

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan

Manasuka *Coffee* adalah *coffee shop* yang didirikan oleh Azka Farih. Pada tanggal 16 Juli 2016, usaha ini berdiri dengan nama Indie Koffie yang berawal dari kedai kecil sederhana dengan lokasi toko di daerah Jl. Taman Wisma Asri No.76, Teluk Pucung, Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat. Indie Koffie memilih konsep *homey* sebagai konsep awalnya.

Pada tanggal 10 Agustus 2020 Indie Koffie berpindah lokasi ke Jl. Taman Wisma Asri No.9, Teluk Pucung, Bekasi Utara, Kota Bekasi, Jawa Barat. Pada saat berpindah lokasi Indie Koffie merubah nama merek menjadi Manasuka *Coffee*, dengan konsep yang lebih berkembang dan memiliki alat-alat kopi yang sudah ditingkatkan kualitasnya dari alat manual menjadi alat semi otomatis.

Manasuka *Coffee* juga menggunakan konsep *industrial* dengan menyediakan tempat untuk *coworking* dan *coffee sharing*. Selain sebagai bisnis yang mendapatkan keuntungan, Manasuka *Coffee* juga ingin bermanfaat bagi lingkungan terutama konsumen dimana ditempat tersebut konsumen bisa bersosialisasi dan menemukan ide-ide baru dengan berkomunikasi dengan yang lain.

Manasuka *Coffee* memiliki filosofi yang tertuang dalam logo usahanya. Terlihat gambar 1.1 dibawah ini:

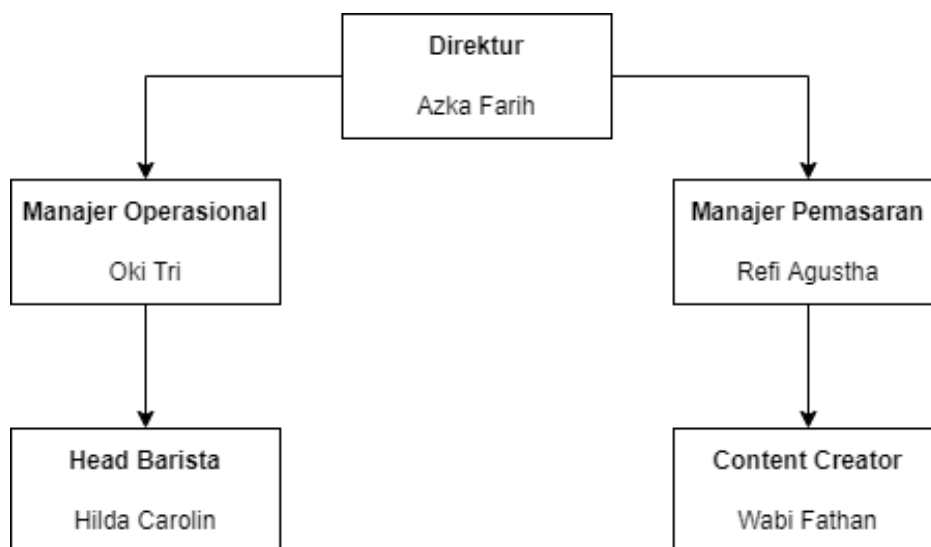


Gambar 1.1 Logo Perusahaan

Sumber: (Pihak internal Manasuka Coffee, 2021)

Terlihat pada gambar 1.1 logo Manasuka *Coffee* terdapat seperti pijakan kaki berwarna pink yang cukup banyak yang memiliki arti langkah jiwa muda. Dan arti dari Manasuka sendiri adalah sesuka hati atau sukarela yang menggambarkan Manasuka *Coffee* menjalankan *coffee shop*-nya dengan sukarela dan sepenuh hati dalam segala hal.

