

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Objek Penelitian

1.1.1. Profil Rek Headquarters

Perkembangan bisnis *cafe* kopi atau *coffee shop* pada zaman ini dapat dilihat dari menjamurnya kemunculan *coffee shop* di seluruh Indonesia. Kafe dengan menu utama seduhan bubuk kopi ini telah menjadi bisnis yang memiliki persaingan ketat karena minum kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia khususnya generasi milenial. Persaingan bisnis memperebutkan pelanggan terjadi di kota-kota besar di berbagai provinsi di Indonesia yang memiliki jumlah *coffee shop* tinggi. Provinsi Jawa Barat menjadi provinsi dengan jumlah usaha restoran dan kafe terbanyak di Indonesia dan Kota Bekasi menempati peringkat pertama kota dengan jumlah usaha restoran dan kafe tertinggi baik di Provinsi Jawa Barat maupun di Indonesia (Databoks, 2021).



Gambar 1.1 Logo Rek Headquarters

Rek Headquarters menjadi salah satu dari banyaknya *coffee shop* yang terletak di Kota Bekasi. Rek Headquarters berdiri sejak April 2019 pada awal kemunculannya Rek Headquarters memiliki nama KopiRek bertempat di dalam sebuah *container* berukuran 2x2 m yang berlokasi di depan ruko kawasan Bekasi Selatan, hingga pada tahun 2021 pindah lokasi ke salah satu Ruko Grand Galaxy City di Kota Bekasi dan pada Oktober 2021 melakukan *scale up* bisnis dan memiliki tempat usaha sendiri di Jalan Madura Furi No.16 Bekasi Selatan. Dengan konsep *smart coffee shop* yang diusung Rek Headquarters, Farhan Ramadhan selaku *owner* yakin bahwa Rek

Headquartres dapat memenuhi kebutuhan masyarakat Bekasi yang mulai menyukai budaya bekerja melalui *cafe* atau disebut *work from cafe*.



Gambar 1.0.2 Lokasi Rek Headquarters

Persaingan bisnis kedai kopi di Indonesia dinilai semakin meningkat sejak tahun 2021 saat adanya aturan Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) yang dibuat oleh pemerintah di masa pandemi COVID-19. Adanya kebiasaan baru masyarakat Indonesia yang tidak melakukan kegiatan sekolah, kuliah bahkan bekerja di tempat yang sebagaimana mestinya menjadikan timbulnya budaya baru *work from cafe* yang menjadikan *coffee shop* tidak lagi dikunjungi sebagai tempat minum kopi, melainkan menjadi tempat bekerja *remote*. Konsep kedai kopi yang lebih sederhana, mengedepankan aturan protokol kesehatan pemerintah, dan memiliki harga terjangkau menjadi tolak ukur masyarakat dalam memilih *coffee shop*. Rek Headquarters sendiri telah mengedepankan konsep *smart coffee shop* yang dibantu dengan kemajuan teknologi seperti halnya dengan penyajian menu non-fisik yang tidak lagi menggunakan buku menu yang dapat meningkatkan penyebaran virus COVID-19 melainkan menggunakan scan barcode. Berikut di bawah ini merupakan bentuk menu non-fisik yang dimiliki Rek Headquarters:



Gambar 1.3 Non-Fisik Rek Headquarters

Pada gambar di atas dapat dilihat menu non-fisik yang dimiliki oleh Rek Headquarters sebagai bentuk perkembangan konsep kedai kopi konvensional menjadi konsep *smart coffee shop*. Menu non-fisik dapat diakses dengan melakukan *scan barcode* yang terdapat di Rek Headquarters atau dapat diakses melalui *link* yang terdapat di Instagram Rek Headquarters.

