

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

#### 1.1.1 Profil Perusahaan

Sunda *coffee space* adalah sebuah *coffee shop* yang didirikan oleh dua orang bersaudara yaitu Faris Rahmat dan Dede Rizal. Pada tanggal 3 November 2016, usaha ini berdiri dengan nama Sunda *Coffee* yang berawal dari kedai kecil yang terletak di daerah tempat wisata di Sukabumi yaitu di Gunung Sunda yang berada di wilayah Desa Padaasih Kecamatan Cisaat, Kabupaten Sukabumi. Konsep awal dari Sunda *Coffee* adalah tempat yang sederhana mirip dengan salah satu bangunan khas Jawa Barat yang bermaterial bambu karena memanfaatkan dari area Wisata Gunung Sunda yang memiliki banyak pohon bambu. Nama Sunda *Coffee* diambil dari lokasi yang bertempat di daerah yang memiliki kebudayaan sunda.

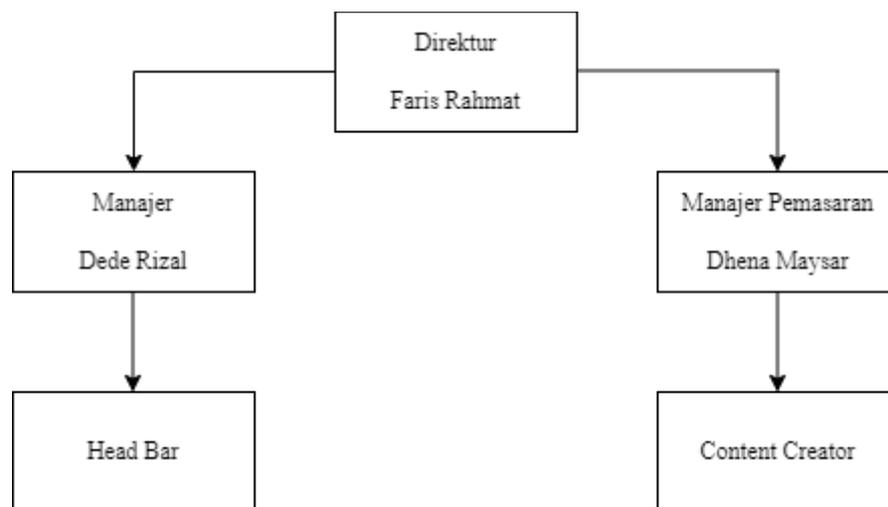
Pada tanggal 2 Desember 2018, Sunda *Coffee* berpindah lokasi ke daerah pusat kota yaitu di Jalan Cikole Dalam Nomor 38, Cikole, Kecamatan Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat karena sudah habis kontrak dengan pihak Wisata Gunung Sunda. Pada saat berpindah lokasi, Sunda *Coffee* juga menambahkan nama pada belakang nama merek menjadi Sunda *Coffee Space*. Sunda *Coffee Space* juga mengusung konsep *Space* area seperti *coworking*, *coffee sharing* dan juga memfasilitasi beberapa komunitas untuk berkegiatan tetapi tetap fokus kepada produk kopi untuk bisnisnya. Selain sebagai bisnis yang mendapatkan keuntungan, Sunda *Coffee Space* juga ingin bermanfaat bagi lingkungan terutama konsumen dimana ditempat tersebut konsumen bisa bersosial dan menemukan ide-ide baru dengan berkomunikasi dengan yang lain.



**Gambar 1.1 Logo Perusahaan**

*Sumber: Pihak Internal Sunda Coffee Space (2021)*

Logo Sunda Coffee Space dapat dilihat pada Gambar 1.1, logo tersebut mempunyai filosofi dimana warna merah tersebut identik dengan warna yang ceria dan hanya bentuk garis saja. Arti dari garis tersebut memiliki arti menaungi atau bisa memfasilitasi kegiatan sesuai konsep dari Sunda Coffee Space.



