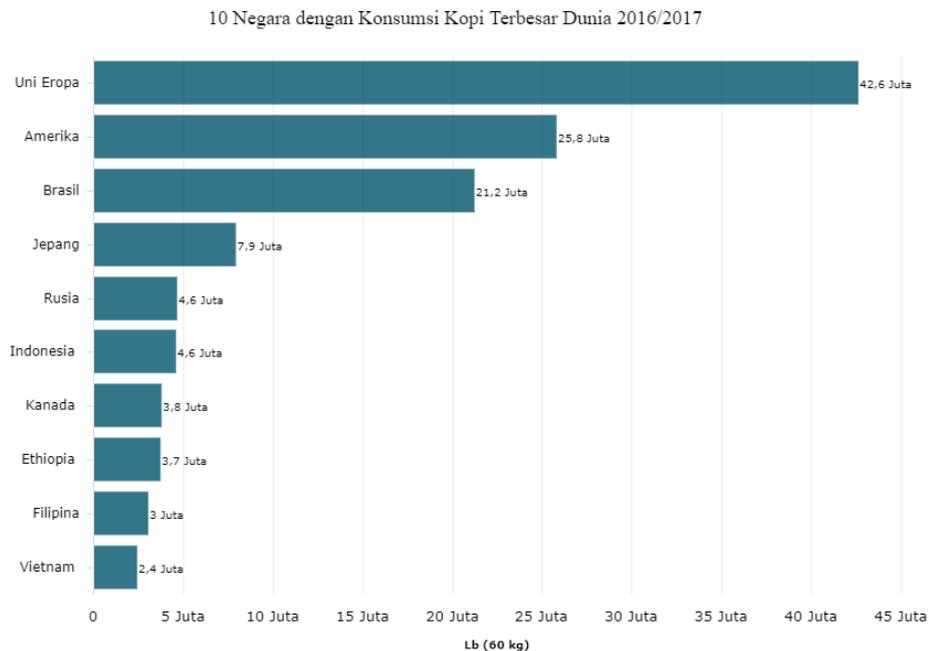


BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitiannya. Kemudian terdapat rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian, tujuan penelitian dan manfaat yang diharapkan dari penelitian terhadap objek penelitian

I.1 Latar Belakang

Kopi, sebagai sumber devisa dan penghidupan masyarakat, memegang peranan penting dalam perekonomian nasional. Kopi merupakan produk dengan peluang pasar yang baik di dalam negeri maupun luar negeri. Gambar 1.1 menjelaskan bahwa 10 negara dengan konsumsi kopi terbesar dunia dari tahun 2016 sampai tahun 2017. Berdasarkan *International Coffee Organization (ICO)* tahun 2018, Indonesia menduduki peringkat ke-6 dengan jumlah konsumsi sebanyak 4,6 juta kemasan per-60 kg.



