

1.1 Gambaran Umum Penelitian

Dreezel Coffee berdiri tahun 2015 tepatnya pada tanggal 19 Februari 2014. Lokasi *Dreezel Coffee* berada di tengah Kota Bandung berdekatan dengan Gedung Sate tepatnya di Jalan Cisangkuy No 56 dan beropersional pukul 08.00 – 22.00 WIB pada setiap hari. Penentuan nama *brand Dreezel Coffee* termasuk criteria *transferable*, yaitu nama *brand* yang diadaptasi dari nama sesuatu. *Dreezel Coffee* berasal dari kata *Dree* yaitu suatu upacara di India yang melambangkan kesyukuran terhadap Tuhan yang Maha Esa atas nikmat yang sudah diberikanNya selama ini. Nama *zel* diambil dari kue asal Italia berupa *pretzel*. *Dreezel Coffee* bergerak dalam bidang *food and beverage* yang lini utama produk yaitu *manual brew Coffee*. *Manual brew Coffee* atau biasa dikenal dengan *Coffee filter* ialah minuman yang bahan bakunya berasal dari kopi dengan jenis *Arabica* dan *Robusta*.

Awal mulanya produk yang dijadikan menu utama adalah berupa *pretzel*. Tetapi karena berbagai riset yang dilakukan dilapangan terdapat pergantian produk dan atas dasar *passion* dari *founder* yang memiliki pengalaman sebagai *barista* atau pembuat kopi, maka *Dreezel Coffee* difokuskan kepada produk dengan olahan kopi. Selain itu trend *Coffee shop* yang menyajikan minuman berupa *manual brewing* belum terlalu terkenal dikota Bandung.

Selain berfokus kepada penjualan kopi jenis *Arabika* dalam secangkir gelas, *Dreezel Coffee* pun memiliki untuk mengedukasi para konsumen yang ingin memiliki pengetahuan dalam kopi *filter* yang memiliki jenis rasa yang beragam. *Dreezel Coffee* mengangkat sebuah tema yang berjudul *Coffee play ground* yang maksudnya adalah taman berkumpul untuk para pecinta kopi yang ingin belajar mengenai kopi.

Selain memiliki bisnis *Coffee shop* *Dreezel Coffee* juga termasuk *local roastery* yang berlokasi di Jalan Tubagus Ismail yaitu tempat untuk memanggang dan mengolah biji kopi dari dalam negeri yang didapat dari distributor biji kopi yang ada di Indonesia untuk dijual ke *Coffee shop* atau *cafe* yang ada di Bandung. Rencana tempat *roaster* tersebut akan dijadikan museum kopi sebagai tempat pengenalan kopi

dari zaman masa lalu, tempat edukasi dan latihan untuk calon barista atau pembuat kopi yang ingin mendapat wawasan untuk membuat kopi dan tempat konsultasi bagi yang ingin membuka *cafe* atau *Coffee shop*.

Dreezel Coffee mengusung konsep *Coffee shop* yang unik dengan menggunakan bekas ruangan pos keamanan untuk dijadikan bar sebagai tempat barista atau pembuat kopi untuk meracik kopi dengan desain terlihat *open bar* atau agar bisa konsumen dapat melihat cara pembuatan kopi. Menu yang disajikan di *Dreezel Coffee* ini adalah aneka jenis minuman seperti kopi dan coklat serta makanan ringan seperti kue. Untuk *supplier* produk-produknya *Dreezel Coffee* sudah memiliki beberapa *supplier* dari dalam dan luar negeri.



