

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Bisnis *Food and Beverages (F&B)* atau bisnis makanan dan minuman sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat sekarang karena merupakan salah satu sektor bisnis yang padat diminati oleh pelaku bisnis. Sebagian besar para mahasiswa maupun pebisnis kelas atas pun tertarik untuk membuka bisnis makanan dan minuman. Dari kacamata bisnis, usaha *F&B* memang banyak peminatnya karena peluang untuk menghasilkan keuntungan sangatlah besar. Bisnis *F&B* sendiri sangat beragam mulai dari yang kecil seperti kedai minuman bobba hingga yang besar seperti kafe atau restoran. Makanan dan minuman adalah kebutuhan utama manusia, sehingga kapan pun dan di mana pun bisnis ini akan tetap selalu ada.

Dalam rangka memenuhi kebutuhan pasar, bisnis makanan dan minuman semakin hari semakin berkembang. Untuk membuat penasaran masyarakat, banyak juga inovasi bisnis baru yang membuat masyarakat tertarik untuk mencoba karena bentuk dan rasanya yang unik. Banyak cara yang pelaku bisnis lakukan untuk memasarkan tempat makannya seperti menonjolkan hal unik yang menjadi ciri khas dari tempat makannya seperti pelayanan, jenis makanan, hingga tempat yang ikonik agar menjadi tempat makan yang padat dikunjungi oleh konsumen setiap harinya, jumlah tempat makan di Bandung dapat dilihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1. 1 Jumlah Tempat Makan di Bandung

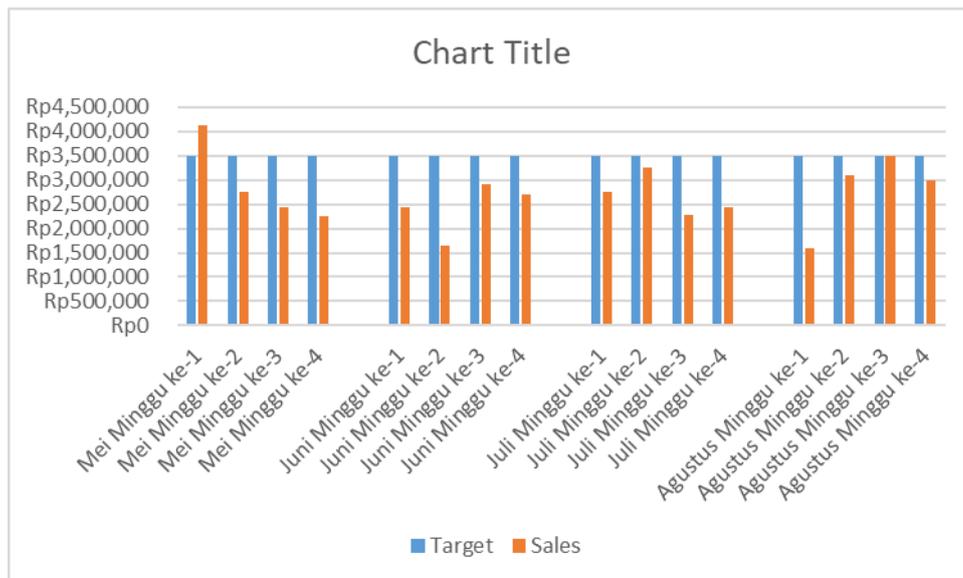
Tahun	Jumlah Tempat Makan
2013	196
2014	235
2015	432
2016	653
2017	795
2018	967

(Sumber: <https://jabar.bps.go.id>)

Tabel 1.1 memperlihatkan data dari (BPSJabar, 2018) di Kota Bandung pada tahun 2018 terdapat 967 tempat makan yang terdiri dari rumah makan, restoran, dan kafe. Jumlah ini tentunya akan bertambah setiap tahun, banyaknya jumlah pesaing di Kota Bandung ini tentunya akan mendorong para pelaku bisnis *F&B* untuk mencari cara agar dapat bersaing di bisnis *F&B* ini guna meningkatkan jumlah konsumen yang datang ke tempatnya.

Tearis Tea Bar merupakan sebuah kafe yang berdiri pada tahun 2019 pada bulan Mei akan tetapi karena karena beberapa hal akhirnya dibuka pada bulan mei 2020, dan terletak di Jalan Sekar Tonggeret no.19, Bandung 40264.

Saat ini Tearis Tea Bar menggunakan media sosial seperti Instagram dan juga *word of mouth* guna menarik pengunjung. Tearis Tea Bar juga sudah bekerjasama dengan pihak ojek *online* agar memudahkan konsumen mendapatkan produknya, hasil penjualan mingguan Tearis Tea Bar dapat dilihat pada Gambar 1.1.



Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Mingguan Tearis Tea Bar

Gambar 1.1 menjelaskan bahwa pada minggu pertama bulan Mei Tearis Tea Bar dapat memenuhi target penjualannya, akan tetapi pada minggu kedua bulan Mei sampai dengan minggu kedua bulan Agustus penjualan Tearis Tea Bar tidak stabil dan juga tidak memenuhi target penjualan. Pada minggu pertama Tearis Tea Bar menjual berbagai macam makanan dan minuman, makanannya terdiri dari makanan asia dan barat sedangkan untuk minuman Tearis Tea Bar menjual

berbagai macam minuman olahan berbahan dasar teh dengan harga berkisar dari Rp 30,000 hingga Rp 40,000. Target pasar dari Tearis Tea Bar adalah anak SMA hingga pegawai kantoran dengan rentang umur 18-35 tahun selain itu target pasar yang diincar oleh Tearis Tea Bar adalah orang-orang yang tidak suka kopi namun suka minuman berbasis teh. Jam operasional Tearis Tea Bar mulai pukul 10.00 hingga 21.00 WIB. Tearis Tea Bar memiliki keunggulan karena menawarkan konsep *open bar* dimana konsep ini memperbolehkan konsumen untuk membuat minumannya sendiri dengan arahan *baristea*. Saat ini Tearis Tea Bar memiliki 8 pegawai *part time* yang bekerja sebagai baristea dan 7 pegawai *part time* yang bekerja sebagai koki. Akan tetapi setelah minggu ke-3 Tearis Tea Bar melakukan beberapa perubahan seperti harga minuman berkisar Rp 15,000 hingga Rp 25,000 dan perubahan jam operasional Tearis Tea Bar menjadi mulai pukul 15.00 hingga 21.00 WIB, perubahan tersebut karena ada masalah internal Tearis Tea Bar.

Akan tetapi *café* ini menghadapi banyak kendala yang dihadapi seperti kurang disiplin karyawan, yang menyebabkan terhambatnya pembukaan Tearis Tea Bar setelah *re-branding* pada bulan Desember 2019, konsep yang masih berubah dan belum *fix* sehingga perlu adanya strategi yang jelas untuk *value proposition*. Konsumen bingung terutama perihal memesan makanan atau minuman dari yang sebelumnya terdapat pegawai yang bertugas sebagai *server* sekarang tidak ada, sehingga pada *Customer Relationship* perlu diperjelas lagi. Selain itu pada blok *Key Activities* terdapat keluhan pelanggan yang disampaikan kepada pemilik seperti pesanan yang terlewat dan lupa diproses sehingga menambah waktu tunggu, dan pemasaran yang kurang. Dengan mempunyai minuman yang berciri khas dengan basis teh membuat model bisnis Tearis Tea Bar mempertimbangkan perlu ada tindak lanjut untuk merancang model bisnisnya dengan menemukan dan memahami karakter (ciri khas), *value* yang akan ditawarkan kepada konsumen serta memahami segmen konsumen dilokasinya sehingga dapat bertahan dalam persaingan dalam dunia bisnis *F&B*.

Memperhatikan masalah di atas, guna meningkatkan kepuasan pelanggan sehingga dapat meningkatkan pasar, maka model bisnis yang sesuai menggunakan pendekatan model bisnis *kanvas*.

Bisnis model kanvas tidak hanya digunakan untuk memotret model bisnis perusahaan saat ini, namun juga dapat digunakan sebagai alat untuk memberikan usulan rancangan model bisnis yang baru dan dilanjutkan usulan strategi berdasarkan *Strength, Weakness, Opportunity, Threat (SWOT)* seperti lingkungan eksternal dan internal perusahaan dan memaksimalkan kekuatan serta peluang untuk dapat meminimalisir kelemahan ancaman dari luar.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang dapat diambil dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gambaran kondisi eksisting dan model bisnis eksisting Tearis Tea Bar ?
2. Bagaimana merancang model bisnis yang tepat untuk Tearis Tea Bar menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*?
3. Bagaimana strategi pengembangan model bisnis yang dapat direkomendasikan untuk Tearis Tea Bar dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi pada perumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini antara lain :

1. Mengidentifikasi kondisi eksisting dan model bisnis eksisting Tearis Tea Bar;
2. Mengetahui model bisnis yang tepat untuk Tearis Tea Bar menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)*;
3. Memberikan rekomendasi untuk pengembangan model bisnis Tearis Tea Bar berdasarkan pendekatan *Business Model Canvas*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian untuk dunia akademik antara lain :

1. Manfaat yang didapat bagi peneliti dari penelitian ini yaitu untuk memenuhi syarat kelulusan Tugas Akhir;

2. Sebagai referensi dan dapat memberikan kontribusi dalam pembuatan penelitian dan kajian mengenai analisis dan rancangan *Business Model Canvas* pada usaha f&b yang lainnya.

Manfaat penelitian untuk perusahaan antara lain :

1. Memberikan usulan strategi yang dapat diimplementasikan terhadap model bisnis Tearis Tea Bar.

1.5 Batasan Masalah

Adapun batasan penelitian kali ini dalam penelitian ini

1. Batasan yang dilakukan di Tearis Tea Bar dan hanya sampai dengan tahap pegujian model bisnis berdasarkan strategi usulan yang telah dirumuskan;
2. Tidak sampai pada tahap implementasi menggunakan model bisnis usulan.

1.6 Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran mengenai latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, Batasan masalah dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini menjelaskan teori-teori yang mendasari dan mendukung permasalahan yang dibahas. bab ini juga membahas teori serta konsep yang berhubungan secara rinci.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini menjelaskan langkah-langkah penelitian yang digunakan secara rinci mengenai sistematika pemecahan masalah dan model konseptual yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini menjelaskan tahapan proses pengumpulan data serta pengolahan data yang digunakan untuk menyelesaikan masalah dalam penelitian ini.

BAB V ANALISIS

Bab ini menjelaskan mengenai analisis dan pembahasan dari hasil pengolahan data yang telah didapatkan pada bab sebelumnya guna mencapai tujuan penelitian.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Merupakan akhir dari penelitian yang berisi uraian dan penjelasan kesimpulan dari seluruh tahapan dan proses yang telah dilakukan dan saran untuk perbaikan bagi penelitian selanjutnya.