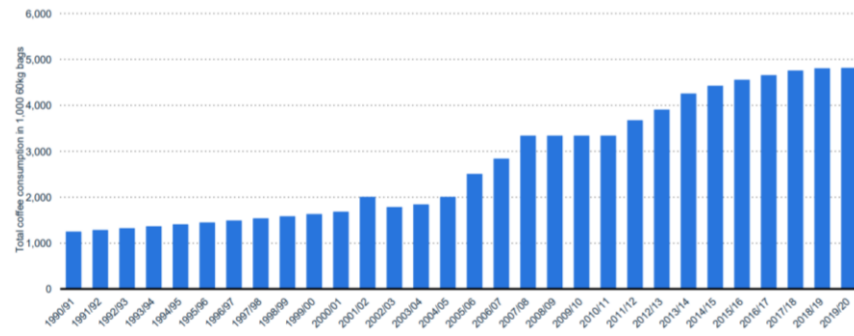


# BAB I PENDAHULUAN

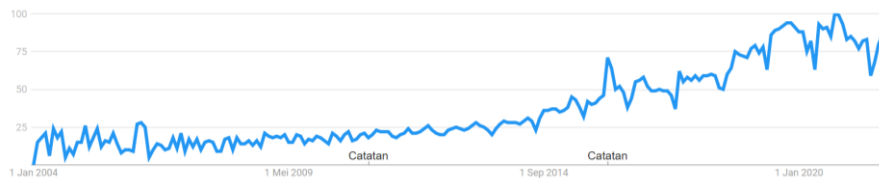
## I.1 Latar Belakang

Kopi adalah suatu produk yang berasal dari biji kopi dan memiliki jumlah peminat yang tinggi di Indonesia. Tingginya jumlah peminat kopi ini dapat ditunjukkan oleh tingginya jumlah konsumsi kopi di Indonesia yang dapat dilihat pada Gambar I.1 yang menunjukkan tingkat konsumsi kopi di Indonesia sejak tahun 1990 hingga 2020 cenderung mengalami peningkatan dan mencapai jumlah yang sangat tinggi pada tahun 2020 yaitu sebesar 4.800.000 karung dengan muatan 60 kg.



Gambar I.1 Jumlah konsumsi kopi di indonesia  
(Sumber: Statista.com)

Dengan grafik peningkatan serta tingginya tingkat konsumsi kopi di Indonesia, diketahui bahwa kopi memiliki tingkat peminat yang tinggi dan berpotensi untuk terus berkembang. Dapat dilihat juga pada Gambar I.2, data hasil pencarian kata kunci “Kopi” pada Google Trends di Indonesia sejak tahun 2004 hingga 2021 cenderung mengalami perkembangan.

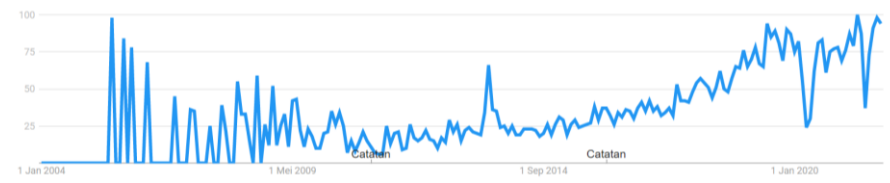


Gambar I.2 Grafik penelusuran kata kopi pada google  
(Sumber: Trends.google.com)

Dengan jumlah peminat kopi yang tinggi dan terus berkembang, maka kopi dianggap sebagai prospek bisnis yang baik. Oleh karena itu, terdapat berbagai macam olahan kopi seperti kopi saset, kopi botol, dan kopi kaleng yang dijual di