Gambar 1.1 Logo *Dreezel Coffee*

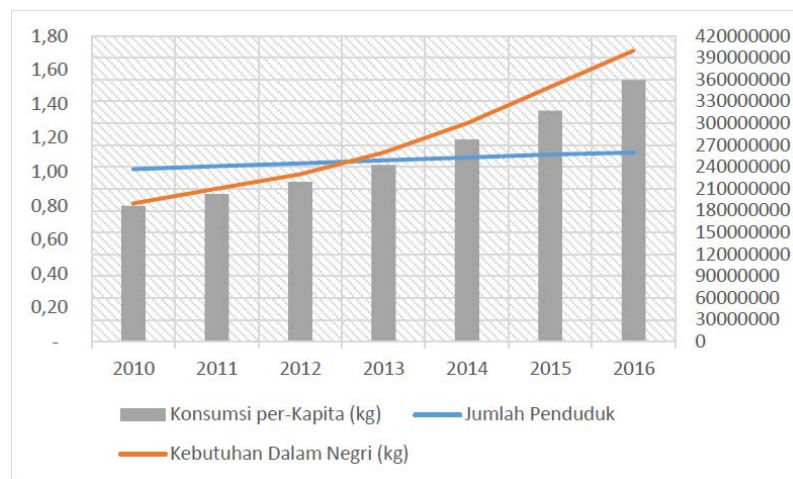
Sumber: twitter.com

1.2 Latar Belakang Penelitian

Budaya minum kopi di Indonesia sudah berkembang sejak lama, yaitu sejak pertama kali diberlakukannya tanam paksa oleh pemerintah Belanda. Mulanya minum kopi merupakan kebiasaan yang dilakukan oleh pemerintah Belanda. Namun, seiring perkembangannya masyarakat Indonesia pun mulai gemar meminum kopi, hanya saja caranya yang berbeda dengan masyarakat Eropa. Budaya minum kopi di Indonesia dilakukan oleh masyarakat dengan tujuan-tujuan tertentu, seperti menjaga tubuh agar tidak mengantuk saat menyetir malam atau ronda malam. Minum kopi pun biasanya hanya dilakukan oleh kelompok orang-orang dewasa hingga usia lanjut dan didominasi oleh pria.

Sejak 15 tahun yang lalu, di Indonesia minum kopi biasanya dilakukan di warung-warung kopi pinggir jalan atau dilakukan di restoran jika ingin terlihat lebih eksklusif. Memasuki awal tahun 1990-an, seiring dengan masuknya *Coffee shop* atau kedai kopi khusus. *Coffee shop* atau kedai kopi ini menawarkan berbagai macam produk kopi dengan tampilan yang eksklusif namun dengan pendekatan yang lebih merakyat. Kehadiran kedai kopi seperti *Starbucks Coffee* di Indonesia pada 20 Mei 2002, mengubah gaya hidup masyarakat Indonesia dalam meminum kopi. Meminum kopi tidak lagi menjadi dominasi orang dewasa, tetapi juga anak muda baik yang berjenis kelamin pria ataupun wanita.

Berikut ini merupakan data yang menunjukkan peningkatan konsumsi kopi per kapita dari tahun 2010 sampai 2014 dengan prediksi sampai dengan tahun 2016, menurut Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia (AEKI) :



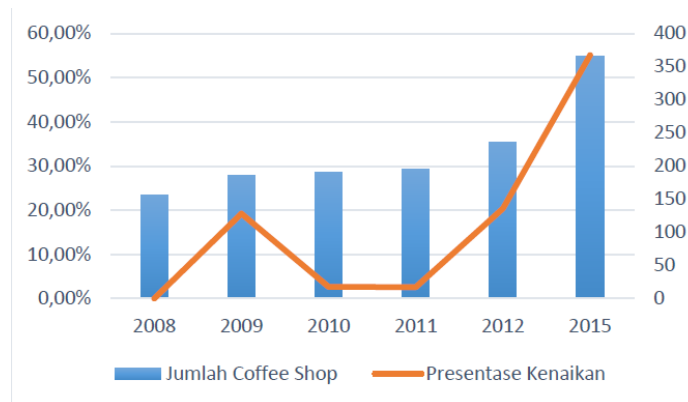
Gambar 1.2 Survei Konsumsi Kopi Indonesia

(Sumber : Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia)

Bandung sebagai salah satu symbol wisata kuliner, tidak ketinggalan dalam perkembangan bisnis kedai kopi. Sejak tahun 2006 di Bandung mulai banyak bermunculan kedai kopi local sejenis dengan kedai kopi asing. Kedai kopi ini dianggap untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan budaya minum kopi dengan

sarana dan prasarana yang sangat memberikan kenyamanan bagi komensumennya, seperti kemudahan akses *internet*. Beberapa kedai kopi di Bandung memiliki minimal dua gerai di tempat-tempat strategis sejak tahun 2006 adalah, Kopi Progo dan kedai kopi “Ngopi Doeloe” (Inggi Silviatni, 2014).

Berdasarkan sumber Dinas Pariwisata Kota Bandung (Tori, 2017:3) berikut adalah gambaran pertumbuhan *coffe shop* di Kota Bandung.



Gambar 1.3 Pertumbuhan Coffe Shop di Kota Bandung

(Sumber : Dinas Pariwisata Kota Bandung)

Dari gambar tersebut, dapat dilihat bahwa pertumbuhan bisnis *coffe shop* meningkat secara fluktuatif. Fenomena tersebut mengakibatkan persaingan diantara *coffe shop* semakin ketat.

Table 1.1 10 Daftar Coffe shop di Kota Bandung

No	Nama Kedai Kopi	Lokasi	Jenis Kopi	Kisaran Harga Kopi
1.	Armor Kopi Bandung	Taman Hutan Raya, Jalan Ir H Djuanda	Local	Rp 10.000-18.000

2.	Roemah Kopi	Jalan Terusan Rancakendal No.7	Local	Rp 12.000-90.000
3.	<i>Dreezel Coffee</i>	Jalan Raya Cisangkuy No.65	Local dan Import	Rp 15.000-25.000
4.	Ngopdoel (Ngopi Doeloe)	Jalan Teuku Umar No.5 Jalan Hasanuddin No.7 Jalan Burangrang No.27 Jalan IR. H. Djuanda No.57 Jalan Ranggamalela No.6-8 Jalan Raya Cibereum No.51	Local	Rp 12.000-25.000
5.	Wiki Koffie	Jalan Braga No.90	Local	Rp 9.000-11.000
6.	Kopi Progo	Jalan Progo No.22 Jalan Sumatera No.20	Local dan Import	Rp 9.000-24.000