1.1.2. Produk Rek Headquarters

Coffee shop Rek Headquarters adalah bisnis yang bergerak di bidang *food and beverages* dengan menyediakan menu utama minuman kopi. Rek Headquarters memiliki menu *signature* andalannya yakni 'Rek Legi Hazelnut' yang merupakan minuman kopi yang disajikan dingin dengan campuran susu, hazelnut dan *whipped cream* dan juga terdapat menu 'Rek Wengi' yang merupakan minuman kopi yang disajikan dingin dengan campuran susu dan tiramisu. Selain minuman kopi, Rek Headquarters juga menyediakan hidangan lain seperti minuman *non-coffee* yakni *mocktail and refreshment*, menu makanan *main course* khas nusantara dan *western*, selanjutnya terdapat menu *side dish* yakni makanan

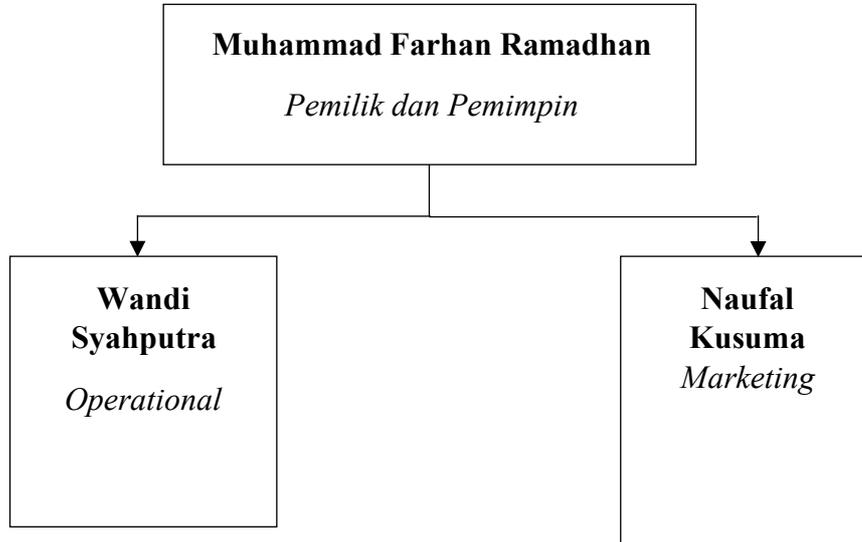
ringan dan juga Rek Headquarters menyediakan seri botol 1-liter dan 500 ml untuk setiap menu minuman yang ada di Rek Headquarters. Berikut di bawah ini merupakan gambaran menu yang dimiliki Rek Headquarters



Gambar 1.4 Menu Makanan dan Minuman Rek Headquarters

1.1.3. Struktur Organisasi Rek Headquarters

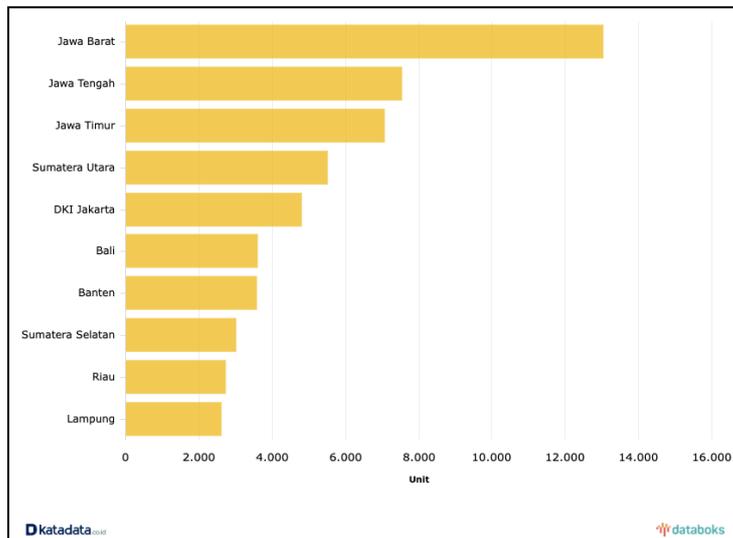
Struktur organisasi di Rek Headquarters adalah sebagai berikut:



