

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Gouppi Coffee merupakan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berada di Bandung, Jawa Barat. Gouppi Coffee berada di daerah Jl. Aceh No.41, Babakan Ciamis, Kec. Sumur Bandung, Kota Bandung, Jawa Barat 40117. Untuk akses dan rutenya cukup mudah dijangkau, karena lokasinya tak jauh dari pusat kota Bandung.



Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Pihak Internal Gouppi Coffee (2023)

Gouppi Coffee merupakan salah satu objek wisata kuliner di Bandung berupa tempat nongkrong yang baru hits dan viral di berbagai media sosial. Tempat nongkrong hits di Bandung ini memang masih sangat baru, karena baru *soft opening* pada tanggal awal bulan Juli 2022 lalu.

1.1.2 Struktur Usaha

Struktur di dalam organisasi dibuat untuk menjalankan perusahaan sesuai dengan tugas dan fungsi masing-masing jabatan. Struktur organisasi secara jelas mampu memisahkan tanggung jawab dan wewenang anggotanya.

1.2 Latar Belakang Penelitian

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran krusial dalam menjaga stabilitas ekonomi, terutama saat menghadapi krisis. Hal ini terbukti

saat krisis moneter tahun 1998 melanda Indonesia, di mana UMKM cenderung lebih mampu bertahan daripada perusahaan besar. Keberhasilan ini sebagian disebabkan karena mayoritas pelaku UMKM tidak tergantung pada modal besar atau pinjaman dalam mata uang asing.

UMKM memiliki kontribusi besar dalam mencapai berbagai target pembangunan ekonomi nasional, termasuk pertumbuhan ekonomi, penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa negara, serta pembangunan ekonomi daerah. Hal ini ditegaskan dalam Undang-undang No. 7 Tahun 2014 tentang Perdagangan, yang mengatur berbagai aspek perdagangan dan bisnis di Indonesia, dengan fokus pada perlindungan, pengembangan, dan pemberdayaan UMKM. Regulasi ini mencakup berbagai aspek, mulai dari promosi, perlindungan konsumen, hingga pengaturan akses pasar.

Sektor Usaha Mikro Kecil (UMK) menjadi sektor yang dominan dan memegang peranan penting terhadap perekonomian di Jawa Barat dibandingkan dengan sektor lain yaitu Usaha Menengah Besar (UMB). Kondisi ini terlihat dari jumlah usaha di Jawa Barat tahun 2023. Pada tahun 2023, berdasarkan informasi dari *website* Badan Pusat Statistik jumlah usaha di Jawa Barat sebanyak 13.099.158 unit dengan perincian 9.702.395 UMK dan 3.396.763 UMB yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Jawa Barat (BPS, 2023).

Kota Bandung merupakan salah satu kota di Provinsi Jawa Barat di mana banyak masyarakatnya yang mulai berwirausaha. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik dalam *website* nya, Kota Bandung menduduki peringkat pertama berdasarkan urutan kota/kabupaten di Jawa Barat dengan UMKM terbanyak, di mana Kota Bandung memiliki 1.234.714 UMKM yang bergerak di berbagai sektor usaha (BPS, 2023).