7.	Noah's Barn <i>Coffeenery</i>	Jalan Garuda No.90	Local dan Import	Rp 13.000- 30.000
8.	Yellow Truk <i>Coffee</i>	Jalan Linggawastu No.11A	Local	Rp 15.000- 35.000
9	Kopi Ireng	Jalan Bukit Pakar Timur Ciburial No.1	Local	Rp 17.000- 75.000
10.	Cups <i>Coffee</i> & Kitchen	Jalan Trunojoyo No.25	Local dan Import	Rp 20.000- 36.000

(Sumber: <https://www.foody.id/bandung>)

Perkembangan bisnis *Coffee shop* ini harus diimbangi dengan strategi yang tepat. Masing-masing *coffe shop* menawarkan berbagai pilihan kopi dengan cara penyeduhannya, serta fasilitas-fasilitas yang dapat memuaskan konsumen. Jika sebuah kedai kopi tidak memiliki strategi bisnis yang tepat maka kemungkinannya kecil sebuah *Coffee shop* dapat mencapai tujuannya. Keberhasilan suatu produk dalam suatu persaingan tergantung pula dari bagaimana suatu produk tersebut diposisikan pada pasar sasaran yang dituju dan bagaimana konsumen mempersepsikan produk yang ditawarkan tersebut. (Kotler dan Keller, 2009)

1.3 Rumusan Masalah

Maraknya bisnis kedai kopi saat ini di Indonesia khususnya di kota Bandung membuat persaingan antara pebisnis sangatlah ketat, hal itu menyebabkan kedai kopi berlomba-lomba untuk meningkatkan daya saingnya. Banyak hal yang dilakukan untuk meningkatkan daya saing salah satunya yaitu dengan evaluasi model

bisnis. Berdasarkan latar belakang tersebut, penulis ingin melakukan penelitian dengan judul **“EVALUASI MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS* STUDI KASUS PADA *DREEZEL COFFEE*”**

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas, maka masalah pokok yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana gambaran model bisnis *Dreezel Coffee* saat ini ditinjau dengan pendekatan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis *Dreezel Coffee* menggunakan analisis SWOT?
3. Bagaimana pemilihan strategi terbaik di *Dreezel Coffee* menggunakan QSPM matriks?

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian dilaksanakan untuk memperoleh data dan informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan yang ada. Tujuan yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui sejauh mana *Business Model Canvas* yang telah diterapkan oleh *Dreezel Coffee*
2. Mengetahui evaluasi model bisnis *Dreezel Coffee* jika menggunakan analisis SWOT
3. Mengetahui strategi bisnis untuk menghadapi persaingan diantara kedai kopi

1.6 Mafaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap perkembangan bisnis di bidang *Coffee Shop* dengan pendekatan *Business Model Canvas* sebagai *tools* untuk melakukan analisis bisnis.

1.6.2 Manfaat Praktis

Kegunaan Praktis dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan *Dreezel Coffee* dalam mengambil keputusan atau mengatasi masalah dengan pengembangan bisnis.

1.7 Ruang Lingkup Penelitian

Untuk mempermudah penulisan laporan penelitian ini dan lebih terarah, maka diperlukan suatu batasan masalah. Adapun ruang lingkup permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Penelitian dilakukan di *Dreezel Coffee* di Jl.Cisangkuy No.56
2. Waktu dan periode penelitian Septembebr 2017 – Februari 2017-10-12

1.8 Sistematika Penulisan tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memberikan arah serta gambaran materi yang terkandung dalam penulisan penelitian ini, maka penulis menyusun sistematika sebagai berikut :

BAB I. Pendahuluan

Pada bab ini dibahas mengenai tinjauan terhadap gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, rumusan permasalahan, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II. Tinjauan Pustaka

Pada bab ini memaparkan penelitian terdahulu, kajian pustaka, kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III. Metodologi Penelitian

Pada bab ini dibahas mengenai jenis penelitian, operasional variabel dan pengukuran skala, data dan teknik pengumpulan data, teknik sampling, pengujian instrumen penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis.

BAB IV. Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini dijelaskan cara mengumpulkan data melalui kuisioner yang disebar dan telah diisi oleh responden serta pengolahannya menggunakan metode yang telah ditetapkan sebelumnya. Selain itu pada bab ini akan dijelaskan mengenai analisa dari hasil pengolahan data responden dan data penelitian berdasarkan data yang diperoleh.

BAB V. Kesimpulan dan Saran

Pada bab ini akan dikemukakan kesimpulan serta saran yang diperoleh oleh peneliti dari penelitian yang telah selesai dikerjakan.