Gambar 1.4 Bagan Organisasi Rek Headquarters

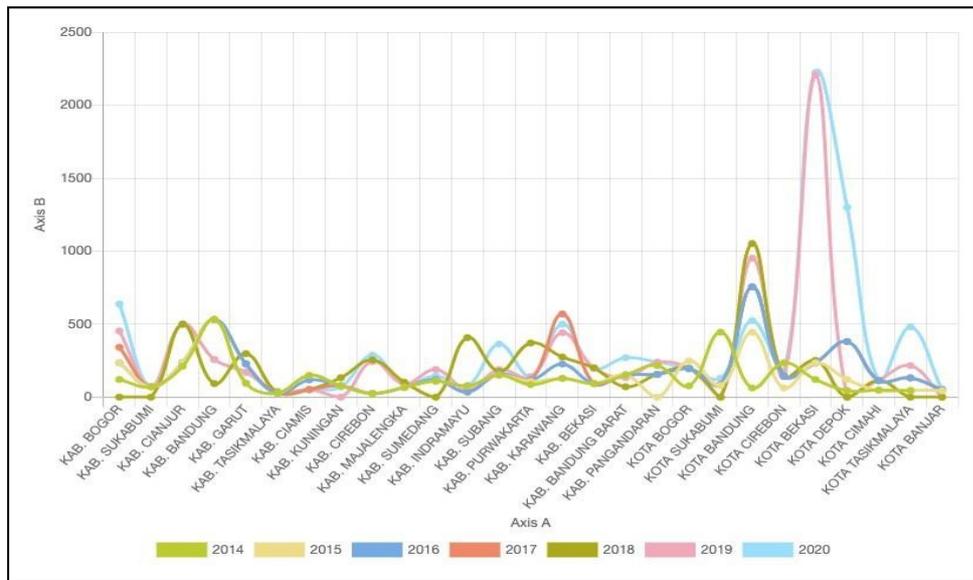
1.2. Latar Belakang

Mengenai karangan Anggadwita et al. (2018) Indonesia menjadi salah satu produsen terbesar biji kopi di dunia, menjadi negara terbesar ke-4 setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia. Pada zaman ini, dimana dinamika lingkungan bisnis berubah dengan cepat dan adanya persaingan bisnis yang semakin ketat, menurut Lestari (2019) keberlangsungan bisnis sangat bergantung kepada inovasi agar bisnis tetap berkelanjutan maka dibutuhkan suatu keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) yang membedakan dari kompetitor lain. Perkembangan bisnis khususnya di Indonesia terjadi pada bisnis restoran atau rumah makan dan *cafe*, berdasarkan data Badan Pusat Statistik Indonesia tahun 2019 pertumbuhan restorandan *cafe* di tiap-tiap Provinsi di Indonesia sangat tinggi terutama pada Provinsi Jawa Barat dengan jumlah 13.034 unit restoran dan *cafe* pada tahun 2019. Berikut di bawah ini merupakan grafik perbandingan banyaknya jumlah restoran dan *cafe* di tiap-tiap provinsi di Jawa Barat yang dirangkum oleh Katadata:



Gambar 1.5 Data Provinsi di Indonesia dengan Jumlah Restoran dan Cafe Terbanyak (Unit)

Dapat dilihat pada gambar 1.6 diatas bahwa provinsi Jawa Barat menempati posisi pertama dengan jumlah unit restoran dan *café* di Indonesia, kemudian pada Provinsi Jawa Barat menyatakan, Kota Bekasi menjadi wilayah yang paling banyak memiliki restoran dan *café* di Jawa Barat pada 2019, yakni sebanyak 2.208 unit. Berikut dibawah ini merupakan grafik yang menggambarkan jumlah unit restoran dan *café* di kota dan kabupaten Provinsi Jawa Barat pada tahun 2014-2020 yang dirangkum oleh Open Data Jabar:

