

Perancangan Usulan Model Bisnis Pada Raul Coffee Dengan Menggunakan Pendekatan Business Model Canvas

Designing a Business Model Proposal at Raul Coffee Using the Business Model Canvas Approach

1st Muhammad Ilham Pratama

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

ilhamptrma@student.telkomuniversity.ac.id

2nd Sinta Aryani

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

sintatelu@telkomuniversity.ac.id

3rd Yudha Prambudia

Fakultas Rekayasa Industri
Universitas Telkom
Bandung, Indonesia

prambudia@telkomuniversity.ac.id

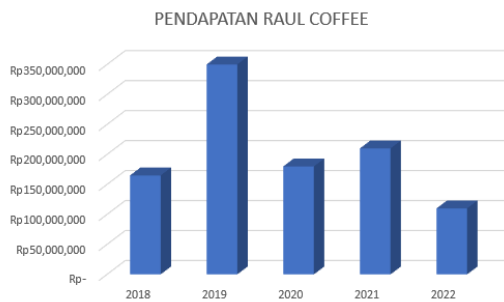
Abstrak— Raul Coffee merupakan kedai kopi yang berada di Kota Bandung. Permasalahan yang terjadi di Raul Coffee terdapat pada penurunan pendapatan, oleh karena itu dilakukan evaluasi model bisnis pada Raul Coffee dengan menggunakan pendekatan *business model canvas*. Pertama yang dilakukan adalah wawancara dengan *owner* dari Raul Coffee untuk mendapatkan *model bisnis canvas* eksisting, yang dimana terdapat permasalahan pada blok *channels*, *key activities*, *key partnership*, dan *value proposition*. Selanjutnya melakukan wawancara kepada konsumen dari Raul Coffee sebanyak 15 orang untuk mendapatkan *customer profile*. Kemudian yaitu menganalisis lingkungan bisnis dengan menggunakan data dari studi literatur yang bertujuan untuk menganalisis peluang dan ancaman. Setelah mendapatkan data tersebut tahap keempat akan dilakukan analisis SWOT kemudian tahap kelima membuat *value proposition canvas* untuk mencocokkan antara *value map* dengan *customer profile* pada Raul Coffee. Hasil dari perancangan model bisnis usulan pada Raul Coffee terdapat penambahan diciptakan *menu bundling*, diusulkan menambah *supplier* gelas plastik, diciptakan menu minuman baru, menjadikan dapat membawa makanan dari luar dan *tagline* : *coffee and friends are the perfect blend*, menambahkan *shopee food*, *tiktok* dan kolaborasi dengan *brand* makanan, dan *cost structure* yaitu untuk *instagram* dan *tiktok ads*, biaya pembuatan menu baru dan biaya kolaborasi.

Kata kunci— *raul coffee*, *business model canvas*, *customer profile*, *analisis lingkungan bisnis*, *SWOT*

I. PENDAHULUAN

Berdasarkan laporan Statistik Indonesia, jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada 2021. Jumlah itu meningkat sekitar 1,62% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 762,20 ribu ton. Sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto

(PDB) dengan enam belas subsektor yang ada di dalamnya, menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) pada tahun 2020 menyatakan bahwa 3 subsektor yang berkontribusi paling besar yaitu industri kuliner sebesar 41 persen, *fashion* sebesar 17 persen, dan kriya sebesar 14,9 persen dalam Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif, yang mana subsektor kuliner menjadi salah satu yang memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB). Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 mencapai hingga 250 ribu ton dan tumbuh sebanyak 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi rata-rata sebanyak 8,22%/tahun. Pada tahun 2021 pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton. Raul Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang berada di Kota Bandung yang didirikan pada tahun 2018, yang berlokasi di Jalan asmarandana no. 6 Kota Bandung. Lokasi dari Raul Coffee ini sendiri merupakan lokasi yang dapat terbilang cukup strategis karena berada didekat banyak sekolah seperti SMPN 28 Bandung dan SMAN 22 Bandung. Dengan memberikan fasilitas seperti Wi-fi yang dapat diakses oleh seluruh konsumen. Akan tetapi di dekat lokasi dari Raul Coffee ini sendiri masih terdapat beberapa kedai kopi seperti Sandaran Coffee, Kopitera, Armenti Coffee yang memiliki konsumen lebih banyak dibandingkan Raul Coffee, kondisi tersebut tentu tidak berpengaruh positif bagi Raul Coffee sendiri dalam penjualan. Berikut merupakan pendapatan Raul Coffee selama berdiri.