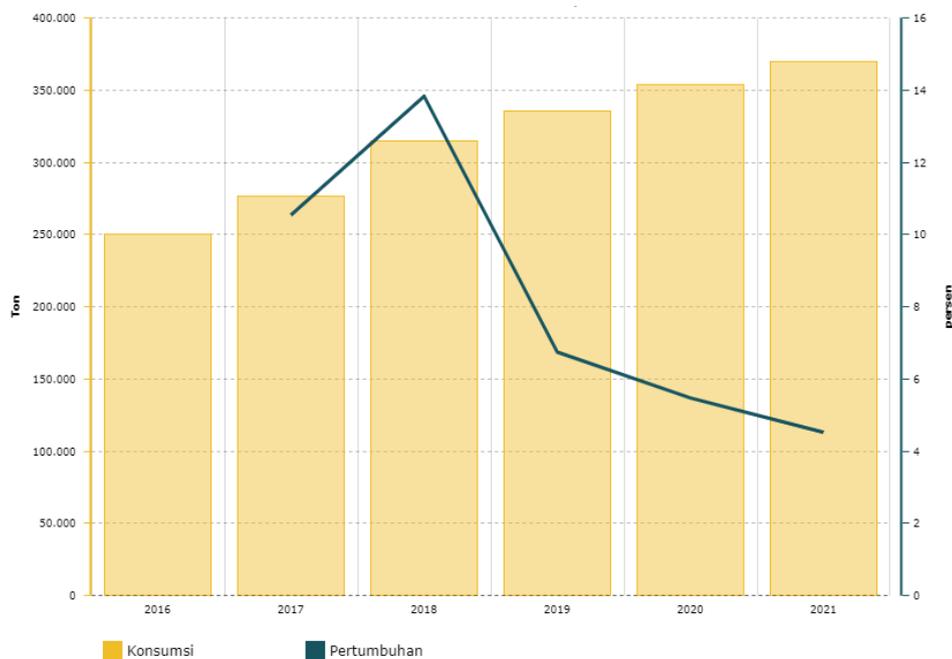
Gambar I. 1 10 Negara dengan Konsumsi Kopi Terbesar Dunia 2016/2017

Sumber : *International Coffee Organization (ICO)*, (2018)

Proporsi produksi kopi di Indonesia masih 97% diekspor dalam bentuk biji kopi hijau mentah dan hanya 3% sisanya diekspor dalam bentuk kopi olahan.

Sebagaimana mestinya, ekspor kopi membawa keuntungan lebih ketika kopi diekspor dalam bentuk kopi olahan, karena tentunya dapat membuka banyak lapangan kerja bagi industri pengolahan kopi (Asosiasi Eksportir dan Industri Kopi Indonesia).

Data dari Kementerian Pertanian dari tahun 2016 sampai 2021 menunjukkan bahwa konsumsi kopi nasional mengalami peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa total konsumsi kopi secara nasional tahun 2016 sampai 2021 selalu mengalami peningkatan dikarnikmatan kebutuhan masyarakat tetapi dilihat dari persentase pertumbuhan konsumsi kopi nasional tiap tahunnya mengalami penurunan 10% dapat dilihat dari tahun 2018 sampai 2021.



Gambar I. 2 Konsumsi Kopi Nasional 2016-2021

Sumber : Kementerian Pertanian, (2018)

Menurut (Helyana 2017), Pengusaha kedai kopi ingin mengembangkan usahanya di Indonesia karena tiga alasan. Pertama, karena kehidupan di kota-kota besar telah mengubah cara hidup masyarakat dan bergerak menuju modernisasi. Kedua, salah satu kebutuhan anak muda masa kini adalah sosialisasi diri dalam berhubungan dengan teman. Oleh karena itu, tidak jarang kedai kopi menjadi tempat untuk bersosialisasi dan berkumpul. Ketiga, maraknya kedai kopi di kota-kota besar, seperti Bandung.

Ada begitu banyak kedai kopi atau kafe di Bandung, salah satunya adalah di daerah Bojongsoang. *Coffee Shop XYZ* memiliki banyak pesaing yang ada di daerah Bojongsoang untuk itu diperlukannya inovasi yang baru mengenai hal-hal yang akan di tingkatkan dari semua aspek seperti aspek pasar, aspek ekonomi, aspek manajemen dan lainnya. Tabel I. 1 menunjukkan jumlah *Coffee Shop* di daerah Bojongsoang yang berada dekat dengan *Coffee Shop XYZ*.

