yang dijual terutama pada bulan april tahun 2022 yang mengalami kenaikan sebesar 3.325 barang yang dijual dibandingkan bulan-bulan lainya yang mengalami kemerosotan hingga separuh penjualan dibulan april tahun 2022.

Dari tabel yang disajikan tersebut dapat disimpulkan bahwa penjualan yang dilakukan oleh usaha kasur busa UD. Sumber Kasur belum maksimal dalam mengelola kemitraan yang dibuat partnership merupakan salah satu strategi untuk meningkatkan penjualan.

Karena itu sebuah perusahaan perlu adanya menjalin hubungan kemitraan, dengan strategi kemitraan perusahaan akan sedikit halnya melihat hasil dari peningkatan penjualan yang di kelola perusahaan.

Berdasarkan dari latang belakang tersebut, maka peneliti ingin melakukan penelitian lebih jauh lagi dibidang partnership tersebut, yakni mengenai model bisnis partnership untuk meningkatkan penjualan di UD. Sumber Kasur jombang.

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana partnership (kemitraan) yang ada di UD Sumber Kasur Jombang
2. Bagaimana implementasi partnership untuk meningkatkan penjualan pada UD Sumber Kasur Jombang
3. Apa saja kendala yang dihadapi dalam dalam penerapan model bisnis partnership di UD Sumber Kasur Jombang



1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui cara kemitraan yang ada di ud sumber kasur jombang
2. Untuk menganalisis penerapan model bisnis partnership yang dilakukan di ud sumber kasur jombang
3. Untuk menganalisis kendala apa saja yang dialami dalam penerapan model bisnis partnership

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi pembelajaran keilmuan dan referensi yang dapat dijadikan sumber informasi yang berkaitan dengan model bisnis partnership pada usaha, untuk pengembangan teori kognitif yang membahas tentang model bisnis

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk bahan pertimbangan dalam kajian atau penerapan model bisnis partnership pada usaha UD. Sumber Kasur

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan proposal skripsi ini menggambarkan secara singkat masing-masing bab mengenai pembahasan yang ada didalam penelitian, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami gambaran penulisan proposal skripsi, berikut sistematika penulisan :

1) BAB I : PENDAHULUAN

Bagian ini membahas latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

2) BAB II : TINJAUAN PUSTAKA



Bagian ini membahas penelitian terdahulu yang digunakan sebagai acuan penelitian, kajian teori mengenai teori-teori yang digunakan dalam penelitian, kerangka pemikiran yang secara garis besar membahas alur berjalannya penelitian.

3) BAB III : METODE PENELITIAN

Bagian ini membahas mengenai metode yang digunakan dalam proses penelitian yang memuat metode pendekatan dan penelitian, kehadiran penelitian, data dan sumber data, informan penelitian, prosedur penelitian atau proses perekaman data, teknik analisis data serta pengecekan keabsahan temuan.