Manasuka *Coffee* memiliki pegawai 4 orang yang terdiri dari 2 pegawai tetap yaitu Oki Tri dan Refi Agustha dan 2 pegawai lepas atau tidak tetap yaitu Hilda Carolin dan Wabi Fathan. Struktur organisasi dapat dilihat pada gambar 1.2 dibawah ini.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Manasuka *Coffee*

Sumber: Pihak Internal Manasuka Coffee (2021)

1.2 Latar Belakang Penelitian

UMKM adalah bagian dari sistem perekonomian yang dapat membuka lapangan pekerjaan bagi penduduk Indonesia. Sektor UMKM merupakan kekuatan ekonomi kreatif Indonesia. Daya saing bangsa Indonesia di masa depan terdorong oleh ekonomi kreatif yang bersumber pada kreatifitas sumber daya kreatif. Seperti yang tertuang di dalam UU No. 20 Tahun 2008 pasal 3 tentang UMKM yang bertujuan untuk menumbuhkan dan mengembangkan usaha dalam rangka membangun perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi yang berkeadilan.

Dalam Keppres RI No. 19 Tahun 1998 sebagai kegiatan ekonomi rakyat pada skala kecil yang perlu dilindungi dan dicegah dari persaingan yang tidak sehat. Pada dekade terakhir ini mulai marak bermunculan bisnis UMKM mulai dari skala rumahan hingga skala yang lebih besar. Berikut ada 3 jenis usaha yang termasuk UMKM yaitu usaha kuliner, usaha *fashion* dan usaha agribisnis (Sukarejo, 2022).

Kementerian Koperasi dan UKM mencatat, jumlah usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) mencapai 65,47 juta unit pada tahun 2019. Jumlah tersebut naik 1,98% jika dibandingkan pada tahun sebelumnya yang sebesar 64,19 juta unit. Jumlah tersebut mencapai 99,99% dari total usaha yang ada di Indonesia. Secara rinci, sebanyak 64,6 juta unit merupakan usaha mikro. Jumlahnya setara dengan 98,67% dari total UMKM di seluruh Indonesia. Sebanyak 798.679 unit merupakan usaha kecil. Proporsinya sebesar 1,22% dari total UMKM di dalam negeri. Sementara, usaha menengah hanya sebanyak 65.465 unit. Jumlah itu memberi andil sebesar 0,1% dari total UMKM di Indonesia (Mahdi, 2022).

Sektor Usaha Mikro Kecil (UMK) menjadi sektor yang memiliki peran yang cukup penting terhadap perekonomian di Jawa Barat. Kondisi ini dapat dilihat dari jumlah usaha di Jawa Barat tahun 2021. Pada tahun 2021, berdasarkan data informasi dari *website* Dinas Pariwisata Jawa Barat jumlah usaha di Jawa Barat sebanyak 6.257.390 unit dengan perincian 6.163.530 unit atau 98,5% sektor UMK dan 93.860 unit atau 1,5% adalah sektor usaha mikro besar (UMB) yang tersebar di wilayah Provinsi Jawa Barat (Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2021).

Kota Bekasi termasuk salah satu kota dari provinsi Jawa Barat yang pada saat ini mulai banyak masyarakat yang berwirausaha. Dari data yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Jawa Barat dalam *website*-nya bahwa Kota Bekasi berada di peringkat 10 berdasarkan urutan dari Kota/Kab di Jawa Barat yang memiliki UMKM terbanyak, dimana Kota Bekasi memiliki 274.143 UMKM yang terdaftar di Dinas Pariwisata Jawa Barat yang bergerak diberbagai bidang usaha dan dibina oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah di daerah masing-masing (Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2021).

Kota Bekasi memiliki unit usaha mikro, kecil dan menengah yang menjadi binaan dari Pemerintah Kota Bekasi melalui Dinas Koperasi dan Usaha Kecil Menengah Kota Bekasi. Dapat dilihat pada tabel 1.1 UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Bekasi.

Tabel 1.1 UMKM Binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Bekasi

No.	Sektor Usaha	Jumlah
1	Makanan minuman	2.534
2	Produk pakaian	186
3	Aksesoris	96
4	Kerajinan tangan	147
5	Produk tekstil dan kulit	117
6	Ikan	136
7	Bordir	158
8	Boneka	143
9	<i>Furniture</i>	113
10	Batik	37
11	Jasa	268

Sumber: Pihak Internal Dinas Koperasi, UKM Kota Bekasi (2021)

Dapat dilihat pada tabel 1.1 UMKM binaan Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Bekasi sektor usaha makanan dan minuman memiliki jumlah tertinggi dibandingkan sektor usaha lain.