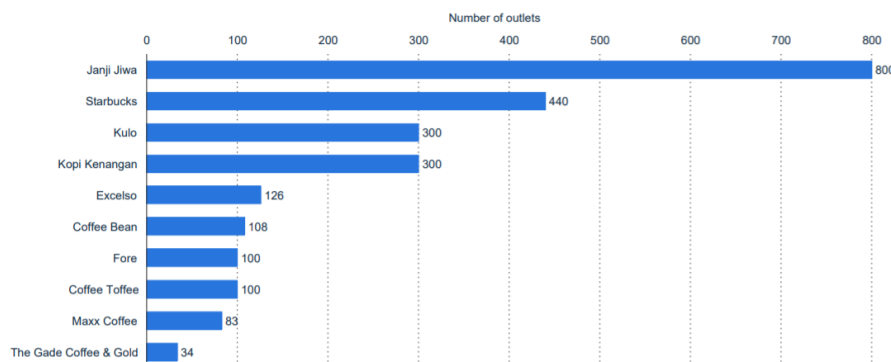
Indonesia. Tetapi selain olahan kopi, terdapat juga banyak *coffee shop* yang dapat dijumpai sebagai bentuk pemanfaatan dari kopi dan bentuk usaha *coffee shop* ini telah menjadi *trend* pada masa sekarang.

Dapat dibuktikan pada Gambar I.3, hasil pencarian kata kunci “Coffee Shop” pada Google Trends di Indonesia sejak tahun 2014 hingga 2021 cenderung mengalami peningkatan. Maka dengan *trend coffee shop* serta tingkat peminat kopi yang tinggi, *coffee shop* dipercaya memiliki potensi yang baik dan akan memiliki peminat yang terus berkembang seiring dengan pertumbuhan jumlah peminat kopi di Indonesia.



Gambar I.3 Grafik penelusuran kata *coffee shop* pada google  
(Sumber: Trends.google.com)

Dengan peminat *coffee shop* yang memiliki potensi untuk terus berkembang, terdapat banyak pelaku usaha yang memanfaatkan peluang bisnis tersebut dan pada Gambar I.4, dapat dilihat data jumlah *outlets* dari sepuluh *brands coffee shop* di Indonesia telah mencapai lebih dari 2.000 gerai yang menunjukkan bahwa terdapat sangat banyak gerai *coffee shop* di Indonesia karena jumlah tersebut belum termasuk dengan *brand coffee shops* lainnya.



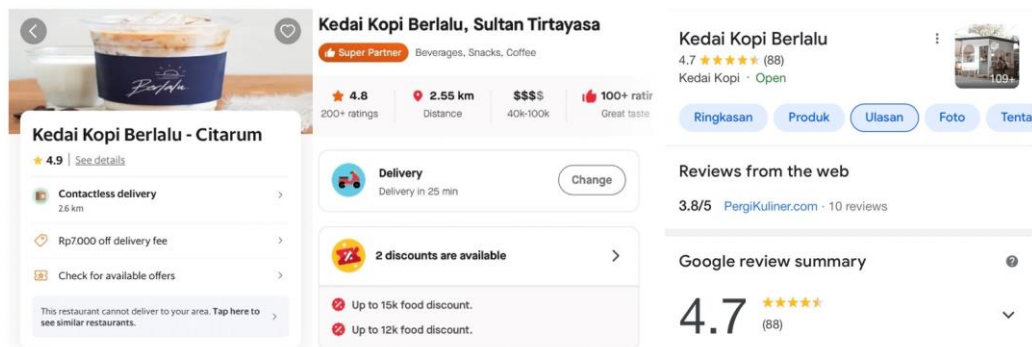
Gambar I.4 Gerai *coffee shop* di Indonesia  
(Sumber: Statista.com)

Dari banyaknya *coffee shop* di Indonesia, terdapat salah satu *coffee shop* yang menarik yaitu Kedai Kopi Berlalu. Kedai Kopi Berlalu adalah suatu UMKM

(Usaha Mikro Kecil dan Menengah) yang menjalankan suatu usaha dalam bentuk *coffee shop*. Tetapi berbeda dengan *coffee shop* pada umumnya, Kedai Kopi Berlalu memiliki konsep serta *value* yang unik. Dengan tujuan menyesuaikan serta menyediakan kebutuhan target pasar yang berada di lingkungan lokasi usaha yaitu masyarakat dengan mayoritas berusia 18 – 25 tahun, suka berolahraga, dan peduli akan kesehatan, maka Kedai Kopi Berlalu yang berlokasi di Jl. Sultan Tirtayasa No. 29, Citarum, Kota Bandung memutuskan untuk menerapkan konsep “Transit Coffee Shop” serta *value* “Coffee Shop with Healthier Option” sejak bulan Mei tahun 2021.