GAMBAR 1
DATA PENDAPATAN RAUL COFFEE

Berdasarkan data diatas merupakan pendapatan dari setiap tahunnya yang diperoleh selama Raul Coffee berdiri, yang paling diminati konsumen dan merupakan pendapatan terbesar dari Raul Coffee dari menu kopi susu dan *creamy latte*. Dapat disimpulkan dari grafik data pendapatan Raul Coffee selamat berdiri yang dimana pendapatannya kurang konsisten yang disebabkan banyaknya kompetitor yang lebih menarik dan beberapa masalah yang lainnya.

Berikut merupakan beberapa masalah yang dialami oleh Raul Coffee. Permasalahan tersebut didapatkan dari hasil wawancara dengan *owner*, yang dimana penyebab penurunan pendapat dari Raul Coffee yaitu dari *Value proposition* yang masih kurangnya variasi produk yang dimana *product* dari Raul Coffee hanya terdapat 13 menu yang menyebabkan konsumen bosan dengan menu yang ada, kurangnya mitra kerja sama karena hanya ketergantungan dengan 1 *supplier* yang dapat menyebabkan ketersediaan produk kurang karena pada Raul Coffee masih seringkali terdapat menu yang kosong disetiap harinya, dan kepuasan pelanggan yang menurun. Lalu dari *People* yaitu kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia dan kurangnya kemampuan karyawan atau karyawan yang berada di Raul Coffee kurang ahli untuk membuat dalam membuat makanan sehingga di Raul Coffee ini masih belum terdapat menu makanan dan dari segi pemasaran yang kurang terampil. Kemudian dari *Marketing* yaitu hanya baru menggunakan 1 sosial media yaitu pada *Instagram* sedangkan untuk di jaman yang canggih sangat berpengaruh jika mempromosikan dengan menggunakan beberapa sosial media seperti *tiktok*, dan strategi pemasaran yang kurang baik menyebabkan masih banyak orang yang belum tahu bahwa ada Raul Coffee.

Berdasarkan beberapa masalah tersebut, maka penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan serta mengembangkan bisnis model dari Raul Coffee. Pemilihan untuk menggunakan metode *Business Model Canvas* lebih mudah dikarenakan dapat dikaitkan dengan sembilan blok yang ada pada *Business Model Canvas* yaitu *customer segment*, *channels*, *customer relationship*, *value proposition*, *key resources*, *key activities*, *key partnership*, *revenue streams*, dan *cost structure*. Maka dari itu penelitian ini akan membahas permasalahan yang ada pada Raul Coffee dengan judul “Perancangan Model Bisnis pada Raul Coffee dengan Menggunakan Pendekatan *Business Model Canvas*”.

II. KAJIAN TEORI

Menyajikan dan menjelaskan teori-teori yang berkaitan dengan variabel-variabel penelitian. Poin subjudul ditulis dalam abjad.

A. Strategi Bisnis

Strategi Bisnis adalah ‘rencana main’ suatu perusahaan, strategi mencerminkan kesadaran perusahaan mengenai bagaimana, kapan dan dimana harus bersaing menghadapi kompetitor dan maksud dan tujuannya. Strategi adalah sebuah arti dimana objektif jangka panjang akan dicapai. Strategi bisnis juga termasuk dalam *Geographic expansion*, *Divertification*, *Acquisition*, *Produk Development*, *Market Penetration*, *Retrenchment*, *Divestiture*, *Liquidation*, dan *Joint Ventures*. Strategi merupakan potensi dari sebuah aksi yang memerlukan keputusan manager puncak dan membutuhkan sumber daya yang besar, strategi juga mempengaruhi sebuah kesuksesan organisasi.

B. Konsep Analisis SWOT

SWOT merupakan singkatan dari 4 kata yaitu *strengths*, *weaknesses*, *opportunities*, dan *threats*. Analisis SWOT merupakan salah satu metode yang digunakan untuk mengevaluasi kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) dalam suatu spekulasi bisnis. Beberapa ahli menyebutkan bahwa analisis SWOT merupakan sebuah instrumen perencanaan strategis klasik yang memberikan cara sederhana untuk memperkirakan cara terbaik dalam menentukan sebuah strategi.