Banyaknya UMKM pada sektor usaha makanan dan minuman di Kota Bekasi dan *coffee shop* termasuk pada sektor usaha makanan dan minuman yang memiliki jumlah tertinggi dibandingkan sektor usaha lain hal itu membuat para pelaku UMKM *coffee shop* harus terus meningkatkan dan mengembangkan strategi agar mampu bertahan dan bersaing. *Coffee shop* menurut Ghazali (2008:21) adalah

tempat untuk berekreasi, tempat menghilangkan stress, tempat untuk mengerjakan tugas, tempat untuk berkumpul dengan teman-teman, karena masyarakat Indonesia senang bersosialisasi. Di Indonesia *coffee shop* biasa disebut warung kopi atau kedai kopi. Keberadaan *coffee shop* seolah sudah menjamur dan dapat ditemui dimana-mana dengan berbagai konsep seperti bergaya rumahan, bergaya klasik hingga bergaya modern. Setiap tahunnya keberadaan *coffee shop* terus mengalami pertumbuhan yang signifikan termasuk di Kota Bekasi. Terlihat pada tabel 1.2 di bawah ini merupakan data yang diperoleh dari Dinas Pariwisata Jawa Barat.

Tabel 1.2 Pertumbuhan Usaha Cafe atau Coffee Shop di Kota Bekasi

Tahun	Jumlah	Persentase Kenaikan
2016	235	0%
2017	235	0%
2018	252	7%
2019	2208	776%
2020	2223	0,6%

Sumber: Dinas Pariwisata Jawa Barat (2021)

Di Kota Bekasi pada tahun 2016 *coffee shop* menjadi salah satu peluang usaha yang cukup menjanjikan. Bisa dilihat pada tabel 1.2 bahwa pelaku usaha *coffee* mengalami peningkatan cukup signifikan pada tahun 2019 dengan persentase kenaikan jumlah *coffee shop* 776%.

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa persaingan antar usaha mikro, kecil dan menengah (UMKM) di Kota Bekasi sudah cukup banyak dan berpotensi akan semakin meningkat dan membuat pendapatan para pelaku usaha semakin berkurang. Persaingan yang semakin kompetitif membuat para pelaku usaha harus memiliki keunggulan dan inovasi baru agar dapat bersaing di pasar dan mendapatkan peluang lebih besar untuk usaha yang berkelanjutan.

Banyaknya *coffee shop* di Kota Bekasi membuat para pelaku UMKM *coffee shop* terus meningkatkan dan mengembangkan strategi agar mampu bersaing dan menjadi yang terbaik. Berikut terlihat pada tabel 1.3 10 *coffee shop* terbaik menurut Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi.

Tabel 1.3 Top 10 Coffee Shop Di Kota Bekasi

NO	Nama Coffee Shop	Lokasi
1	<i>Sanga Coffee</i>	Bekasi Selatan
2	Dyamond Caffé & Resto	Bekasi Selatan
3	<i>Little Talk Coffee</i>	Bekasi Barat
4	<i>Cafe Titik Beku</i>	Bekasi Barat
5	<i>Trusty Coffee</i>	Bekasi Utara
6	Kedai <i>Maniac</i>	Bekasi Selatan
7	<i>Eight Coffee</i>	Bekasi Selatan
8	<i>Koma Junkyard</i>	Bekasi Timur
9	Nenen Nyok	Bekasi Timur
10	<i>J-Zone Cafe</i>	Pondok Gede

Sumber: Pihak Internal Dinas Koperasi, UKM Kota Bekasi (2021)

Data yang didapat dari Dinas Koperasi UKM Kota Bekasi pada tabel 1.2 diatas terdapat 10 *coffee shop* terbaik di Kota Bekasi yaitu: *Sanga Coffee*, *Dyamond Coffee*, *Little Talk Coffee*, *Cafe Titik Beku*, *Trusty Coffee*, *Kedai Maniak*, *Eight Coffee*, *Koma Junkyard*, *Nenen Nyok*, dan *J.Zone Cafe*. Dapat dilihat *Manasuka Coffee* belum termasuk dalam 10 *coffee shop* terbaik di Kota Bekasi.