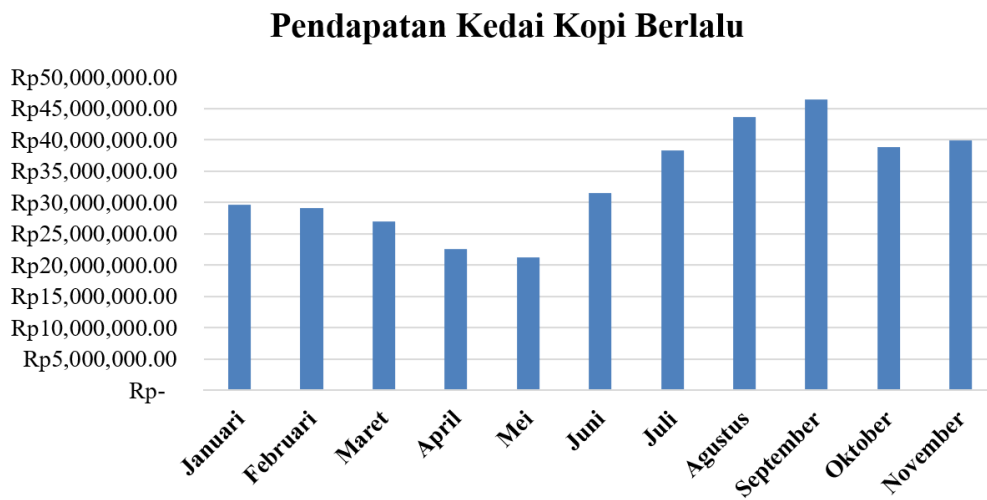
Dengan konsep serta *value* yang diterapkan, Kedai Kopi Berlalu memiliki tujuan untuk menciptakan sebuah *coffee shop* sebagai tempat transit atau istirahat yang menawarkan berbagai pilihan produk yang lebih sehat. Produk yang ditawarkan oleh Kedai Kopi Berlalu diantaranya adalah minuman *coffee*, *non-coffee*, kombucha, dan *signature mixology*, juga beberapa pilihan makanan ringan.

Untuk menawarkan produk yang dimiliki, Kedai Kopi Berlalu memiliki dua sistem penjualan yaitu secara *offline* melalui *offline store* Kedai Kopi Berlalu dan secara *online* melalui beberapa media penjualan yaitu Instagram, Gojek, dan Grab. Lalu pada tahun 2022, Kedai Kopi Berlalu telah berhasil untuk meraih reputasi yang baik dan dapat dilihat pada Gambar I.5 bahwa Kedai Kopi Berlalu memiliki *rate* sebesar 4.9 pada GrabFood, 4.8 pada GoFood, dan 4.7 pada Google Review dalam skala 1 – 5. Berikut merupakan profil Kedai Kopi Berlalu pada Grab, Gojek, dan Google.



Gambar I.5 *Rate* kedai kopi berlalu  
(Sumber: GrabFood, GoFood, dan Google.com)

Reputasi yang dimiliki Kedai Kopi Berlalu saat ini pun berhasil dicapai sejak konsep “Transit Coffee Shop” serta *value* “Coffee Shop with Healthier Option” diterapkan pada bulan Mei tahun 2021. Lalu selain reputasi, konsep serta *value* ini memiliki dampak positif terhadap jumlah pelanggan yang dimiliki Kedai Kopi Berlalu dan dapat dilihat pada Gambar I.6 bahwa terdapat peningkatan jumlah pelanggan yang ditunjukkan oleh peningkatan jumlah pendapatan pada bulan Juni hingga September tahun 2021.