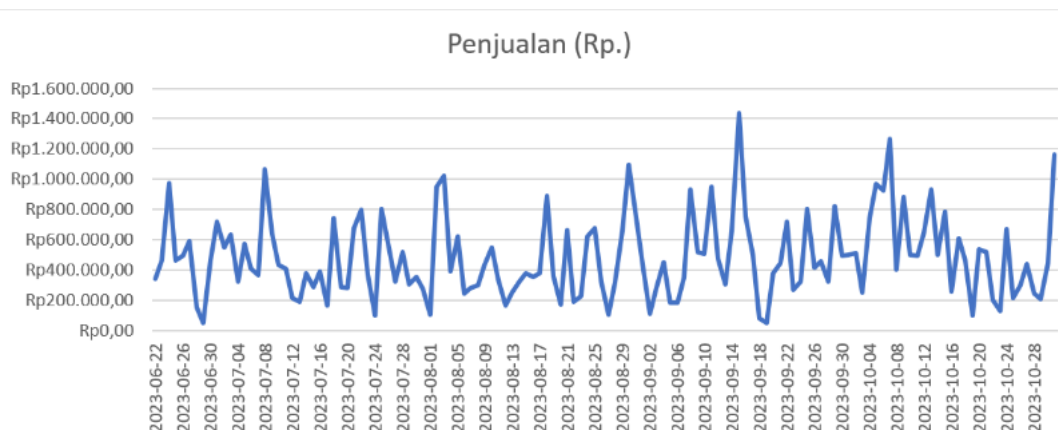
	UMK	UMB	Jumlah
01 Bogor	812 982	348 336	1 161 318
02 Sukabumi	536 086	195 912	731 998
03 Cianjur	498 321	56 534	554 855
04 Bandung	817 684	225 020	1 042 704
05 Garut	532 463	46 971	579 434
06 Tasikmalaya	394 420	13 443	407 863
07 Ciamis	287 472	16 608	304 080
08 Kuningan	191 341	17 687	209 028
09 Cirebon	529 203	90 702	619 905
10 Majalengka	324 385	48 799	373 184
11 Sumedang	238 430	90 067	328 497
12 Indramayu	388 983	29 846	418 829
13 Subang	334 081	73 320	407 401
14 Purwakarta	180 349	109 194	289 543
15 Karawang	500 608	241 241	741 849
16 Bekasi	470 179	517 696	987 875
17 Bandung Barat	318 220	72 515	390 735
18 Pangandaran	125 965	5 074	131 039
71 Kota Bogor	192 573	86 266	278 839
72 Kota Sukabumi	84 555	21 371	105 926
73 Kota Bandung	713 214	521 500	1 234 714
74 Kota Cirebon	90 196	41 474	131 670
75 Kota Bekasi	414 527	260 254	674 781
76 Kota Depok	347 103	104 240	451 343
77 Kota Cimahi	116 811	105 039	221 850
78 Kota Tasikmalaya	209 193	43 220	252 413
79 Kota Banjar	53 051	14 434	67 485
Provinsi Jawa Barat	9 702 395	3 396 763	13 099 158

Gambar 1. 2 Jumlah UMKM Jawa Barat

Sumber: Badan Pusat Statistik (2023)

Berdasarkan data di atas, jumlah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) sudah sangat besar dan persaingan antar Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) saat ini kemungkinan akan semakin meningkat, yang tentunya akan berdampak pada penurunan pendapatan. pendapatan ekonomi, itu akan berdampak. Meningkatnya persaingan berarti bahwa pelaku ekonomi harus memiliki keunggulan kompetitif di pasar dan memiliki peluang lebih besar untuk pembangunan berkelanjutan. Pengusaha harus mencari keuntungan dan diferensiasi produk.

Namun, beberapa faktor dapat membuat bisnis kuliner, khususnya *coffeeshop*, sulit bertahan dalam jangka panjang. Salah satunya adalah ketidaksesuaian konsep dan lokasi. Misalnya, lokasi yang kurang strategis, seperti berada di gang sempit yang sulit diakses oleh pengunjung, dapat menghambat pertumbuhan bisnis. Selain itu, strategi pemasaran juga sangat berpengaruh. Di era digital ini, pemanfaatan media sosial menjadi kunci kesuksesan. Jika pelaku usaha tidak mampu memanfaatkan media sosial secara optimal, bisnisnya dapat ketinggalan dengan pesaing lainnya.



Gambar 1. 3 Data Penjualan Gouppi Coffee

Sumber: Data Olahan Peneliti (2023)

Berdasarkan data penjualan Gouppi Coffee, Gouppi Coffee mengalami kenaikan dan penurunan dalam penjualan setiap harinya. Pada tanggal 22 Juni 2023 penjualan Gouppi Coffee ada di antara Rp200.000 – Rp400.000, pada tanggal 26 Juni 2023 penjualan Gouppi Coffee ada di antara Rp400.000 – Rp600.000, dan seterusnya.

Mengelola keuangan merupakan salah satu aspek yang paling sensitif dalam bisnis. Dengan keuangan yang teratur dan tim yang kompeten, bisnis dapat berjalan sesuai dengan harapan. Selain itu, manajemen operasional juga memiliki peran yang tak kalah pentingnya. Kualitas produk atau layanan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas manajemen operasional.

