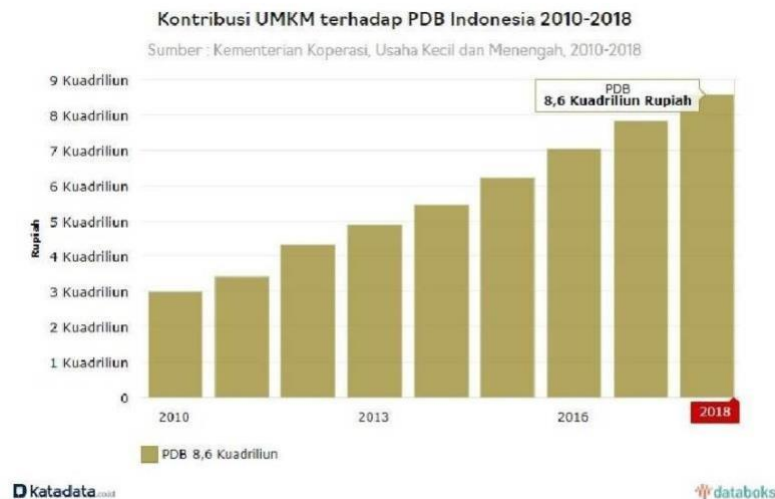


# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Usaha Mikro Kecil dan Menengah atau bisa disingkat menjadi UMKM adalah sebuah bisnis perdagangan yang dimiliki dan dikelola oleh perorangan atau badan usaha yang diatur oleh Undang - Undang Nomor 20 Tahun 2008. UMKM tentunya cukup berperan bagi perekonomian Indonesia karena UMKM dapat digolongkan sebagai usaha yang sederhana dan cukup fleksibel karena dapat berubah mengikuti perkembangan serta situasi lingkungan. Sudah banyak pelaku bisnis kecil yang berkreasi untuk menunjukkan potensi yang mereka miliki dengan ikut terjun kedalam perekonomian di negara ini.



Sumber : (Jayani, 2020)

Gambar I. 1 Kontribusi UMKM PDB Indonesia

Dapat diketahui dari Gambar I.1 bahwa kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto Indonesia meningkat setiap tahunnya, hingga di tahun 2018 mencapai angka Rp8.753,9 Triliun yang menandakan bahwa kontribusi UMKM mencapai 57,8% terhadap PDB Indonesia secara keseluruhan yang sebesar Rp14.838,3 Triliun ditahun 2018. Hal tersebut menandakan bahwa banyaknya nya UMKM yang turut serta terjun ke industri perdagangan Indonesia.

Salah satu bidang usaha UMKM yang cukup diminati adalah usaha pada

bidang kuliner karena peluang usaha yang dapat dibilang cukup menjanjikan bila dikelola dengan baik dan benar. Berdasarkan survei yang dilakukan Badan Ekonomi Kreatif Indonesia, pada tahun 2016 sub-sektor kuliner merupakan penyumbang terbesar pendapatan domestik bruto (PDB) yaitu sebesar 43,71% (Tatyana, 2018).

Seiring berjalannya waktu, jumlah UMKM di bidang kuliner berkembang menjadisemakin banyak. Hal ini menimbulkan persaingan yang semakin ketat antara parapemilik bisnis. Terlebih dengan situasi pandemik Covid-19 saat ini yang membuatpara pengusaha harus lebih pintar lagi dalam menjalankan strategi serta mengelola bisnis mereka. Kurangnya daya saing serta strategi bisnis yang tidak tepat dapat memicu kemunduran usaha dan menurunkan minat konsumen.

Usaha kuliner yang saat ini sedang menjadi tren apalagi di kalangan anak muda adalah usaha kedai kopi. Di Indonesia sendiri minuman berbahan dasar kopi banyak diminati oleh berbagai macam masyarakat dengan kalangan umur dari yang masih remaja hingga lansia. Bukan hanya kopi hitam murni atau yang memiliki istilah *espresso* saja yang sangat digemari, minuman lain berbahan dasar kopi seperti *latte* dan *cappuccino* juga menjadi minuman yang sekarang diminati masyarakat. Bahkan sekarang banyak penikmat kopi yang lebih memilih kopi *original* yang dibuat langsung oleh barista daripada kopi yang dijual dalam kemasan sachet.