Tabel I. 1 *Coffee Shop* di Bojongsoang

COFFEE SHOP DAERAH BOJONGSOANG		
No	Tempat	Alamat
1	Ammata	Cipagalo, Bandung
2	Co.Choc	Cipagalo, Bandung
3	Kopi Janji Jiwa	Cipagalo, Bandung
4	Kopi Sore	Cipagalo, Bandung
5	Salam Coffee & Tea	Cipagalo, Bandung
6	Shamgar Coffee & Books	Cipagalo, Bandung
7	Wagoon Coffee	Jalan STT Telkom
8	Andalusia Coffee	Jl. Raya Bojongsoang
9	The Coffee Bean & Tea Leaf	Jl. Terusan Buah Batu
10	Afkant Coffee	Lengkong, Bandung
11	Elther Café	Lengkong, Bandung
12	<i>Coffee Shop XYZ</i>	Lengkong, Bandung
13	Kopi Sadili	Lengkong, Bandung
14	Kue Balok Mang Salam	Lengkong, Bandung
15	Rich <i>Coffee Shop</i>	Lengkong, Bandung
16	Sensa Coffee	Lengkong, Bandung
17	Si Kopi Biru	Lengkong, Bandung
18	Nomar Kopi Togo	Perumahan Pesona Bali
19	Bengras Kopi	Sukapura
20	Kopi Kenangan	Transmart Buah Batu

Sumber: Google Maps (<https://www.google.co.id/maps/>)

Coffee Shop XYZ merupakan salah satu cabang kedai kopi di Bojongsoang yang didirikan oleh Sharon Sutanto dan telah berdiri sejak tahun 2017. *Coffee Shop XYZ* berlokasi di Jl. Telekomunikasi Raya No.238, Sukapura, Kec. Dayeuhkolot, Bandung, Jawa Barat. Usaha ini dibantu oleh 2 orang barista *fulltime* dan 2 orang barista *part time* dan dipimpin oleh seorang supervisor dan jajarannya sebanyak 8 orang. Konsumen pada *Coffee Shop XYZ* meliputi mahasiswa tetapi sebagian pula terdapat masyarakat sekitar dan ditujukan lebih

ke anak muda. Sistem penjualan dari *Coffee Shop XYZ* adalah pembelian langsung ke tempat dan bisa *dine in* ataupun *take away* serta melalui aplikasi pesan antar seperti Go Food, Grab Food, Shoppe Food dan Traveloka. Dalam kegiatan harian yang dilakukan oleh para pegawai *Coffee Shop XYZ* terkhusus untuk baristanya adalah membuat kopi, mempertanggung jawabkan *stock opname* dimana *stock opname* ini berkaitan dengan pelaporan pendapatan dan pengeluaran yang dilakukan setiap sebulan 2 kali.



Gambar I. 3 Lokasi *Coffee Shop XYZ*

Coffee Shop XYZ menjual produk yaitu produk *coffee* dan *non coffee*. Pada produk *coffee* memiliki 13 varian rasa tetapi produk yang favorit dari menu *coffee* yaitu kopi susu, caramel macchiato dan kopi susu bon-bon. Untuk produk *non coffee* juga memiliki 15 variasi dengan produk favorit yaitu avocado chocolate. Harga untuk produk *coffee* berkisar Rp10.000 hingga Rp28.000 dan produk *non coffee* berkisar Rp14.000-Rp25.000.



Gambar I. 4 Produk *Coffee Shop XYZ*

Coffee Shop XYZ pada saat sebelum pandemi covid 19 memiliki keuntungan kotor yang didapatkan dalam sebulan mencapai Rp100.000.000. Tetapi pada saat ini, *Coffee Shop XYZ* menurunkan target pendapatan sebesar 50% dengan nominal pendapatan yaitu Rp50.000.000. Pada Gambar I.5 yang didapatkan dari laporan keuangan *Coffee Shop XYZ* tahun 2021 terlihat bahwa *Coffee Shop XYZ* telah menurunkan target sebanyak 50% dan pendapatan tetap mengalami fluktuatif tiap bulannya sehingga tidak mencapai target rata-rata pendapatan dikarnikmatan adanya kondisi pandemi.