C. Business Model Canvas

Business model canvas adalah tempat untuk memodifikasi dan menciptakan suatu model bisnis yang memiliki sembilan blok penting. Berikut merupakan penjelasan dari setiap blok dalam *Business Model Canvas*

1. *Customer Segments* (Segmen Pelanggan)
Pada blok ini merupakan kunci utama suatu perusahaan dalam mendapatkan keuntungan, terutama dalam memulai bisnis. Pelanggan adalah inti dari semua model bisnis karena jika tidak ada pelanggan perusahaan tidak akan mendapatkan keuntungan.
2. *Value proposition* (Proposisi nilai)
Pada blok ini merupakan kumpulan produk dan layanan yang dimiliki oleh perusahaan sehingga dapat memberikan nilai lebih kepada pelanggan. Suatu hal yang dapat membedakan perusahaan satu dengan perusahaan lainnya, dengan tujuan untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh pelanggan.
3. *Channels* (Saluran)
Blok ini menjelaskan cara perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan pelanggannya yang bertujuan menjangkau pelanggan lewat *value proposition* yang ditawarkan.
4. *Customer relationship* (hubungan pelanggan)
Pada blok ini menjelaskan hubungan suatu organisasi dengan konsumennya dalam menggunakan produk yang ditawarkan.
5. *Revenue streams* (arus pendapatan)
Pada blok ini menjelaskan pendapatan perusahaan yang didapatkan dari setiap segmen pelanggan. *Revenue streams* memberikan mekanisme harga yang berbeda pada masing-masing kategori, seperti penetapan harga, kegiatan tawar menawar, mengelola hasil, kebutuhan pasar dan volume.
6. *Key resources* (sumber daya utama)

Pada blok ini merupakan aset terpenting yang dibutuhkan oleh perusahaan sehingga model bisnis dapat berjalan dengan baik, berupa fisik, keuangan, intelektual, atau manusia.

7. *Key activities* (aktivitas kunci)
Pada blok ini menjelaskan kegiatan perusahaan dalam membentuk model bisnis, mirip dengan *key resources* yang wajib menawarkan proposisi nilai, dengan menjaga hubungan pelanggan, menjangkau pasar, dan menghasilkan pendapatan.
8. *Key partners* (kemitraan utama)
Pada blok ini merupakan jaringan yang dimiliki oleh perusahaan yang berhubungan dengan pemasok bahan baku dan mitra bisnis dari perusahaan sehingga dapat membuat model bisnis berjalan.
9. *Cost structure* (struktur biaya)
Pada blok ini merupakan semua biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan yang digunakan untuk mengoperasikan model bisnis, menciptakan dan memberikan nilai, memelihara hubungan pelanggan dan menghasilkan pendapatan membutuhkan biaya.

D. Value Proposition Canvas

Dalam membuat sebuah bisnis, tentu perlu mengenal produk yang ditawarkan kepada pelanggan. Pembentukan *Value proposition canvas* merupakan tampilan *detail* dari dua bagian *Business Model Canvas* yang lebih luas, yaitu *customer segment* dan *value proposition*.

1. Customer Profile

Customer Job

Merupakan tugas fungsional, sosial dan emosional yang dilakukan pelanggan, dalam menyelesaikan pekerjaan dan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Gains

Menjelaskan manfaat yang diharapkan atau dibutuhkan pelanggan dan menjadi keinginan dari pelanggan.

Pains

Menjelaskan pengalaman negatif atau risiko yang pernah dialami oleh pelanggan dalam proses menyelesaikan pekerjaan atau suatu hal.

2. Value Proposition

Products and Services

Products and services yang mendeskripsikan produk dan jasa yang ditawarkan, serta dapat membantu pelanggan menyelesaikan kebutuhannya.

Pain Relievers

Pain relievers mendeskripsikan produk yang dapat digunakan untuk menyelesaikan risiko yang sebelumnya pernah dirasakan pelanggan.