Tabel I. 1 Konsumsi Kopi Indonesia  
ASOSIASI EKSPORTIR DAN INDUSTRI KOPI INDONESIA

### KONSUMSI KOPI INDONESIA



No	Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)	Kebutuhan Kopi (Kilogram)	Konsumsi Kopi (Kg/kapita/tahun)
1	2013	237000000	190000000	0,80
2	2014	241000000	210000000	0,87
3	2015	245000000	230000000	0,94
4	2016**	249000000	250000000	1,00
5	2017**	253000000	260000000	1,03
6	2018**	257000000	280000000	1,09
7	2019**	260000000	300000000	1,15

Keterangan :

\* Angka sementara

\*\* Estimasi

Sumber : ([www.aekiaice.org](http://www.aekiaice.org))

Tabel I.1 merupakan data konsumsi kopi penduduk Indonesia dari tahun 2013 hingga estimasi tahun 2019. Dapat dilihat rata – rata kebutuhan kopi pertahunnya mengalami peningkatan yang awalnya sejumlah 190.000.000 kilogram di tahun 2010 menjadi 300.000.000 kilogram pada estimasi tahun 2016. Angka konsumsi kopi pun meningkat pertahunnya.

Tren masyarakat untuk berkumpul dan menikmati minuman kopi ini berkembang pesat dari tahun ke tahun. Dalam menikmati minuman kopi ini, setiap orang memiliki cara tersendiri dan tentunya berbeda untuk memenuhinya. Seperti contohnya, ada orang yang memilih berlangganan pada kedai kopi karena kedai kopi tersebut memiliki pemandangan yang indah. Ada orang yang lebih memilih suasana yang sejuk dan damai untuk menikmati secangkir kopi mereka. Di samping itu, ada pula kedai kopi yang suasana yang biasa namun ramai dikunjungi pelanggan karena rasa kopinya yang enak dan harganya yang terjangkau. Bandung merupakan salah satu kota di Indonesia yang memiliki berbagai macam kedai kopi yang dapat masyarakat nikmati. Pada tahun 2020, setidaknya tercatat 18 *coffee shop* baru yang menjadi favorit para penikmat kopi yang akan dicantumkan pada tabel I.2 dibawah ini.

Tabel I. 2 *Coffee Shop* Baru Favorit di Bandung

No.	<i>Coffee Shop</i>	Lokasi
1	Haben Resto	Jalan Kalipah Apo No. 7
2	Sawo Coffee & Roastery	Jalan Braga No. 76
3	Didago Coffee	Jalan Dago No. 21
4	Bhumi Coffee	Jalan Cihampelas No. 226
5	Dua Coffee	Jalan Taman Cempaka No.7
6	Blue Doors	Jalan Asia Afrika No. 39
7	Sagaleh	Jalan Bahureksa No.5
8	Kopi Cantel	Jalan Progo No.34
9	Kinokimi Ranggamalela	Jalan Ranggamalela No.8
10	Ruang Kopi Tiga Dua	Jalan Nanas No. 32
11	Cancala Coffee	Jalan Natuna No.1
12	Kreasi Kopi	Jalan Indrayasa No.176
13	Contrast	Jalan Anggrek No.6
14	Chapter One	Jalan Lombok No.17
15	Hawayu	Jalan Sawunggaling No.2
16	Bahagia Kopi	Jalan Banda No.8
17	Neiira	Jalan Bengawan No.20
18	Haloka	Jalan Veteran No.7

Sumber : (*pergidulu.com*, 2020)

Tabel I.2 diatas membuktikan bahwa tren *coffee shop* juga terjadi di Kota Bandung. Banyak *coffee shop* sekarang ini yang dapat dengan mudah ditemui di

Kota Bandung melalui banyaknya aplikasi yang tersedia. Hal tersebut tentunya memudahkan konsumen untuk memilih kedai kopi mana yang sesuai dengan keinginan ataupun yang sedang terkenal. Dalam persaingan yang meningkat ini, keberhasilan suatu perusahaan ditentukan oleh ketepatan perusahaan dalam memanfaatkan berbagai peluang usaha yang ada. Perusahaan juga perlu meningkatkan kekuatan pada perusahaannya dengan mempertimbangkan berbagai faktor yang membedakan perusahaan itu dengan perusahaan lainnya sehingga faktor – faktor tersebut dapat menjadi keunikan tersendiri bagi perusahaan tersebut yang dapat menciptakan rasa ketertarikan konsumen.