Gambar I. 5 Data Pendapatan *Coffee Shop XYZ* Tahun 2021

Sumber: Data Internal *Coffee Shop XYZ* (2021)

Berdasarkan permasalahan yang didapatkan dari wawancara dengan *Leader Coffee Shop XYZ*, terdapat beberapa permasalahan yang berpengaruh terhadap pencapaian target pendapatan perbulan yang tidak memenuhi target perusahaan.



Gambar I. 6 Fishbone Diagram

Gambar I.6 terdapat empat faktor yang menyebabkan target pendapatan *Coffee Shop XYZ* tidak tercapai yaitu, *product*, *promotion*, *people* dan *environment*. Pada produk yaitu variasi produk terbatas dan variasi produk serupa dengan kompetitor dikarnikmatan produk yang pasaran. Pada *promotion Coffee Shop XYZ* memiliki strategi pemasaran yang tidak optimal dan hanya menggunakan Instagram sebagai media promosi dikarnikmatan kurangnya pengetahuan *owner* mengenai strategi pemasaran. Pada *people Coffee Shop XYZ* adalah jumlah pelanggan yang berkurang dan barista yang tidak bekerja sesuai jadwal. Kemudian pada *environment Coffee Shop XYZ* menghadapi permasalahan yang diakibatkan pandemi covid 19, kuliah *online Telkom University* dan kondisi tempat kerja yang perlu direnovasi.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis melakukan perancangan usulan model bisnis *Coffee Shop XYZ* menggunakan metode *Business Model Canvas*.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan latar belakang, maka didapatkan beberapa akar masalah dan potensi solusi dari *Coffee Shop XYZ* yang disajikan pada Tabel I.2

Tabel I. 2 Daftar Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Variasi produk terbatas dan serupa dengan kompetitor	Perancangan bisnis model dengan pendekatan bisnis model canvas
2	Jumlah pelanggan berkurang	
3	Barista yang bekerja tidak sesuai jadwal	
4	Kondisi tempat kerja yang perlu direnovasi	
5	Penggunaan media promosi	Perancangan program komunikasi pemasaran digital
6	Pandemi dan Kuliah Online	Perancangan SOP Kesehatan bagi pegawai dan pembeli

Berdasarkan Tabel I.2 terdapat beberapa permasalahan yang dapat membuat bisnis berjalan tidak mencapai target. Akar masalah yang dihadapi oleh *Coffee Shop XYZ* terbagi menjadi enam dan terdapat tiga potensi solusi yang dapat menjadi alternatif penyelesaian akar masalah. Untuk potensi yang dipilih adalah menggunakan metode *Business Model Canvas* yang dikarnikmatan potensi ini dapat menjadi solusi yang cepat dan dapat menyelesaikan beberapa akar permasalahan secara langsung yang membuat akar masalah dapat teratasi dengan cepat. Pemilihan metode *Business Model Canvas* dimana metode tersebut menjelaskan mengenai dasar bagaimana sebuah bisnis diciptakan, diberikan, dan ditangkap nilainya (Osterwalder & Pigneur, 2010).

Perancangan model bisnis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC) dengan memperhatikan 9 blok yaitu *Customer segment*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Value proposition*, *Revenue Stream*, *Key Resources*, *Key Activities*, *Key Partnership*, dan *Cost Structure*. Setelah di tinjau lebih jauh dengan melakukan wawancara terhadap *Leader* dari *Coffee Shop XYZ*, *Coffee Shop XYZ* mempunyai kendala pada usahanya. Kendala tersebut terletak pada Blok *value proposition* , Blok *customer segment*, Blok *key activities*, Blok *Key Resource*.

Pada blok *value proposition* , dimana banyaknya jumlah kedai kopi di Kota Bandung terlebih di daerah Bojongsoang dilihat dari Tabel I.1 yang dimana variasi produk serupa dengan kompetitor dan juga variasi produk yang terbatas sehingga perlunya inovasi yang dapat menjual ke konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa *Coffee Shop XYZ* perlu meningkatkan nilai jual dari produk dan memberikan inovasi menu *signature* terutama di bagian kopi dan non kopi.