Gain Creators

Gain creators menjelaskan produk yang memberikan manfaat dan keuntungan yang dapat dirasakan oleh pelanggan

E. Analisis Model Bisnis Lingkungan

Lingkungan model bisnis adalah sebuah gambaran mengenai bagaimana sebuah perusahaan atau organisasi dapat memahami lingkungan internal dari sebuah perusahaan agar membantu model bisnis dari perusahaan yang dijalankan serta beradaptasi menjadi lebih efektif untuk menggeser kekuatan yang ada dilingkungan eksternal perusahaan. Untuk

mendapatkan model bisnis yang lebih kuat dan kompetitif, diperlukan lingkungan yang spesifik dalam menjalankan model bisnis yang dijalankan sehingga pemahaman yang didapatkan menjadi lebih baik.

III. METODE

Pada perancangan ini dibutuhkan langkah-langkah yang terstruktur dan sistematis agar dapat menjawab permasalahan yang ada pada Raul *Coffee*. Tahap pertama yang dilakukan adalah melakukan identifikasi masalah yang terjadi pada Raul *Coffee* yang akan digambarkan melalui *fishbone*, setelah itu dibuatkan potensi solusi untuk menyelesaikan beberapa permasalahan tersebut, setelah itu dibuatkan rumusan masalah, tujuan dan manfaat dari perancangan.

Tahap kedua yang akan dilakukan adalah pengumpulan data yang dibutuhkan pada perancangan ini yang nantinya akan diolah menjadi bisnis model usulan pada Raul *Coffee*. Beberapa jenis data yang dibutuhkan adalah data primer dengan wawancara bersama *owner* untuk bisnis model kanvas eksisting dan data pelanggan untuk *customer profile*, data sekunder dengan mencari data melalui studi literatur pencarian data di internet untuk analisis lingkungan model bisnis.

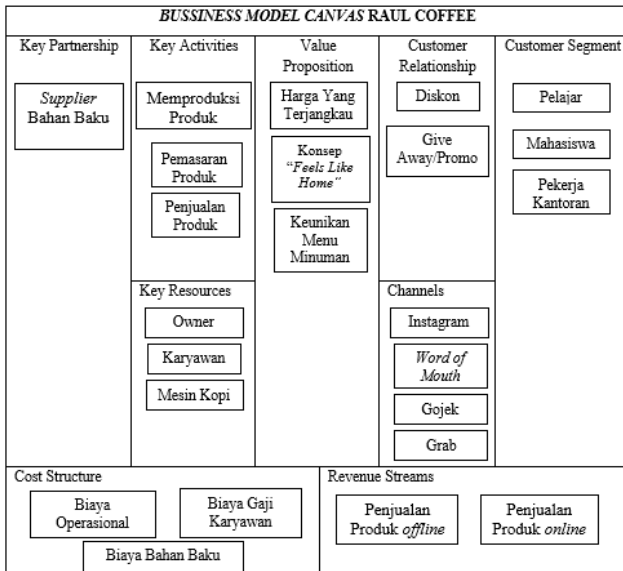
Setelah mendapatkan data pada tahap kedua untuk mendapatkan hasil analisis SWOT, *value proposition canvas*, *customer profile*, bisnis model kanvas eksisting. Kemudian melakukan deskripsi mekanisme verifikasi kepada *owner* pada Raul *Coffee* apakah memperoleh *output* yang sesuai dengan *business model canvas* berdasarkan teori yang digunakan, untuk melihat apakah data yang sudah dikerjakan sesuai dengan kondisi pada Raul *Coffee*.

Pada tahap ini akan dilakukan deskripsi mekanisme validasi terhadap rancangan *business model canvas* usulan yang telah dihasilkan, evaluasi tersebut berupa apakah sudah sesuai dengan perusahaan atau belum. Jika *business model canvas* usulan sudah sesuai maka dapat membantu perusahaan untuk menyelesaikan permasalahan yang ada, jika *business model canvas* usulan belum sesuai maka harus dilakukan penyesuaian kembali terhadap analisis *customer profiles*, analisis SWOT dan *value proposition canvas*.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas Eksisting