Salah satu UMKM yang bergerak di sektor kuliner dengan usaha kedai kopi di Kota Bandung adalah *Brush and Palette Coffee* atau dapat disingkat menjadi BnP. *Coffee shop* tersebut bertempat di Jalan Tengku Angkasa No.40, Lebakgede, Kecamatan Coblong, Kota Bandung. BnP dapat dikatakan sebagai salah satu *coffee shop* yang masih baru di Bandung karena baru dibuka pada bulan Agustus 2020. Dengan slogan “*#TasteTheColor*”, BnP menawarkan berbagai minuman kopi serta non kopi yang harganya berkisar mulai dua puluh ribu rupiah hingga lima puluh ribu rupiah. Dengan harga minuman yang terjangkau, lingkungannya yang asri dan nyaman, serta lokasinya yang cukup strategis karena berada di pusat keramaian Kota Bandung menjadikan BnP untuk dikunjungi oleh para pelanggan tetap *coffee shop* tersebut. BnP beroperasi setiap hari dari pukul tujuh pagi hingga pukul tujuh malam. Dapat dilihat pada Gambar I.2 adalah salah satu produk buatan BnP.



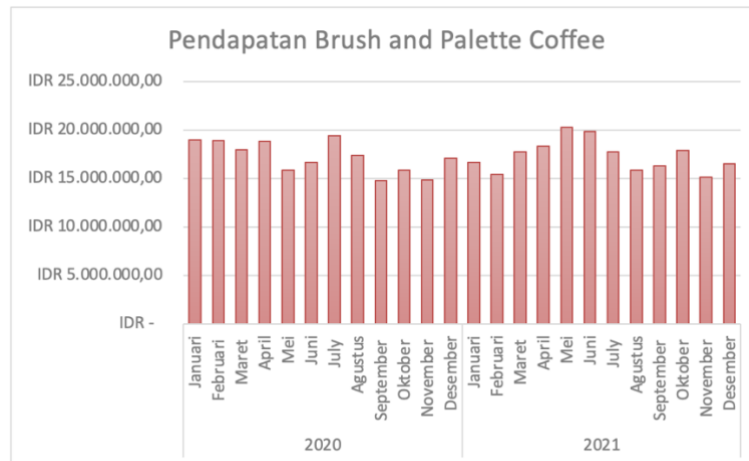
Gambar I. 2 Salah Satu Produk *Brush and Palette Coffee*

Saat ini, *Brush and Palette Coffee* mendapatkan *rating* 5.0 atau bintang lima yang telah diulas oleh tujuh orang *reviewers* bila dilihat melalui *google search* di internet. *Brush and Palette Coffee* juga sudah menjalankan mitra usaha dengan perusahaan *Gojek* sehingga konsumen dapat memesan produk yang ditawarkan melalui aplikasi *Gofood* yang dapat diunduh pada ponsel pintar dan dipesan dimanapun. Sejauh ini *Brush and Palette Coffee* juga sudah mendapatkan 215 pengikut pada aplikasi Instagram. Akan tetapi berdasarkan observasi, angka *rating* serta pengikut Instagram *Brush and Palette Coffee* masih tertinggal jauh bila dibandingkan dengan *coffee shop* yang sejenis. Hal tersebut tentunya menjadi salah satu ancaman untuk keberlangsungan usaha *Brush and Palette Coffee*. Tabel I.3 merupakan perbandingan antara para *coffee shop* yang sejenis.