Gambar I.6 Grafik pendapatan kedai kopi berlalu tahun 2021  
(Sumber: Kedai Kopi Berlalu)

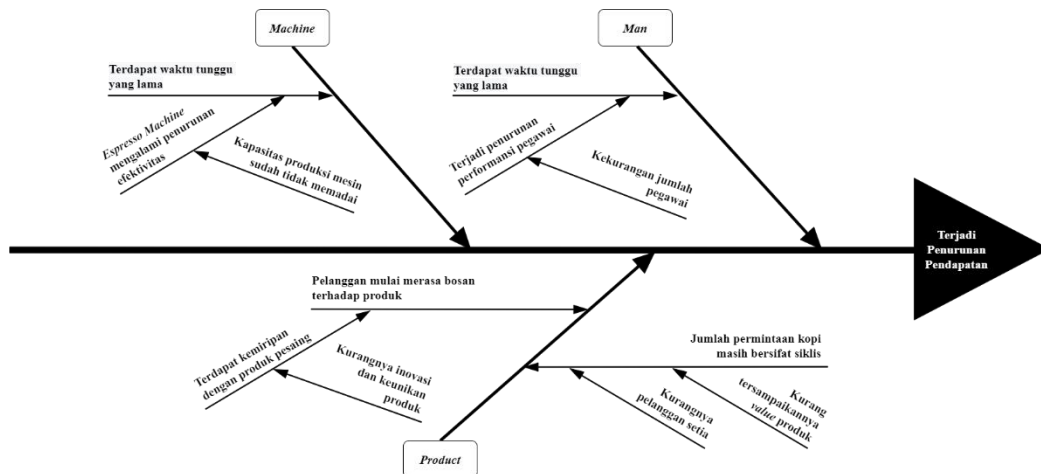
Dengan peningkatan jumlah pendapatan yang hanya berlangsung sementara, Kedai Kopi Berlalu kembali mengalami penurunan pendapatan pada bulan Oktober tahun 2021. Penurunan jumlah pendapatan ini disebabkan oleh tiga permasalahan yang diketahui berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik serta pegawai Kedai Kopi Berlalu, dengan data hasil wawancara yang dapat dilihat pada Tabel I.1.

Tabel I.1 Permasalahan Kedai Kopi Berlalu

No	Permasalahan
1	Terdapat 15 – 20 orang pelanggan yang mengeluh akan waktu tunggu yang lama.
2	Terdapat 4 – 5 orang pelanggan yang merasa kebingungan saat memesan produk akibat dari rasa bosan.
3	Jumlah permintaan kopi tidak stabil.

(Sumber: Wawancara)

Kemudian dilakukan observasi untuk membantu proses analisis dalam menentukan faktor penyebab dari ketiga permasalahan yang dihadapi. Berdasarkan hasil analisis, diketahui terdapat tiga faktor penyebab yaitu *man*, *machine*, dan *product*. Kemudian dilakukan pemetaan ke dalam *fishbone diagram* yang dapat dilihat pada Gambar I.7 dan diperoleh lima akar permasalahan.



Gambar I.7 Fishbone diagram faktor penyebab permasalahan (Sumber: Wawancara dan observasi)

Pada aspek *man*, diketahui bahwa terdapat permasalahan waktu tunggu yang lama. Penyebab dari permasalahan ini diketahui bahwa terdapat penurunan performansi pegawai yang diakibatkan oleh kurangnya jumlah pegawai untuk setiap *shift*. Karena pasalnya pegawai yang berjumlah 1 orang untuk setiap *shift* hanya dapat melayani 25 *cups* pada setiap harinya, maka dengan hanya terdapat 2 *shift* pada Kedai Kopi Berlalu, jumlah pesanan pada bulan September 2021 yang dapat mencapai hingga 60 *cups* pada setiap harinya menyebabkan terjadinya penurunan performansi pada pegawai dan mengakibatkan terjadinya peningkatan pada waktu tunggu pelanggan karena proses pembuatan produk menjadi lebih lama. Tetapi penambahan pegawai pada setiap *shift* tidak memungkinkan untuk dilakukan karena terdapat keterbatasan dari area tempat kerja.