**Gambar 1.2 Struktur Organisasi Sunda Coffee Space**

*Sumber: Pihak Internal Sunda Coffee Space (2021)*

## **1.2 Latar Belakang Penelitian**

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan sektor yang penting dan besar kontribusinya dalam mewujudkan sasaran-sasaran pembangunan ekonomi nasional, seperti pertumbuhan ekonomi, kesempatan kerja, peningkatan devisa negara, dan pembangunan ekonomi daerah. Seperti yang tertuang di dalam UU No. 20 Tahun 2008 pasal 3 tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka

membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Sektor Usaha Mikro Kecil (UMK) menjadi sektor yang dominan dan memegang peranan penting terhadap perekonomian di Jawa Barat dibandingkan dengan sektor lain yaitu Usaha Menengah Besar (UMB). Kondisi ini terlihat dari jumlah usaha di Jawa Barat tahun 2021. Pada tahun 2021, berdasarkan informasi dari website Dinas Pariwisata Jawa Barat jumlah usaha di Jawa Barat sebanyak 6.257.390 unit dengan perincian 6.163.530 unit atau 98,5% sektor UMK dan 93.860 unit atau 1,5% adalah sektor UMB yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Jawa Barat (Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2021).

Kota Sukabumi adalah kota bagian dari provinsi Jawa Barat yang pada saat ini mulai banyak masyarakat yang berwirausaha. Dari data yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Jawa Barat dalam websitenya bahwa Kota Sukabumi berada di peringkat 26 berdasarkan urutan dari Kota/Kab di Jawa Barat yang memiliki UMKM terbanyak dimana Kota Sukabumi memiliki 53.979 UMKM yang bergerak diberbagai bidang usaha. (Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2021).

Berdasarkan data diatas tentunya pada saat ini persaingan antar usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) dimana jumlah pelaku UMKM sudah banyak dan berpotensi akan semakin meningkat membuat pendapatan para pelaku usaha semakin berkurang. Persaingan yang semakin kompetitif membuat para pelaku usaha harus memiliki keunggulan agar dapat bersaing di pasar dan mendapatkan peluang lebih besar untuk usaha yang berkelanjutan. Para pelaku usaha harus mendorong agar dapat menciptakan efisiensi biaya dan diferensiasi produk.

Pada saat ini, perkembangan bisnis di Kota Sukabumi salah satunya usaha kuliner tumbuh pesat hingga 200 persen (Iman & Alamsyah, 2021). Usaha Kuliner dinilai sebagai salah satu jenis usaha yang cukup menjanjikan. Terutama pada era globalisasi seperti sekarang ini, dimana perkembangan jaman yang semakin maju dan berkembang, sehingga banyak jenis bisnis yang juga semakin berkembang. Salah satu bagian dari bisnis kuliner adalah *Coffee shop* yang akan diteliti dalam persaingan usahanya.

*Coffee shop* menurut Metelka (1981:93), adalah tempat makan yang dikelola dengan keahlian profesional yang menyediakan minuman atau makanan ringan untuk klien secara informal tanpa mengikuti pedoman layanan yang khas. *Coffee shop* juga dapat dianggap sebagai restoran yang dimulai sebagai lokasi untuk menikmati secangkir kopi.

**Tabel 1.1 Pertumbuhan Usaha Cafe Atau Coffee Shop di Kota Sukabumi**

Tahun	Jumlah	Persentase Kenaikan
2015	80	0%
2016	87	9%
2017	87	0%
2018	98	13%
2019	106	8%
2020	130	23%