Manasuka coffee merupakan salah satu UMKM yang terdaftar dan di bina oleh Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah Kota Bekasi. Seperti yang terlihat pada gambar 1.3 berikut:



PEMERINTAH KOTA BEKASI
DINAS KOPERASI, USAHA KECIL DAN MENENGAH
KOTA BEKASI
Jl. Jend. A. Yani No.1 (Lantai 9) Kode Pos : 17141
B E K A S I

SURAT KETERANGAN BINAAN
NOMOR : 519/379 / 05 - 01 / DISKOPUKM.KUKM

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. H. ABDILLAH HAMTA, M.Si
Pangkat/Golongan : Pembina Utama Muda (IVc)
Jabatan : Kepala Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi
Alamat Kantor : Jl. Jend. A. Yani No. 1 Kota Bekasi

Dengan ini menerangkan :

Nama : ARIZQY ROMADHONI
NIK : 3275030304920023
Alamat : Taman Wisma Asri Blok. CC. 35 No. 28
RT.001 - RW.027
Kel. Teluk Pucung - Kec. Bekasi Utara Kota Bekasi
Nama Usaha : "Manasuka Coffee"
Alamat Perusahaan : Taman Wisma Asri Blok. CC. 35 No. 28
RT.001 - RW.027
Kel. Teluk Pucung - Kec. Bekasi Utara Kota Bekasi
Jenis Usaha : Minuman (Kopi)

Adalah benar dan terdaftar sebagai UMKM Binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi. Surat Keterangan Binaan ini berlaku selama perusahaan masih melaksanakan kegiatan usaha dan diperbaharui setiap 2 (dua) tahun sekali.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk diketahui dan dipergunakan sebagaimana mestinya.

Bekasi, 10 Februari 2020

KEPALA DINAS KOPERASI,
USAHA KECIL DAN MENENGAH
KOTA BEKASI

(Signature)

Drs. H. ABDILLAH HAMTA, M.Si
Pembina Utama Muda
NIP. 19630718 199601 1 001

Dipindai dengan CamScanner

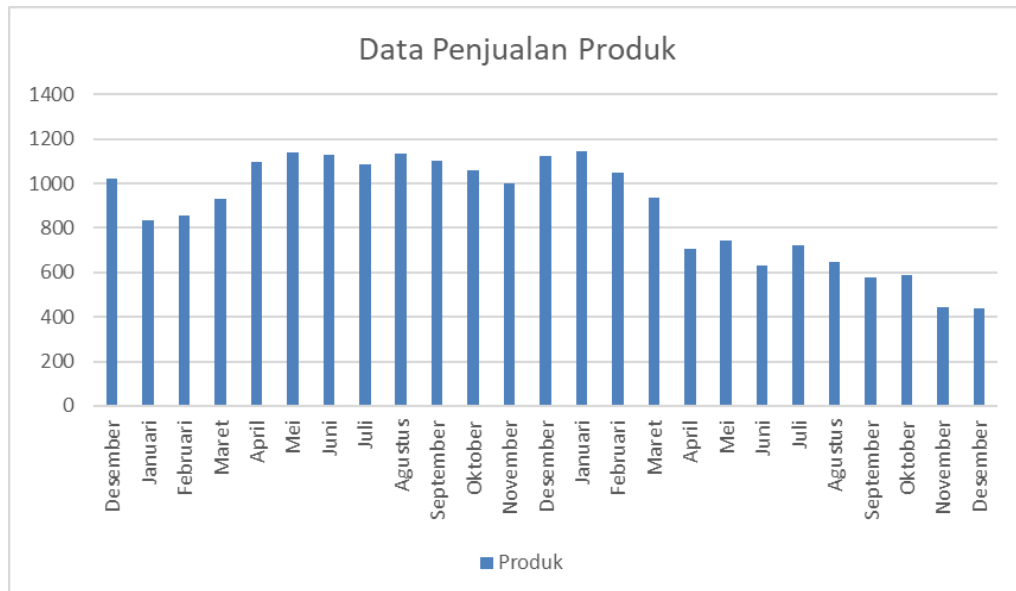
Gambar 1.3 Surat Keterangan Manasuka Coffee Terdaftar Di Dinas Koperasi, UKM Kota Bekasi

Sumber: Pihak Internal Manasuka Coffee (2021)

Surat keterangan dari Dinas Koperasi, Usaha Kecil Menengah Kota Bekasi menjadi bukti bahwa Manasuka Coffee terdaftar sebagai UMKM binaan. Surat keterangan tersebut terlihat pada gambar 1.3 diatas. Surat keterangan ini memiliki kadaluarsa selama 2 tahun dan harus diperpanjang setiap 2 tahun agar tetap terdaftar sebagai UMKM binaan Dinas Koperasi dan UKM Kota Bekasi.