Lalu dari aspek *machine*, diketahui bahwa terjadi permasalahan yang sama yaitu terdapat waktu tunggu yang lama. Tetapi penyebab permasalahan dari aspek *machine* ini diakibatkan oleh penurunan efektivitas pada *espresso machine* yang disebabkan oleh sering terjadinya “overheat”. Karena pasalnya jumlah pesanan

yang sangat tinggi pada bulan September 2021 yang dapat mencapai hingga 60 *cups* untuk setiap harinya telah melebihi kapasitas produksi mesin yang hanya berkapasitas 40 *cups*. Hal ini pun akhirnya menyebabkan terjadinya peningkatan pada waktu tunggu pelanggan karena proses produksi pada *espresso machine* menjadi lebih lama.

Sedangkan pada aspek *product*, diketahui terdapat permasalahan yaitu pelanggan mulai merasa bosan terhadap produk. Penyebab dari permasalahan ini disebabkan oleh terdapatnya beberapa produk Kedai Kopi Berlalu yang memiliki kemiripan dengan produk dari *coffee shop* lainnya. Maka dengan adanya kemiripan tersebut, hal ini membuat pelanggan mulai merasa bosan terhadap produk yang mudah ditemukan di pasar. Kemiripan produk ini diketahui disebabkan oleh kurangnya inovasi dan keunikan dari produk.

Lalu dari aspek *product* juga, terdapat permasalahan lainnya yaitu jumlah permintaan kopi yang diterima Kedai Kopi Berlalu masih bersifat siklis atau tergantung musim. Dengan jumlah permintaan kopi yang bersifat siklis, dapat diketahui bahwa Kedai Kopi Berlalu tidak memiliki cukup banyak pelanggan setia dan hal ini dapat disebabkan oleh permasalahan pada *customer relationship* dari Kedai Kopi Berlalu. Selain itu, permasalahan ini pun dapat disebabkan karena *value* dari produk belum berhasil untuk tersampaikan kepada pelanggan.

## I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan akar permasalahan dari faktor *man*, *machine*, dan *product*, terdapat juga alternatif solusi pada Tabel I.2 yang disusun untuk menyelesaikan akar permasalahan tersebut.

Tabel I.2 Ringkasan akar masalah dan alternatif solusi

No	Akar Masalah	Alternatif Solusi
1	Terdapat waktu tunggu yang lama akibat penurunan performansi pegawai dan efektivitas pada <i>espresso machine</i> .	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Melakukan pembukaan cabang baru.</li> <li>• Menambah atau mengganti <i>espresso machine</i>.</li> </ul>

Tabel I.3 Ringkasan akar masalah dan alternatif solusi (lanjutan)

2	Pelanggan mulai merasa bosan terhadap produk yang disebabkan oleh terdapatnya kemiripan dengan produk pesaing.	Merancang <i>Business Model Canvas</i> yang berfokus pada <i>Value Proposition</i> .
3	Jumlah permintaan kopi masih bersifat siklis yang diakibatkan oleh kurangnya jumlah pelanggan setia dan kurang tersampainya <i>value</i> dari produk.	Merancang <i>Business Model Canvas</i> yang berfokus pada <i>Customer Relationship</i> , <i>Value Proposition</i> , dan <i>Channels</i> .

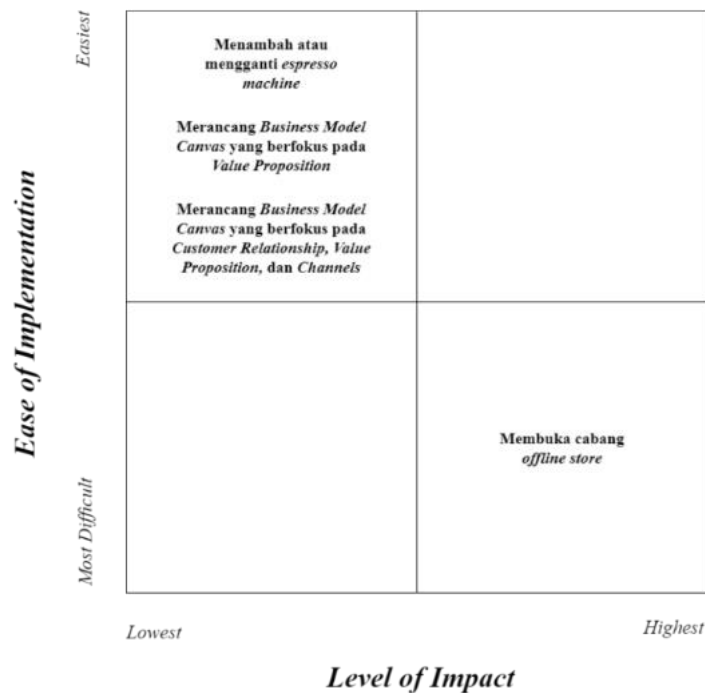
Pada aspek *man*, diketahui terdapat penurunan performansi pegawai yang diakibatkan oleh kurangnya jumlah pegawai pada setiap *shift* yang menyebabkan terjadinya peningkatan pada waktu tunggu pelanggan. Dengan terdapat keterbatasan area tempat kerja dan tidak memadai untuk dilakukan perluasan, maka penambahan jumlah pegawai tidak dapat dilakukan. Sehingga Kedai Kopi Berlalu disarankan untuk membuka cabang *offline store* di Kota Bandung dengan tujuan menyalurkan pelanggan sehingga waktu tunggu pelanggan dapat dipersingkat dengan membagi jumlah pelanggan dari setiap cabang dan jumlah pesanan yang diterima dapat disesuaikan dengan kapasitas pegawai.