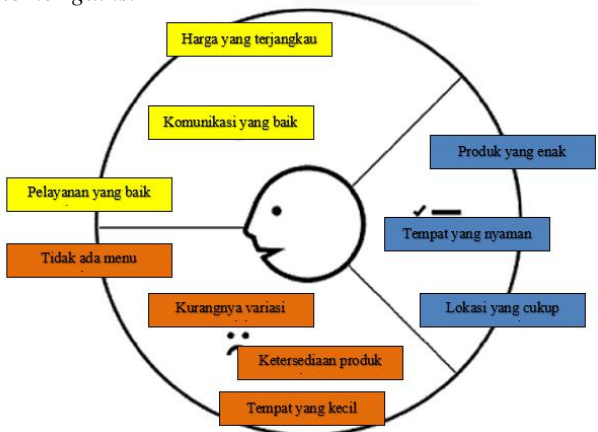
Setelah melakukan wawancara bersama *owner* Raul *Coffee* yaitu Mas Raul Aditama Devar akan didapatkan hasil *Business Model Canvas* Eksisting dari Raul *Coffee* sebagai berikut:



GAMBAR 2 BUSINESS MODEL CANVAS EKSTING RAUL COFFEE

A. Customer Profile

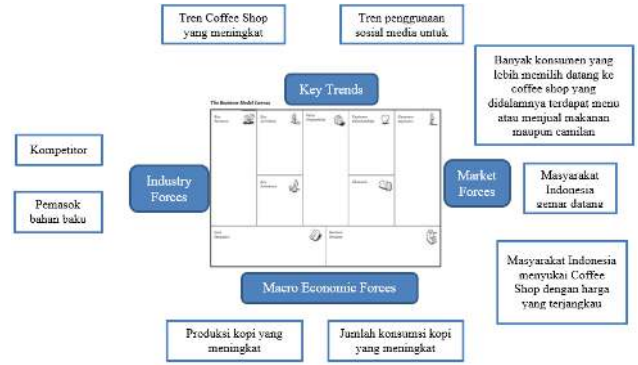
Data dari customer profile pada Raul Coffee didapatkan dari hasil wawancara penulis kepada pelanggan laki-laki/perempuan yang berusia 17-30 tahun yang menjadi pelanggan Raul Coffee. Customer profile bertujuan untuk menggambarkan customer jobs, customer pains, dan customer gains.



GAMBAR 3 CUSTOMER PROFILE RAUL COFFEE

B. Business Model Environment

Business model environment dibutuhkan untuk merancang model bisnis, karena untuk mengembangkan pemahaman tentang lingkungan bisnis yang terjadi pada Raul Coffee agar mendapatkan model bisnis yang baik. Lingkungan bisnis mudah mengalami perubahan dengan seiring berjalannya waktu.



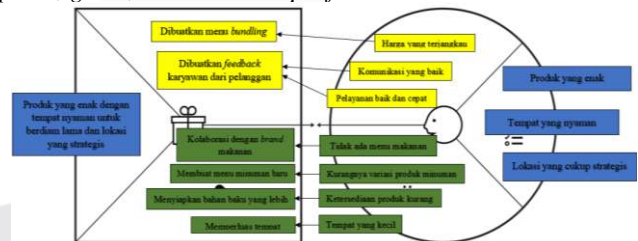
GAMBAR 4 BUSINESS MODEL ENVIRONMENT RAUL COFFEE

Analisis SWOT Raul Coffee

- Value Proposition**
 - Membuat menu bundling
- Cost and Revenue**
 - Meningkatkan awareness dengan cara penjualan secara online menggunakan semua platform
- Infrastructure**
 - Menambahkan supplier bahan baku dan gelas plastik
- Customer Interface**
 - Memperluas jangkauan customer segment dengan menggunakan sosial media dan platform jual secara online