Persaingan di pasar juga merupakan ancaman yang signifikan terhadap kelangsungan bisnis. Jika pesaing mampu berinovasi lebih cepat daripada kita, hal itu dapat berdampak negatif pada bisnis kita sendiri. Oleh karena itu, penting untuk terus memperdalam pengetahuan tentang bisnis agar dapat menghadapi berbagai permasalahan yang muncul dalam menjalankan bisnis.

Dengan memahami model bisnis saat ini, Kita dapat menemukan model bisnis yang akan membantu perusahaan tumbuh atau meningkatkan model bisnis di masa depan. Dalam keadaan tertentu, perusahaan dapat bersaing untuk menguasai pasar dan meningkatkan penjualan. *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT merupakan dua model bisnis yang dapat digunakan untuk membantu perusahaan.

BMC menjadi alat utama dalam merinci elemen-elemen kunci bisnis Namina Resto (Parry, 2014). Kesembilan elemen BMC, seperti Kemitraan Utama, Hubungan Pelanggan, Sumber Daya Utama, Proposisi Nilai, Saluran, Segmen Pelanggan, Aliran Pendapatan, Struktur Biaya, dan Aktivitas Utama harus saling terkait untuk menciptakan, menyampaikan, dan menangkap nilai.

Model bisnis Gouppi Coffee harus mampu merespon keinginan pelanggan dengan memberikan nilai terbaik melalui penerapan strategi pemasaran yang lebih efisien, optimalisasi interaksi dengan pelanggan melalui platform daring, dan peningkatan efektivitas program loyalitas poin.

Dengan demikian, Gouppi Coffee dapat membentuk model bisnis yang sesuai dengan perkembangan pasar, teknologi, dan struktur hukum, seperti yang dinyatakan dalam BMC. Kanvas model bisnis ini menjadi bahasa bersama untuk mendeskripsikan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis agar tetap kompetitif di tengah dinamika bisnis yang terus berubah (Royan, 2014).

1.3 Perumusan Masalah

Mengetahui model saat ini memungkinkan perusahaan membuat model bisnis yang akan membantu meningkatkan dan menyempurnakannya di masa mendatang. Untuk dapat bersaing dan mengoptimalkan pendapatan, *Business Model Canvas* mungkin menjadi pilihan yang layak untuk desain model bisnis baru. Berdasarkan uraian di atas permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana model bisnis Gouppi Coffee saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana Analisis SWOT berdasarkan 9 blok elemen *Business Model Canvas* Gouppi Coffee?
3. Bagaimana rekomendasi model bisnis untuk Gouppi Coffee?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang disebutkan di atas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk melihat model bisnis Gouppi Coffee saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Untuk melihat Analisis SWOT terhadap *Business Model Canvas* Gouppi Coffee
3. Untuk memberikan rekomendasi model bisnis Gouppi Coffee yang baru.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini bermanfaat bagi penulis untuk menambah wawasan dan juga diharapkan dapat menjadi bahan referensi dalam mengembangkan strategi bisnis menggunakan model bisnis SWOT Analysis dan *Business Model Canvas*.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Bagi penulis penelitian ini diharapkan dapat menjadi hal yang bermanfaat dalam menerapkan pengetahuan penulis mengenai strategi dalam mengembangkan suatu bisnis.
2. Bagi peneliti selanjutnya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori mengenai strategi dalam mengembangkan bisnis.
3. Bagi Gouppi Coffee penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan dan menjadikan bahan evaluasi dalam mengembangkan strategi bisnis agar dapat meningkatkan penjualan produk.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika berikut akan diperkenalkan satu per satu dalam penulisan ini:

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang, konsep penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan landasan teori untuk penelitian yang memanfaatkan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT, dengan tujuan memberikan pengetahuan tentang teori-teori yang relevan yang dapat dimanfaatkan sebagai landasan teoritis untuk melakukan penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini membahas langkah-langkah pemecahan masalah yang harus diikuti untuk menyelesaikan penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan penelitian, menyajikan hasil penelitian, membahas analisis yang dimulai dengan analisis data, penarikan, dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan, dan menyimpulkan dengan rekomendasi.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir dan menyajikan kesimpulan studi serta rekomendasi yang dibuat berdasarkan hasil penelitian.