Sedangkan pada aspek *machine*, diketahui bahwa terdapat penurunan efektivitas pada *espresso machine* yang disebabkan oleh jumlah pesanan yang telah melampaui kapasitas produksi mesin, Kedai Kopi Berlalu dapat menambah atau mengganti *espresso machine* dengan kapasitas produksi yang lebih besar.

Lalu pada aspek *product*, diketahui terdapat pelanggan yang mulai merasa bosan terhadap produk yang diakibatkan oleh kemiripan dengan produk pesaing. Sehingga Kedai Kopi Berlalu dapat merancang dan merumuskan inovasi yang dapat menghilangkan rasa bosan serta keunikan yang dapat membedakan dengan produk pesaing, maka Kedai Kopi Berlalu dapat merancang sebuah *Business Model Canvas* yang berfokus pada *Value Proposition* sehingga pelanggan akan lebih tertarik dan memilih produk dari Kedai Kopi Berlalu dibanding *coffee shop* lainnya.

Selanjutnya pada aspek *product*, diketahui terdapat permasalahan lainnya yaitu jumlah permintaan kopi masih bersifat siklis yang diakibatkan oleh kurangnya pelanggan setia serta *value* produk yang kurang tersampaikan. Maka untuk menyelesaikan permasalahan ini, Kedai Kopi berlalu dapat melakukan perubahan dan merancang suatu *Business Model Canvas* yang berfokus pada *Customer Relationship* untuk menjalin ikatan dan memperoleh pelanggan setia. Lalu Kedai Kopi Berlalu juga dapat berfokus kepada bagian *Value Proposition* serta *Channels* agar produk dapat memiliki *value* yang dapat membuat pelanggan lebih memilih produk Kedai Kopi Berlalu serta *value* tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada pelanggan.

Dengan terdapatnya beberapa alternatif solusi dari akar permasalahan, maka digunakan metode *impact matrix* untuk menentukan akar permasalahan yang akan dijadikan prioritas dan alternatif solusi terbaik yang dapat menyelesaikan permasalahan utama. *Impact matrix* ini pun digunakan untuk melihat seberapa besar dampak serta tingkat kesulitan dari proses penerapan solusi yang dapat digunakan sebagai kriteria pemilihan. Berikut merupakan *impact matrix* yang digunakan untuk menentukan alternatif solusi terbaik.



Gambar I.8 *Impact matrix* alternatif solusi



Setelah dilakukan diskusi dengan pelaku usaha, diketahui bahwa akar permasalahan yang sangat berpengaruh dalam penurunan pendapatan yang dialami Kedai Kopi Berlalu adalah terdapatnya waktu tunggu yang lama. Hal ini diketahui karena pasalnya terdapat banyak pelanggan yang mengeluh terhadap waktu antre kepada pegawai Kedai Kopi Berlalu. Maka dari itu akar permasalahan tersebut diprioritaskan untuk diselesaikan pada tugas akhir ini.