Seiring berjalannya waktu banyak pelaku usaha kopi yang juga memanfaatkan peluang untuk mendirikan *coffee shop* dengan berbagai konsep yang unik. Selain meningkatnya pesaing, pada tahun 2020 Indonesia mengalami pandemi COVID-19 dan dikeluarkannya peraturan pemerintah mengenai PPKM di Indonesia yang mengatur mobilitas masyarakat menyebabkan para pelaku usaha kehilangan pelanggannya. Yang disebabkan oleh virus COVID-19, dimana hal tersebut mempengaruhi segala aspek kehidupan termasuk *coffee shop*. Bisa dilihat

pada gambar 1.4 bahwa Manasuka *Coffee* juga mengalami penjualan produk yang tidak stabil.



Gambar 1.4 Grafik Penjualan Produk Manasuka *Coffee* Desember 2019- Desember 2021

Sumber: Pihak Internal Manasuka Coffee (2021)

Berdasarkan data diatas, Manasuka *Coffee* harus dapat beradaptasi dengan kondisi pandemi saat ini dan dapat bersaing dengan kompetitor agar dapat memaksimalkan penjualan dan mampu bertahan dalam bersaing dengan kompetitor. Dapat dilihat pada grafik pada gambar 1.4 bahwa penjualan Manasuka *Coffee* mengalami penurunan setiap bulannya sejak tahun 2021. Yang dipengaruhi oleh kondisi yang sedang pandemi.

Dalam diskusi bersama direktur Manasuka *Coffee* yaitu Azka Farih beliau menyatakan bahwa “*Kita perlu beradaptasi dengan kondisi pandemi saat ini, kita harus merubah konsep atau strategi-strategi yang digunakan sekarang itu harus diubah, karena strategi lama sudah tidak bisa diterapkan lagi pada kondisi pandemi seperti saat ini, kalau tidak bisa beradaptasi ya... perusahaan akan mati, kita saja ini mengalami penurunan pemasukan yang cukup parah menurut saya.*” Menurut Turban (2004:11) model bisnis adalah sebuah metode dalam melakukan bisnis agar perusahaan dapat menghasilkan pendapatan untuk mempertahankan keberadaan perusahaannya . Untuk para pelaku usaha dibutuhkan model bisnis yang sudah dirancang dengan baik agar usahanya tetap bertahan. Maka dari itu, Manasuka *Coffee* perlu memiliki model bisnis yang baru agar

mempunyai strategi baru untuk beradaptasi dengan kondisi pandemi untuk meningkatkan penjualan dan bertahan sehingga mampu bersaing dengan kompetitor.

Untuk dapat bersaing dan berkembang Manasuka *Coffee* harus menciptakan strategi-strategi yang baru dan Manasuka *Coffee* juga harus memiliki model bisnis yang tepat. Salah satu model bisnis yang populer atau dikenal dan sering digunakan adalah *Business Model Canvas (BMC)*, *Business Model Canvas* adalah salah satu alat strategi yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah model bisnis dan menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai (Osterwalder & Pigneur, 2017).

Tidak seperti model bisnis lainnya yang telah ada, *Business Model Canvas* dipertimbangkan sebagai model yang paling lengkap pada teori *business model*, menempatkan, pada detail, hubungan antara keseluruhan komponen internal dan eksternal organisasi, dan memperlihatkan bagaimana hal tersebut saling berhubungan untuk menciptakan dan menangkap *value* (nilai) yang diberikan oleh perusahaan (Bonazzi & Zilber, 2014:616-637).