Pada blok *customer segment*, *Coffee Shop XYZ* hanya tertuju pada mahasiswa Telkom University dan masyarakat sekitar. Hal tersebut diperlukannya perluasan konsumen untuk meningkatkan penjualan dari *Coffee Shop XYZ*.

Pada blok *key activities*, pegawai *Coffee Shop XYZ* bekerja tidak sesuai jadwal yang menyebabkan terhambatnya suatu shift dalam pengerjaan produk. Pada blok *key resource*, dilihat dari kondisi tempat kerja yang perlu direnovasi.

Keunggulan lain dari *Business Model Canvas* adalah dapat digunakan untuk semua jenis bisnis yang tidak terbatas oleh sektor usahanya. Dengan menggunakan model bisnis ini dapat membuat proses analisis kekuatan dan juga kelebihan dari bisnis dapat dilakukan dengan cepat. Selain itu, terdapat hubungan antara akar masalah dengan 9 blok elemen *Business Model Canvas* yaitu akar masalah yang terjadi pada blok *value proposition*, *customer segment*, *key activities*, dan *key resource*.

I.3 Rumusan Masalah

Dari uraian pada latar belakang diatas, maka rumusan masalah yang didapatkan sebagai berikut:

1. Bagaimana pemetaan model bisnis *Coffee Shop XYZ* jika menerapkan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana rancangan strategi analisis SWOT pada *Coffee Shop XYZ*?
3. Bagaimana rancangan usulan model bisnis pada *Coffee Shop XYZ* dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusan masalah yang didapatkan, maka tujuan tugas akhir sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui gambaran model bisnis eksisting pada *Coffee Shop XYZ* menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk mengetahui perancangan strategi analisis SWOT pada *Coffee Shop XYZ*
3. Untuk memberikan usulan model bisnis baru pada *Coffee Shop XYZ* menggunakan *Business Model Canvas*.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dari tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Acuan dalam proses pengambilan keputusan dalam pengembangan usaha yang diusulkan untuk *Coffee Shop XYZ*
2. Acuan dibuatnya gambaran bisnis model usulan mengenai analisis dan rancangan menggunakan *Business Model Canvas* untuk *Coffee Shop XYZ*.
- 3.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan ringkasan sistematika penulisan yang digunakan pada penyusunan Tugas Akhir sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang penelitian yang menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitiannya. Kemudian terdapat rumusan masalah yang digunakan dalam penelitian, tujuan penelitian dan manfaat yang diharapkan dari penelitian terhadap objek penelitian

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori yang digunakan dalam penelitian untuk membantu peneliti dalam mengetahui teori apa yang berkaitan dengan metode yang digunakan.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang metodologi perancangan yang diterapkan. Metodologi perancangan meliputi langkah-langkah yang diambil dalam melakukan penelitian yang dilakukan. Dalam hal ini meliputi identifikasi permasalahan, tujuan penelitian, tahapan penelitian, pengumpulan dan sumber data, serta faktor-faktor yang digunakan untuk melakukan penelitian. Kemudian menganalisis data yang dikumpulkan dengan metode yang digunakan.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Dalam bab ini menjelaskan semua kegiatan yang terkait dengan merancang sistem terintegrasi untuk memecahkan masalah dalam penelitian. Kegiatan yang dilakukan dapat berupa pengambilan dan pengolahan data, pengujian data, dan perancangan solusi.

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Bab ini menjelaskan bahwa validasi hasil rancangan dari pengumpulan dan pengolahan data untuk mengembangkan rekomendasi perbaikan yang sesuai untuk bisnis model *Coffee Shop XYZ* serta melakukan evaluasi dan analisis hasil rancangan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini memberikan kesimpulan dan saran tentang tujuan dari permasalahan dan manfaat dari rumusan masalah pada bab pendahuluan hingga saran rekomendasi kepada penulis lain yang akan meneruskan penelitian ini.