Lalu dari *impact matrix* diatas, dapat diketahui pada kuadran satu terdapat alternatif solusi menambah atau mengganti *espresso machine* dengan kapasitas produksi yang lebih besar. Karena dengan alternatif solusi ini maka Kedai Kopi Berlalu dapat mempercepat waktu tunggu pelanggan dengan *espresso machine* yang dapat beroperasi kembali dengan efektif dan efisien, tetapi alternatif solusi ini diketahui tidak dapat menyelesaikan permasalahan waktu tunggu yang lama secara keseluruhan maka alternatif solusi ini memiliki dampak yang rendah bagi Kedai Kopi Berlalu. Tetapi alternatif solusi ini memiliki tingkat kesulitan implementasi yang rendah juga karena tidak terdapat proses implementasi atau perencanaan yang sulit ataupun membutuhkan banyak biaya.

Pada kuadran satu juga, terdapat alternatif solusi merancang *Business Model Canvas* yang berfokus pada *Value Proposition* serta alternatif solusi merancang *Business Model Canvas* yang berfokus pada *Customer Relationship*, *Value Proposition*, dan *Channels*. Kedua alternatif solusi ini diketahui memiliki dampak yang rendah bagi Kedai Kopi Berlalu karena alternatif tersebut bukan merupakan solusi dari akar permasalahan yang diprioritaskan. Tetapi alternatif solusi ini memiliki tingkat kesulitan yang rendah juga karena perancangan *Business Model Canvas* dapat dipetakan langsung oleh pelaku usaha dan tidak membutuhkan banyak biaya.

Sedangkan pada kuadran empat, terdapat alternatif solusi membuka cabang *offline store* baru. Karena dengan alternatif solusi ini, maka Kedai Kopi Berlalu dapat mengatasi permasalahan waktu tunggu yang lama selaku akar permasalahan yang diprioritaskan. Lalu dengan melakukan pembukaan cabang *offline store*, maka Kedai Kopi Berlalu dapat membuka toko dengan area yang lebih luas, menambah jumlah pegawai, menyediakan *espresso machine* dengan kapasitas yang lebih

besar, dan menyalurkan pelanggan kepada cabang baru sehingga waktu tunggu pelanggan dapat dipersingkat dan distabilkan. Maka dapat diketahui alternatif solusi ini memiliki dampak yang tinggi bagi Kedai Kopi Berlalu dengan tingkat kesulitan implementasi yang tinggi juga karena proses pendirian cabang memiliki proses dan perencanaan yang sulit serta membutuhkan banyak biaya.

Maka dari itu, dengan alternatif solusi yang sudah dipetakan pada *impact matrix* dan dilakukan diskusi kembali dengan pelaku usaha, diputuskanlah alternatif solusi terbaik yang dibahas pada tugas akhir ini adalah alternatif solusi membuka cabang *offline store*. Karena dengan alternatif solusi ini maka Kedai Kopi Berlalu dapat menyelesaikan akar permasalahan yang diprioritaskan. Selain itu, dengan membuka cabang *offline store* juga maka Kedai Kopi Berlalu dapat memperkenalkan konsep “Transit Coffee Shop” serta *value* “Coffee Shop with Healthier Option”, memperluas segmen pasar, meningkatkan peminat, serta meningkatkan pendapatan.

Tetapi untuk melakukan pendirian cabang *offline store* maka diperlukan perencanaan yang matang, oleh karena itu penelitian ini dilakukan untuk membantu Kedai Kopi Berlalu dalam mempersiapkan proses pendirian cabang dengan bantuan perancangan pasar yang berfungsi untuk mengetahui ukuran pasar, estimasi jumlah permintaan, dan strategi penjualan. Perancangan teknis yang berfungsi untuk merancang kebutuhan teknis serta operasional yang diperlukan pada cabang Kedai Kopi Berlalu. Perancangan sumber daya manusia yang berfungsi untuk mengetahui kebutuhan jumlah tenaga kerja. Lalu perancangan finansial yang berfungsi dalam mengetahui biaya yang diperlukan Kedai Kopi Berlalu untuk membuka cabang *offline store*.