Menurut Osterwalder & Pigneur (2017) *Model business canvas* adalah salah satu alat strategis yang digunakan untuk menggambarkan model bisnis dan menjelaskan alasan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Ada pandangan lain menurut Bonazzi & Zilber (2014:616-637) bahwa tidak seperti model bisnis lain yang ada, model bisnis kanvas dianggap sebagai model paling lengkap dalam teori model bisnis, menempatkan semua bisnis internal dalam hubungan detail antar model. Komponen dan eksternal organisasi dan menunjukkan bagaimana mereka berhubungan satu sama lain untuk menciptakan dan menangkap nilai yang diberikan oleh perusahaan. Perusahaan perlu menggambarkan secara detail seperti apa model bisnis yang dimiliki dengan menggunakan *Framework Business Model Canvas*. *Framework* ini akan mempermudah dalam menggambarkan rumusan dari model bisnis yang dimiliki.

Maka pada penelitian ini akan digambarkan, dijelaskan, dan dianalisis secara rinci mengenai model bisnis Manasuka *Coffee* eksisting menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*. Setelah itu akan dilakukan analisis *Business Model Canvas*

eksisting secara keseluruhan setiap bloknnya menggunakan analisis SWOT. Nantinya hasil analisis tersebut akan disusun menjadi *Business Model Canvas* yang baru, yang sudah dievaluasi dan siap diterapkan pada *Manasuka Coffee*.

1.3 Rumusan Masalah

Penjualan *Manasuka Coffee* mengalami penurunan setiap bulannya sejak tahun 2021. Yang dipengaruhi oleh kondisi yang sedang pandemi. Maka dari itu, *Manasuka Coffee* perlu memiliki model bisnis yang baru agar mempunyai strategi baru untuk beradaptasi dengan kondisi pandemi untuk meningkatkan penjualan dan bertahan sehingga mampu bersaing dengan kompetitor.

Pembuatan model bisnis pada suatu bisnis merupakan salah satu bagian penting dari strategi bisnis yang digunakan untuk membentuk inti dari suatu bisnis untuk membangun beberapa aspek seperti proses operasional, strategi apa yang bisa ditawarkan serta maksud dan tujuannya bisnisnya. Dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas (BMC)* dan menggunakan analisis SWOT, penelitian ini akan menganalisis model bisnis *Manasuka Coffee*. Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini akan membahas mengenai “**ANALISIS PENGEMBANGAN BISNIS MENGGUNAKAN PENDEKATAN *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)* DAN ANALISIS SWOT (STUDI KASUS PADA *MANASUKA COFFEE*)**”

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti bermaksud untuk mengidentifikasi masalah yaitu:

1. Bagaimana model bisnis *Manasuka Coffee* berdasarkan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana analisis SWOT terhadap *business model canvas* *Manasuka Coffee*?
3. Bagaimana rekomendasi model bisnis baru untuk *Manasuka Coffee*?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui model bisnis *Manasuka Coffee* ditinjau dari *Business Model Canvas*.
2. Untuk mengetahui analisis SWOT terhadap *business model canvas* *Manasuka Coffee*

3. Untuk memberikan model bisnis Manasuka *Coffee* yang baru.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan sebagai masukan pada Manasuka *Coffee* sebagai bahan dalam pengembangan strategi bisnis dan sebagai alat untuk bersaing dengan kompetitor.

1.5.2 Secara Akademis

Secara akademis diharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Penelitian ini bermanfaat untuk penulis dalam menerapkan pengetahuan dan ilmu penulis mengenai pengembangan bisnis.
2. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

Penulisan penelitian ini terdiri dari lima bab, yang setiap bab memiliki hubungan dan keterikatan satu sama lainnya. Sistematika penulisan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I Pendahuluan

Pada bab ini membahas tentang gambaran secara umum dari objek penelitian yakni profil perusahaan, latar belakang tentang penelitian yang diangkat, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Pada bab ini membahas landasan teori yang berhubungan dengan penelitian. Di dalam bab ini juga akan diuraikan beberapa pembahasan mengenai penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian serta ruang lingkup penelitian.

BAB III Metode Penelitian

Pada bab ini membahas tentang karakteristik penelitian, operasional variabel, tahapan penelitian, populasi dan sampel, pengumpulan data dan sumber data, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil dan Pembahasan

Pada bab ini membahas hasil penelitian yang didapat dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V Kesimpulan dan Saran

Membahas tentang simpulan dari penelitian yang telah dilaksanakan dan saran yang dapat digunakan sebagai pertimbangan, masukan atau rekomendasi dari penelitian yang telah dilaksanakan.