Tabel I. 3 Daftar Perbandingan *Coffee Shop* Sejenis

No	<i>Coffee Shop</i>	Rating / Reviewers	Jumlah Pengikut Instagram
1	<i>Brush and Palette Coffee</i>	5.0 / 7 Reviewers	215
2	<i>Kanoko Coffee</i>	4.7 / 110 Reviewers	3.264
3	Kawan Kopi	4.7 / 411 Reviewers	2.175
4	Kamar Tujuh Koffie	4.6 / 505 Reviewers	3.891

Jumlah dari pengikut Instagram serta jumlah *reviewers* dari *google* menandakan seberapa dikenalnya suatu bisnis di kalangan masyarakat. Melihat ketertinggalan ini, *Brush and Palette Coffee* harus selalu waspada akan pesaingnya dan harus terus mengembangkan bisnisnya. Banyaknya usaha pada bidang *coffee shop* di Kota Bandung memaksa agar *Brush and Palette Coffee* untuk terus berkembang sehingga dapat tetap bersaing dengan *coffee shop* lainnya dan bisa mempertahankan kelangsungan usahanya. Maka dari itu diperlukannya pengembangan usaha yang baik dan tepat. Permasalahan lain yang terdapat pada *Brush and Palette Coffee* ini adalah tidak banyak pelanggan baru yang datang, melainkan yang datang dan membeli produk dari *Brush and Palette Coffee* ini merupakan *loyal customer*. Dalam melakukan analisis pengembangan usaha, faktor-faktor seperti kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman sangatlah penting untuk di analisis agar pengusaha dapat menganalisa serta menilai kondisi usaha yang dimilikinya. Diperlukan pula metode yang dapat digunakan untuk menganalisis permasalahan yang ada dengan memetakan usaha yang sedang dijalani dengan membandingkan kondisi usaha saat ini, sehingga dapat merancang strategi pada pengembangan pada usaha tersebut.



Sumber : (Data Internal *Brush and Palette Coffee* )  
 Gambar I. 3 Pendapatan Produk *Brush and Palette Coffee*

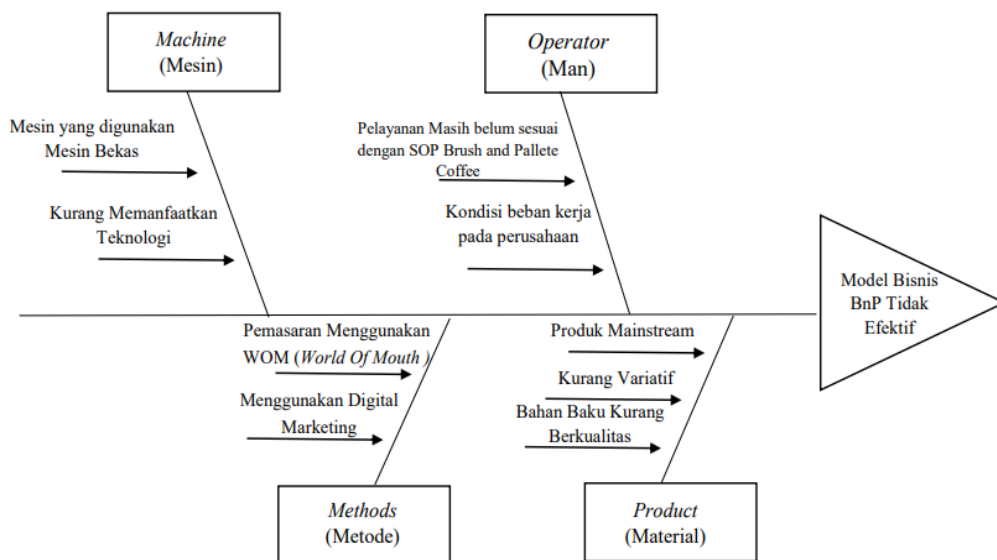
Berdasarkan data laba bersih *Brush and Palette Coffee* yang dapat dilihat pada Gambar I.3, laba yang diperoleh *Brush and Palette Coffee* cenderung mengalami penurunan atau fluktuatif pada bisnis kopi *Brush and Palette Coffee*, hal tersebut menjadi masalah dan perlu dievaluasi apakah model bisnis yang ada sekarang ini sudah maksimal atau belum. Masalah lainnya yaitu belum adanya pencatatan secara *detail* mengenai pemasukan maupun pengeluaran *Brush and Palette Coffee*, selain itu ada beberapa ancaman mulai dari pesaing yang lebih banyak menggunakan teknologi dalam menjalankan bisnisnya, dan *brand* lain yang memiliki varian jenis produk yang lebih banyak dari *Brush and Palette Coffee*. Target pendapatan dari *Brush and Palette Coffee* perbulan mencapai kurang lebih sekitar Rp.19.000.000,00 / bulan.