*Sumber: Dinas Pariwisata Jawa Barat (2021)*

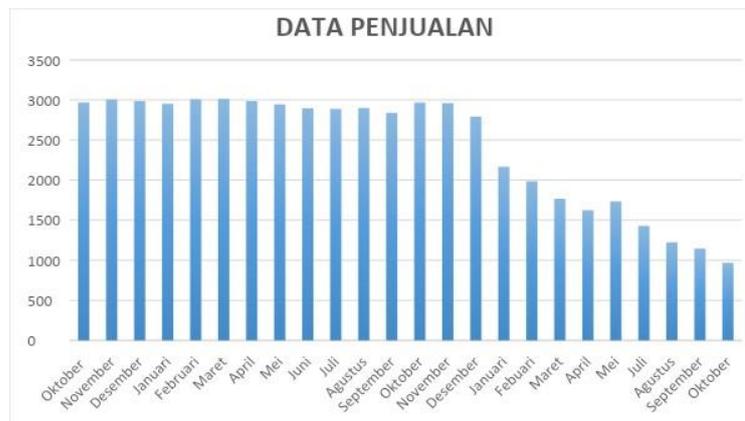
Di kota Sukabumi pada tahun 2017, Coffee shop menjadi peluang bisnis yang cukup besar, karena jumlah pelaku bisnis Coffee shop cukup sedikit yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang memiliki jumlah pelaku usaha 87 Unit. Sunda *Coffee Space* adalah Coffee shop di Kota Sukabumi yang akan menjadi objek penelitian. Sunda *Coffee Space* adalah salah satu perusahaan yang berkomitmen untuk hal ini. Motif Space Area diadopsi oleh Sunda *Coffee Space* pada tahun 2017. Seiring berjalan waktu banyak pelaku usaha kopi yang juga memanfaatkan peluang mendirikan *coffee shop* dengan berbagai konsep yang unik. Dapat dilihat juga pada Tabel 1.1 bahwa peningkatan pelaku usaha kopi setiap tahunnya mengalami beberapa peningkatan. Selain meningkatnya pesaing, pada tahun 2020 juga Indonesia mengalami pandemik yang disebabkan oleh virus Covid-19, dimana hal tersebut mempengaruhi usaha yang sedang berjalan. Sebuah inisiatif pemerintah yang disebut Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) membatasi aktivitas orang Indonesia di luar rumah untuk membantu mencegah penyebaran virus.



**Gambar 1. 3 Linimasa Kebijakan PPKM**

*Sumber: Data diolah penulis (2021)*

Berdasarkan Gambar 1.3, Pemerintah Indonesia terlebih dahulu memberlakukan Penerapan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM), sebagai tanggapan atas peningkatan kasus Covid-19 setelah liburan Natal dan Tahun Baru. Tentunya hal itu sangat berdampak pada usaha karena berkurangnya pengunjung yang menjadikan penjualan dan pendapatan berkurang setiap bulannya. Dapat dilihat pada Gambar 1.3, dimana pada bulan Januari 2021 usaha mulai mengalami penurunan penjualan dan mengalami kenaikan kembali pada bulan Mei lalu kembali turun pada bulan Juni karena pada bulan Mei adanya pelanggaran PPKM (DetikNews, 2021).



**Gambar 1.4 Grafik penjualan produk Sunda *Coffee Space*  
Oktober 2019-Oktober 2021**

*Sumber: Pihak Internal Sunda Coffee Space (2021)*

Berdasarkan data diatas, Sunda *Coffee Space* harus dapat menyesuaikan dengan kondisi saat ini dan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis agar dapat memaksimalkan penjualan. Dapat dilihat juga pada grafik pada Gambar 1.2 bahwa penjualan memiliki penurunan setiap bulannya sejak tahun 2020-2021. Berdasarkan hal tersebut, untuk dapat bersaing dan berkembang salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Sunda *Coffee Space* adalah dengan menciptakan strategi-strategi baru (Zarth, 2021). Selain itu, perusahaan juga harus dapat menciptakan model bisnis yang tepat (Pascalis, 2017). Maka dari itu, Sunda *Coffee Space* harus memiliki model bisnis yang baru agar dapat mempunyai strategi baru untuk meningkatkan penjualan dan bersaing dengan kompetitornya.

Strategi berorientasi masa depan karena mempengaruhi kesejahteraan jangka panjang suatu perusahaan, yang biasanya setidaknya selama lima tahun (Umar, 2020). Perusahaan harus memahami model bisnis mereka saat ini untuk merancang strategi untuk menghadapi keadaan ini. Model bisnis yang menjelaskan mengapa dan bagaimana nilai diciptakan, disampaikan, dan ditangkap (Osterwalder & Pigneur, 2017).