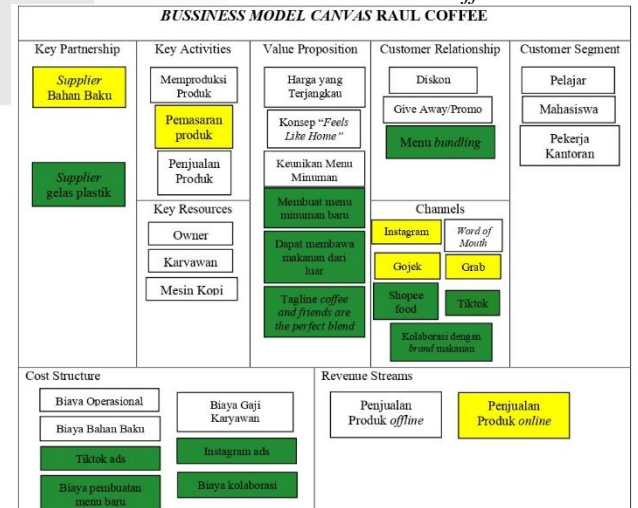
C. Value Proposition Canvas

Value proposition canvas terdiri dari pain relievers, gains creators, dan product and service untuk menggambarkan value proposition model bisnis dari Raul Coffee secara detail serta membantu mengenal produk yang akan dikembangkan dan dibandingkan dengan customer profile yang berisikan pains, gains, dan customer profile.



GAMBAR 5 VALUE PROPOSITION CANVAS RAUL COFFEE

D. Business Model Canvas Usulan Raul Coffee



GAMBAR 6
BUSINESS MODEL CANVAS USULAN RAUL COFFEE

Berikut merupakan hasil perancangan model bisnis usulan pada Raul *Coffee*:

1. *Customer segment*:
 - a. Pelajar
 - b. Mahasiswa
 - c. Pekerja kantoran
2. *Value proposition*:
 - a. Harga yang terjangkau
 - b. Konsep "feels like home" K
 - c. Keunikan menu minuman
 - d. Membuat menu minuman baru (usulan)
 - e. Dapat membawa makanan dari luar (usulan)
 - f. *Tagline: coffee and friends are the perfect blend* (usulan)
3. *Channels*:
 - a. Instagram
 - b. *Word of mouth*
 - c. Gojek
 - d. Grab
 - e. *Shopee food* (usulan)
 - f. Tiktok (usulan)
 - g. Kolaborasi dengan *brand* makanan (usulan)
4. *Customer relationship*:
 - a. Diskon
 - b. *Give away/promo*
 - c. Menu *bundling* (usulan)
5. *Revenue stream*:
 - a. Penjualan produk *offline*
 - b. Penjualan produk *online*
6. *Key resources*:
 - a. *Owner*
 - b. Karyawan
 - c. Mesin kopi
7. *Key activities*:
 - a. Memproduksi produk
 - b. Pemasaran produk
 - c. Penjualan produk
8. *Key partnership*:
 - a. *Supplier* bahan baku
 - b. *Supplier* gelas plastik (usulan)

9. *Cost structure*:

- a. Biaya operasional
- b. Biaya gaji karyawan
- c. Biaya bahan baku
- d. *Instagram ads* (usulan)
- e. *Tiktok ads* (usulan)
- f. Biaya pembuatan menu baru (usulan)
- g. Biaya berkolaborasi (usulan)

V. KESIMPULAN

Hasil perancangan *business model canvas* usulan pada Raul *Coffee* yaitu membuat menu minuman baru, menjadikan dapat membawa makanan dari luar sebuah *value proposition* yang ditawarkan, *tagline : coffee nd friends are the perfect blend*, menambahkan *platform* jual secara *online* yaitu *shopee food*, untuk strategi pemasaran menambahkan *platform* tiktok, melakukan kolaborasi dengan *brand* makanan, membuat menu *bundling* pada saat kolaborasi dengan *brand* makanan, menambahkan *supplier* gelas plastik, mengadakan pemasaran melalui *instagram ads*, *tiktok ads*, biaya pembuatan menu baru, dan biaya kolaborasi.

REFERENSI

- [1]Dewanti, Retno (2008). *Kewirausahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- [2]Osterwalder, A. (2014). *Value Proposition Design*. Hoboken: John Wiley & Sons, Inc.
- [3]Osterwalder, A. and Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- [4]Rangkuti, F. (2014). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: Gramedia Pusaka Utama
- [5]Slamah Lilik. (2017). *Analisis Strength, weaknesses, Opportunities, and Threats (SWOT): Peluang dan tantangan Association of Southeast Asian Nations (ASEAN) dalam mewujudkan integrasi Asia Tenggara Masyarakat, Kebudayaan, dan Politik*, Vol. 30, No. 3, Hl. 300-309