Penyebab tersebut meliputi pada segi produk (material) akan dijelaskan berdasarkan penjelasan dibawah ini :

- a) **Produk (*Material*)**, dimana pada bagian ini merupakan munculnya masalah yang dihadapi *Brush and Palette Coffee* yaitu Produk *Brush and Palette Coffee* sangat mainstream, tidak adanya variasi dan bahan baku *Brush and Palette Coffee* kurang berkualitas.
- b) **Metode (*Method*)**, pada bagian ini menyangkut dua permasalahan yaitu pemasaran yang dilakukan *Brush and Palette Coffee* saat ini hanya menggunakan pemasaran secara *offline* dimana pemasaran tersebut dilakukan dengan cara penyampaian informasi secara *Word of Mouth* dan tidak memaksimalkan *digital marketing*.

c) **Operator (Man)**, pada bagian SDM yang dimiliki *Brush and Palette Coffee* bahwa barista serta pelayanan *Brush and Palette Coffee* lambat dalam melayani pelanggannya, kemudian selanjutnya pelayanan khusus yang diberikan *Brush and Palette Coffee* tidak efektif.

d) **Alat (Machine)**, pada bagian alat atau *Machine* bisnis kopi dari *Brush and Palette Coffee* masih belum memaksimalkan teknologi di zaman era modern saat ini dan mesin dari *Brush and Palette Coffee* masih belum menggunakan standarisasi yang optimal karena menggunakan mesin bekas, bukan mesin baru. Berikut merupakan diagram *fishbone* berdasarkan beberapa permasalahan yang ada pada proses bisnis *Brush and Palette Coffee* yang disajikan pada Gambar I.4



Gambar I. 4 Diagram *Fishbone* *Brush and Palette Coffee*

Berdasarkan diagram *fishbone* yang telah dibuat pada Gambar I.4, maka dapat diketahui bahwa ada beberapa potensi solusi guna mendukung permasalahan yang ada sebelumnya.

## I.2 Alternatif Solusi

Pada alternatif solusi Dalam proses bisnis yang dijalankan *Brush and Palette Coffee* saat ini terdapat beberapa penyebab yang menjadikan bisnis *Brush and Palette Coffee* menjadi tidak efektif. Berikut merupakan daftar alternatif solusi

yang disajikan pada Tabel I.4.

Tabel I. 4 Daftar Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Pelayanan dari <i>Brush and Palette Coffee</i> Masih belum Maksimal	Perancangan proses pelayanan dari <i>Brush and Palette Coffee</i> .
2	Pelayanan masih belum sesuai dengan SOP <i>Brush and Palette Coffee</i>	
3	Produk dari <i>Brush and Palette Coffee</i> masih <i>mainstream</i>	Perancangan proses produksi produk <i>Brush and Palette Coffee</i> untuk meningkatkan <i>growth</i> bisnis.
4	Produk dari <i>Brush and Palette Coffee</i> kurang variatif	
5	Bahan baku <i>Brush and Palette Coffee</i> masih kurang berkualitas	
6	Pemasaran dilakukan dengan mulut ke mulut atau WOM ( <i>World Of Mouth</i> )	Perancangan proses <i>marketing</i> dalam meningkatkan bisnis
7	Mesin yang digunakan merupakan mesin bekas	Perancangan proses optimalisasi pada Mesin dan teknologi
	Kurang memanfaatkan teknologi	

Dari hasil analisis dari tabel alternatif solusi diatas ditentukan bahwa alasan memilih model bisnis adalah karena saat ini model bisnis yang digunakan masih belum optimal bila dilihat dari beberapa akar masalah tersebut. Pendapatan selama ini masih belum sesuai dengan target yang ditentukan oleh perusahaan.