Kemudian berdasarkan hasil rancangan, dilakukan juga analisis kelayakan usaha dengan bantuan metode NPV, IRR, dan PBP untuk menentukan apakah rencana investasi pembukaan cabang baru adalah suatu solusi yang tepat dan dapat memberikan keuntungan atau sebaliknya. Keputusan rencana investasi pun dapat membantu Kedai Kopi Berlalu dalam mempertimbangkan solusi lainnya.

### **I.3 Perumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan dan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, berikut merupakan rumusan masalah yang harus diselesaikan pada tugas akhir ini.

1. Bagaimana perancangan pasar untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu?
2. Bagaimana perancangan teknis untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu?
3. Bagaimana perancangan sumber daya manusia untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu?
4. Bagaimana perancangan finansial untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu?
5. Bagaimana keputusan rencana investasi untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu?

### **I.4 Tujuan Tugas Akhir**

Dengan terdapatnya rumusan masalah yang harus diselesaikan, berikut juga terdapat tujuan dari penelitian yang harus dipenuhi.

1. Mengetahui perancangan pasar untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu.
2. Mengetahui perancangan teknis untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu.
3. Mengetahui perancangan sumber daya manusia untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu
4. Mengetahui perancangan finansial untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu
5. Mengetahui keputusan rencana investasi untuk pendirian cabang *offline store* Kedai Kopi Berlalu

### **I.5 Manfaat Tugas Akhir**

Terdapat juga manfaat yang diharapkan dari hasil pengerjaan tugas akhir dan dapat diterapkan bagi pelaku usaha dan peneliti selanjutnya.

1. Tugas akhir diharapkan dapat membantu pelaku usaha dalam mengambil keputusan yang tepat untuk proses pendirian cabang baru.
2. Tugas akhir diharapkan dapat bermanfaat bagi pembaca.

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Pada penulisan tugas akhir terdapat sistematika penelitian yang terdiri dari enam bab yaitu pendahuluan, landasan teori, metodologi perancangan, perancangan sistem terintegrasi, analisis dan evaluasi hasil perancangan, serta kesimpulan dan saran. Berikut merupakan uraian dari sistematika penelitian tugas akhir.

### **1. Bab I Pendahuluan :**

Pada Bab I, dilakukan penguraian latar belakang penelitian yang menjelaskan penyebab timbulnya masalah serta penentuan alternatif solusi yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan dan menjadi bahasan pada tugas akhir, lalu dilakukan juga perumusan masalah, penetapan tujuan tugas akhir, manfaat tugas akhir, dan sistematika penulisan dari tugas akhir.

### **2. Bab II Tinjauan Pustaka :**

Pada Bab II, disertakan teori-teori yang berhubungan dengan penelitian juga permasalahan yang diteliti. Bab ini juga berfungsi sebagai penghubung serta pendukung proses pemecahan masalah.

### **3. Bab III Sistematika Penyelesaian :**

Pada Bab III, dilakukan penguraian kerangka konseptual untuk menjelaskan langkah-langkah penyelesaian masalah dan metode yang digunakan untuk menyelesaikan permasalahan yang diteliti, lalu dilakukan juga perumusan sistematika perancangan, batasan dan asumsi tugas akhir, serta identifikasi komponen sistem terintegrasi.

### **4. Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi :**

Pada Bab IV, dilakukan penguraian dan penjelasan mengenai proses serta cara pengumpulan data, pengolahan data, dan perancangan yang dilakukan untuk memecahkan permasalahan yang diteliti dan memenuhi tujuan tugas akhir.

5. Bab V Analisis dan Evaluasi Hasil Perancangan :

Pada Bab V, dilakukan analisis serta evaluasi hasil rancangan yang dibahas pada tugas akhir dan dilakukan untuk menjawab pertanyaan juga memenuhi tujuan penelitian sesuai dengan urutan dan tahapan pada sistematika penulisan.

6. Bab VI Kesimpulan dan Saran :

Pada Bab VI, dilakukan penyimpulan dari hasil analisis penelitian juga dilakukan pemberian saran yang berisi rekomendasi yang ditujukan kepada pelaku usaha, pembaca, serta peneliti selanjutnya sebagai penutup dari penelitian.