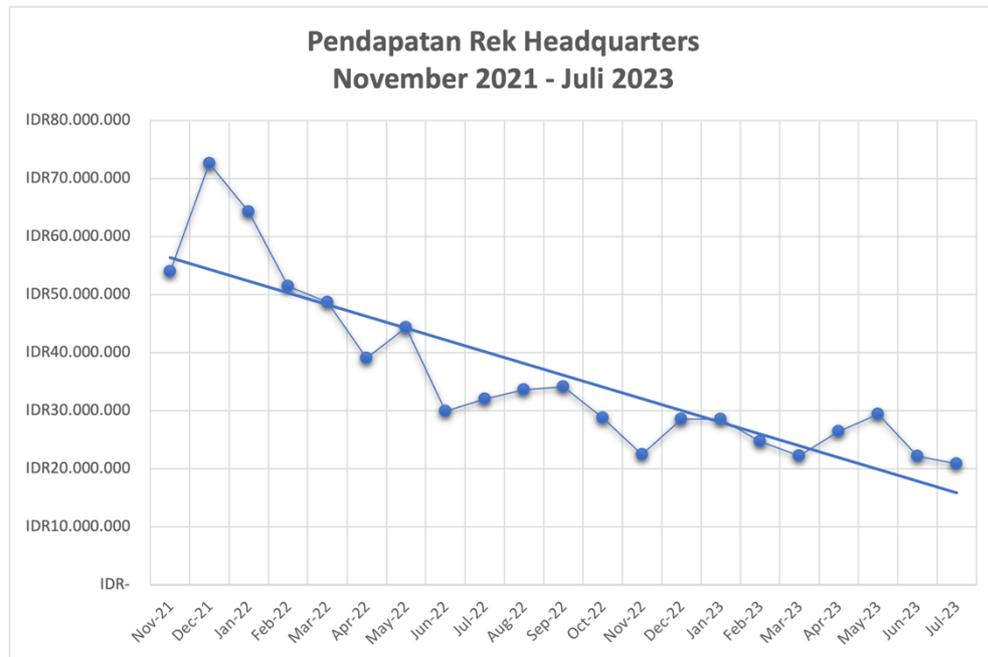


Gambar 1.6 Data Jumlah Usaha Restoran dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat Tahun 2014-2020

Berdasarkan data yang dirangkum *Open Data* Jawa Barat pada gambar 1.7 di atas, pertumbuhan jumlah restoran dan *cafe* di Kota Bekasi sangat melonjak pada tahun 2019 yakni sebesar 776% dengan jumlah restoran dan *cafe* di tahun 2018 sebanyak 252 unit dan pada tahun 2019 sebanyak 2.208 unit. Pertumbuhan bisnis restoran dan *cafe* ini menjadikan adanya persaingan yang ketat di dalam satu wilayah yang sama.

Kompetitor Rek Headquarters di Kota Bekasi diantaranya adalah Kala Bumi, Kopi Saya Nuansa, Juni Park, Pemkop.id serta WSCR. Kelima *coffee shop* tersebut dianggap sebagai kompetitor dari Rek Headquarters dikarenakan lokasi usaha yang saling berdekatan di kawasan Grand Galaxy City, Bekasi Selatan serta memiliki konsep *coffee shop* yang serupa dengan menu utama yang sama yakni minuman kopi. Dampak yang dirasakan dalam menghadapi persaingan bisnis yang ketat, Rek Headquarters mengalami hambatan dan masalah yang mengharuskan Rek Headquarters untuk membentuk strategi bisnis baru agar bisa lebih unggul dibandingkan dengan kompetitor yang ada. Selain itu, Rek Headquarters memiliki omset atau penghasilan fluktuatif atau tidak stabil dari tahun ke tahunnya, sebagaimana

paparan data di bawah ini mengenai penjualan Rek Headquarters dari tahun 2021 sampai tahun 2023 yang didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan pemilik *coffee shop* rek Headquarters:



Gambar 1.7 Laporan Penjualan Coffee Shop Rek Headquarters

Dalam gambar 1.8, dapat dilihat bahwa pendapatan Rek headquarters sejak bulan November 2021 hingga bulan Juli 2023 mengalami kecenderungan penurunan usaha. Hal ini bisa diduga disebabkan adanya wabah covid-19 yang melanda sejak tahun 2020. Namun pergerakan pendapatannya hingga Juli 2023, dimana sejak awal tahun perekonomian sudah mulai bangkit, pendapatan Rek Headquarters belum menunjukkan performa peningkatan pendapatan yang signifikan. Hal ini bisa diduga banyak hal, seperti adanya perubahan pola konsumsi masyarakat secara umum terhadap produk kopi kekinian, pola persaingan bisnis dan lain sebagainya. Peneliti mencari informasi lebih dalam dengan mewawancarai pemilik Rek Headquarters untuk mengetahui permasalahan yang dihadapi *coffee shop* di daerah Bekasi Selatan tersebut. Berdasarkan hasil wawancara, ditemukan bahwa masalah utama bisnis *coffee shop* Rek Headquarters adalah munculnya banyak pesaing

baru yang bergerak di bidang sama yakni *coffee shop* yang menyediakan tempat nyaman, dengan menu utama minuman kopi dan juga menyediakan makanan berat maupun ringan sebagai pendamping minuman kopi. Kala Bumi, Kopi Saya Nuansa, Juni Park, Namdua Coffee House, MelekMata, Pemerintah kopi, dan WSCR merupakan bisnis *coffee shop* yang dianggap sebagai pesaing Rek Headquarters dikarenakan letaknya yang berada pada radius 100 meter sampai 1 kilometer dari lokasi Rek Headquarters, harga menu yang diberikan pesaing juga terbilang kompetitif, dan konsep yang dimiliki terbilang mirip. Hal ini menunjukkan bahwa persaingan bisnis pada usaha *coffee shop* khususnya di Kota Bekasi bagian Selatan menjadi semakin kompetitif dan hal tersebut mengharuskan pemilik bisnis *coffee shop* untuk menciptakan *competitive advantage* atau keunggulan kompetitif yang dapat membedakan suatu bisnis dengan bisnis sejenis lainnya sehingga dapat mempertahankan eksistensi bisnisnya dan memiliki nilai unggul dibandingkan kompetitor.

Melalui penjelasan tersebut, dalam penelitian ini peneliti akan mengidentifikasi strategi bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) yang kemudian akan dirumuskan analisis *Strength, Weakness, Opportunity, dan Threat* (SWOT) yang berpotensi pada bisnis yang dijalankan oleh Rek Headquarters. *Business model canvas* atau disingkat BMC dijelaskan oleh Ostwalder dan Pigneur (2010:48) secara nyata dengan memiliki sembilan komponen dasar model bisnis yang ditempatkan di atas kanvas dengan tujuan membentuk visualisasi yang berguna untuk pemilik bisnis memetakan, mendiskusikan, merancang serta menemukan model bisnis baru dengan mempertimbangkan sisi kiri yaitu aset bisnis yang dibutuhkan seperti halnya sumber daya utama, aktivitas utama, mitra bisnis utama dan struktur biaya, dan juga mempertimbangkan sisi kanan pasar yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran, hubungan pelanggan dan aliran pendapatan. Dari masalah dan fenomena yang terjadi pada internal maupun eksternal bisnis *coffee shop* Rek Headquarters diharapkan dengan menerapkan *business model*