### I.3 Perumusan Masalah

Untuk melakukan evaluasi model bisnis dengan pendekatan *business model canvas*, langkah pertama dimulai dari pemetaan *business model canvas* eksisting perusahaan, kemudian dilakukan pengolahan data konsumen dan analisis lingkungan bisnis yang akan dijadikan sebagai masukan untuk dilakukannya analisis SWOT. Setelah itu dilakukan perancangan strategi berdasarkan hasil analisis SWOT dan dilakukan pemetaan *value proposition canvas* yang sesuai



dengan hasil pengolahan data konsumen. Langkah terakhir adalah membuat inovasi dari model bisnis yang berupa *business model canvas* usulan.

Berdasarkan uraian pada latar belakang serta langkah evaluasi model bisnis diatas, maka dapat dikatakan bahwa rumusan masalahnya adalah sebagai berikut.

1. Bagaimana pemetaan *Business Model Canvas* eksisting pada *Brush and Palette Coffee*?
2. Bagaimana strategi usulan SWOT pada *Brush and Palette Coffee*?
3. Bagaimana perancangan model bisnis usulan *Business Model Canvas* yang dapat diterapkan *Brush and Palette Coffee*?

#### **I.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian tugas akhir adalah sebagai berikut :

1. Menentukan pemetaan *Business Model Canvas* eksisting pada *Brush and Palette Coffee*.
2. Menentukan strategi usulan SWOT pada *Brush and Palette Coffee*.
3. Merancang model bisnis usulan *Business Model Canvas* yang akan diterapkan pada proses bisnis di *Brush and Palette Coffee*.

#### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang bisa didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pebisnis : dapat menjadi bahan pertimbangan bagi *Brush and Palette Coffee* dalam menentukan perancangan bisnis yang tepat dalam mengembangkan usahanya berdasarkan Analisis SWOT dan pendekatan *Business model canvas*.
2. Bagi Akademis : mendapatkan wawasan dan pengetahuan yang lebih dalam tentang *Business model canvas* serta mempelajari proses pengembangan suatu usaha.
3. Bagi Penelitian Selanjutnya : dapat dijadikan sumber informasi, referensi, ataupun pedoman untuk penelitian selanjutnya.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Penelitian ini diuraikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

### **Bab I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **Bab II Landasan Teori**

Pada bab ini berisi literatur yang relevan dengan permasalahan yang diteliti. Teori dan literatur pada bab ini akan digunakan sebagai acuan dalam melakukan penelitian mengenai evaluasi model bisnis.

### **Bab III Metodologi Perancangan**

Pada bab ini dijelaskan langkah-langkah penelitian secara rinci meliputi: tahap merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, dan mengembangkan model penelitian, mengidentifikasi dan melakukan operasionalisasi variabel penelitian, , merancang pengumpulan dan pengolahan data, , merancang analisis pengolahandata.

### **Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi**

Bab ini menjelaskan mengenai langkah yang dilakukan dalam pengumpulan dan pengolahan data.

### **Bab V Validasi dan Evaluasi Hasil Rancangan**

Pada bab ini dilakukan analisis hasil dari bab sebelumnya. Apabila bab sebelumnya adalah mengenai pengumpulan dan pengolahan data, maka bab ini membahas mengenai apa yang dapat diketahui dan dihasilkan dari hasil pengumpulan dan pengolahan data. Secara keseluruhan bab ini membahas secara mendetail mengenai hasil dari penelitian dan refleksinya terhadap tujuan penelitian.

### **Bab VI Kesimpulan dan Saran**

Pada bab ini dijelaskan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan serta jawaban dari pertanyaan penelitian yang disajikan di pendahuluan. Saran penelitian dikemukakan pada bab ini untuk penelitian selanjutnya