Dengan memahami model bisnis saat ini, dapat menemukan model bisnis untuk membantu perusahaan tumbuh dan meningkatkan model bisnis masa depan. Dalam beberapa keadaan, perusahaan akan mampu bersaing untuk menguasai pasar

dan dapat meningkatkan pendapatan. *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT adalah dua model bisnis yang dapat digunakan untuk membantu bisnis.

*Business Model Canvas* adalah alat untuk membuat diagram, memvisualisasikan, mengevaluasi, dan memperbarui model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2017). Untuk dapat bersaing dan mengoptimalkan pendapatan, *Business Model Canvas* dapat digunakan sebagai alternatif desain model bisnis baru. Sedangkan menurut Freddy Rangkuti (Rangkuti, 2017:26) “Analisis SWOT adalah metode perencanaan strategis yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu proyek atau suatu spekulasi bisnis. Keempat faktor itulah yang membentuk akronim SWOT (*strengths, weaknesses, opportunities, dan threats*)”. Hal ini dimanfaatkan untuk mengoptimalkan kekuatan dan kemungkinan perusahaan, dengan tujuan pada akhirnya mampu mengatasi kelemahan dan ancaman yang ada (Pratama & Azis, 2018). Dalam hal ini, analisis SWOT merupakan pendukung *Business Model Canvas* dalam mengevaluasi model bisnis perusahaan saat ini.

### **1.3 Perumusan Masalah**

Mengetahui model saat ini memungkinkan perusahaan membuat model bisnis yang akan membantu meningkatkan dan menyempurnakannya di masa mendatang. Untuk dapat bersaing dan mengoptimalkan pendapatan, *Business Model Canvas* mungkin menjadi pilihan yang layak untuk desain model bisnis baru. Sunda *Coffee Space* salah satu bisnis yang dapat menerapkan model bisnis tersebut karena mengalami penurunan penjualan produk. Sebagai hasil dari uraian tersebut, penulis memilih judul “**Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Menggunakan *Business Model Canvas (BMC)* dan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Sunda *Coffee Space*)**”.

Berdasarkan uraian diatas permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Sunda *Coffee Space* saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana Analisis SWOT berdasarkan 9 blok elemen *Business Model Canvas* Sunda *Coffee Space*?
3. Bagaimana rekomendasi model bisnis untuk Sunda *Coffee Space*?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang disebutkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melihat model bisnis Sunda *Coffee Space* saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk melihat Analisis SWOT terhadap *Business Model Canvas* Sunda *Coffee Space*
3. Untuk memberikan rekomendasi model bisnis Sunda *Coffee Space* yang baru.

#### **1.5 Manfaat Penelitian**

##### **1.5.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan dan juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam mengembangkan strategi bisnis menggunakan model bisnis SWOT *Analysis* dan *Business Model Canvas*.

##### **1.5.2 Manfaat Praktis**

1. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi hal yang bermanfaat dalam menerapkan pengetahuan penulis mengenai strategi dalam mengembangkan suatu bisnis.
2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai strategi dalam mengembangkan bisnis.
3. Bagi Sunda *Coffee Space* penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan menjadikan bahan evaluasi dalam mengembangkan strategi bisnis agar dapat meningkatkan penjualan produk.

## **1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir**

Sistematika berikut akan diperkenalkan satu per satu dalam penulisan ini:

### **a. BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini membahas latar belakang, konsep penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan landasan teori untuk penelitian yang memanfaatkan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT, dengan tujuan memberikan pengetahuan tentang teori-teori yang relevan yang dapat dimanfaatkan sebagai landasan teoritis untuk melakukan penelitian.

### **c. BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini membahas langkah-langkah pemecahan masalah yang harus diikuti untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

### **d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini merupakan hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan penelitian, menyajikan hasil penelitian, membahas analisis yang dimulai dengan analisis data, penarikan, dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan, dan menyimpulkan dengan rekomendasi.

### **e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir dan menyajikan kesimpulan studi serta rekomendasi yang dibuat berdasarkan hasil penelitian.