canvas dapat membantu menghadapi permasalahan tersebut. oleh karena itu maka penulis tertarik untuk membuat suatu kajian dengan judul Pengembangan Bisnis Dengan *Business Model Canvas* Pada Rek Headquarters.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan mengenai persaingan bisnis *coffee shop* yang sangat kompetitif di Indonesia khususnya di Kota Bekasi menyebabkan Rek Headquarters kesulitan menghadapi kompetitor bisnis. Dampaknya, *coffee shop* Rek Headquarters mengalami fluktuasi pendapatan dari tahun 2019 sampai tahun 2023 dilihat dari laporan penjualan. Alhasil berdasarkan informasi dari pemilik usaha, pendapatan Rek Headquarters mengalami pendapatan yang dibawah target/dibawah anggaran penjualannya. Dengan kondisi persaingan yang ketat Rek Headquarters memerlukan strategi untuk mempertahankan eksistensi bisnis dalam menghadapi permasalahan tersebut. seperti penelitian yang dilakukan oleh Raharjo, Hasbullah dan Taqi (2019) yang menyimpulkan hasil penelitian bahwa penerapan BMC sangat efektif untuk mendapatkan strategi kompetitif agar bisnis yang dijalankan lebih optimal. Berdasarkan permasalahan Rek Headquarters, untuk mengetahui gambaran model bisnis yang diterapkan peneliti menggunakan pendekatan *business model canvas* (BMC) dengan merangkan 9 elemen utama yakni *customer segments, value propositions, chanel, customer relationships, revenue, key resource, key activities, key partnerships* dan *cost structures*.

1.4. Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai permasalahan yang dihadapi oleh Rek Headquarters, berikut pertanyaan penelitian yang dirumuskan:

1. Bagaimana rumusan strategi bisnis Rek Headquarters saat ini jika ditinjau dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana analisis internal yaitu *strength* dan *weakness* pada bisnis Rek Headquarters?

3. Bagaimana analisis eksternal yaitu *opportunities* dan *threats* pada bisnis Rek Headquarters?
4. Bagaimana strategi rumusan bisnis Rek Headquarters dengan Rekomendasi *Business Model Canvas* baru?

1.5. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, tujuan penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui rumusan strategi pengembangan bisnis sesuai dengan Rek Headquarters saat ini menggunakan *business model canvas*
2. Untuk mengetahui analisis internal yaitu *strength* dan *weakness* pada Rek Headquarters
3. Untuk mengetahui analisis Eksternal yaitu *opportunities* dan *threats* pada Rek Headquarters
4. Untuk mengetahui rumusan strategi Bisnis dengan Rekomendasi *Business Model Canvas* yang baru.

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat penelitian secara teoritis untuk kalangan akademis dan juga secara praktis untuk praktisi bisnis.

Berikut merupakan manfaat penelitian berdasarkan penelitian yang dilakukan:

1. Manfaat Teoritis

Bagi kalangan akademis, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan di bidang Manajemen Strategi khususnya mengenai cara menerapkan *Business Model Canvas* terhadap sebuah bisnis.

2. Manfaat Praktis

Bagi praktisi atau pelaku bisnis khususnya Rek Headquarters, hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar dalam

mengembangkan bisnisnya menggunakan *business model canvas*, Rek Headquarters pun dapat memahami permasalahan lebih mudah, sehingga tidak ada kendala dalam membuat stragtegi dan mengetahui SWOT pada bisnis tersebut.

1.7. Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan proposal skripsi ini dibagi ke dalam tiga bab dengan pemaparan di setiab babnya, yakni:

1. BAB I Pendahuluan. Berisikan tentang latar belakang penelitian menunjukkan alasan melakukan riset, lalu dirumuskan masalah yang ada dalam analisis, kemudian tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tugas akhir.
2. Tinjauan Pustaka merupakan tab yang isinya mengenai teori yang berhubungan dengan variable dan model penelitian yang digunakan. Dalam bab ini juga membahas riset sebelumnya yang sesuai dengan riset yang dilakukan. Adanya penjelasan tentang kerangka penelitian yang akan dilaksanakan.
3. BAB III Metode Penelitian. Dalam bab ini isinya metode penelitian yang mencakup metode memperoleh data dan metode yang digunakan untuk pengolahan data.
4. BAB IV Hasil penelitian dan Pembahasan. Bab ini berisi bab yang menjelaskan tentang pembahasan dari hasil penelitian. bab ini terdiri dari hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V Kesimpulan dan Saran. Bab ini adalah bab yang menerangkan tentang kesimpuland ari hasil penelitian, dan saran peneliti.