

Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) Dan Analisis SWOT (Studi Kasus Pada Sunda Coffee Space)

Naufal Akbari¹, Lia Yuldinawati², Arien Arianti Gunawan³

¹ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, naufalakbarisaputra@student.telkomuniversity.ac.id

² Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, liayuldi@telkomuniversity.ac.id

³ Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Telkom, Indonesia, ariengunawan@telkomuniversity.ac.id

Abstract

The growth of MSMEs in Sukabumi City coupled with the government program, namely PPKM, has reduced the income of business actors. Sunda Coffee Space is a coffee shop located in Sukabumi that must continue to innovate so that its business can survive which can be done by mapping the business model and evaluating it. The purpose of this research is to look at the current business model of Sunda Coffee Space and recommend a new business model in order to create new added value to maintain its business. In this study, the author uses the Business Model Canvas approach to map the business model of Sunda Coffee Space and evaluates it using SWOT analysis. The research method used is a qualitative method. Data collection techniques were carried out by observation, interviews and documentation. Based on the results of the research, an overview of the business model canvas business model that is currently running is obtained from the interviews. From the results of the SWOT analysis of the current business model canvas, it shows the strengths, weaknesses, threats, and opportunities of Sunda Coffee Space. Based on the evaluation results that have been carried out, Sunda Coffee Space still has several aspects that are not maximized and can still be developed again in order to provide more value and maintain its business. So a strategy is made from the business model canvas which will later be taken into consideration to be able to develop the business.

Keywords-MSMEs, business model canvas, SWOT, Sunda Coffee Space

Abstrak

Pertumbuhan UMKM di Kota Sukabumi ditambah dengan adanya program pemerintah yaitu PPKM membuat pendapatan para pelaku usaha semakin berkurang. *Sunda Coffee Space* merupakan *coffee shop* yang berlokasi di Sukabumi harus terus berinovasi agar usahanya dapat bertahan yang dapat dilakukan dengan memetakan model bisnis dan mengevaluasinya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat model bisnis *Sunda Coffee Space* saat ini dan merekomendasikan model bisnis yang baru agar dapat menciptakan nilai tambah baru untuk mempertahankan bisnisnya. Pada studi ini penulis menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* untuk memetakan model bisnis dari *Sunda Coffee Space* dan mengevaluasinya menggunakan analisis SWOT. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Berdasarkan hasil dari penelitian, diperoleh gambaran model bisnis *business model canvas* yang sedang dijalankan saat ini dari hasil wawancara. Dari hasil analisis SWOT terhadap *business model canvas* saat ini menunjukkan adanya kekuatan, kelemahan, ancaman, serta peluang dari *Sunda Coffee Space*. Berdasarkan hasil evaluasi yang telah dilakukan, *Sunda Coffee Space* masih memiliki beberapa aspek yang belum maksimal dan masih bisa dikembangkan kembali agar dapat memberikan nilai lebih dan dapat mempertahankan bisnisnya. Maka dibuatnya sebuah strategi dari *business model canvas* yang nantinya akan dijadikan pertimbangan untuk dapat mengembangkan bisnisnya.

Kata Kunci-UMKM, business model canvas, SWOT, Sunda Coffee Space

I. PENDAHULUAN

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 2021. Pada tahun 2021, berdasarkan 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 UMB yang tersebar di seluruh wilayah Provinsi Jawa Barat (Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2021).

Kota Sukabumi adalah kota bagian dari provinsi Jawa Barat yang pada saat ini mulai banyak masyarakat yang berwirausaha. Dari data yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata Jawa Barat dalam websitenya bahwa Kota Sukabumi berada di peringkat 26 berdasarkan urutan dari Kota/Kab di Jawa Barat yang memiliki UMKM terbanyak dimana Kota Sukabumi memiliki 53.979 UMKM yang bergerak diberbagai bidang usaha. (Dinas Pariwisata Jawa Barat, 2021).

Coffee shop menurut Metelka (1981:93), adalah tempat makan yang dikelola dengan keahlian profesional yang menyediakan minuman atau makanan ringan untuk klien secara informal tanpa mengikuti pedoman layanan yang khas. Coffee shop juga dapat dianggap sebagai restoran yang dimulai sebagai lokasi untuk menikmati secangkir kopi.

Tabel 1.1 Pertumbuhan Usaha Cafe Atau Coffee Shop di Kota Sukabumi

| Tahun | Jumlah | Persentase Kenaikan |
|-------|--------|---------------------|
| 2015 | 80 | 0% |
| 2016 | 87 | 9% |
| 2017 | 87 | 0% |
| 2018 | 98 | 13% |
| 2019 | 106 | 8% |
| 2020 | 130 | 23% |

Sumber: Dinas Pariwisata Jawa Barat (2021)

Di kota Sukabumi pada tahun 2017, Coffee shop menjadi peluang bisnis yang cukup besar, meskipun jumlah pelaku bisnis Coffee shop cukup sedikit yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 yang memiliki jumlah pelaku usaha 87 Unit. Sunda *Coffee Space* adalah Coffee shop di Kota Sukabumi yang akan menjadi objek penelitian. Sunda *Coffee Space* adalah salah satu perusahaan yang berkomitmen untuk hal ini. Dapat dilihat juga pada Tabel 1.1 bahwa peningkatan pelaku usaha kopi setiap tahunnya mengalami beberapa peningkatan. Selain meningkatnya pesaing, pada tahun 2020 juga Indonesia mengalami pandemik yang disebabkan oleh virus Covid-19, dimana hal tersebut mempengaruhi usaha yang sedang berjalan. Sebuah inisiatif pemerintah yang disebut Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) membatasi aktivitas orang Indonesia di luar rumah untuk membantu mencegah penyebaran virus.

Berdasarkan data diatas, Sunda *Coffee Space* harus dapat menyesuaikan dengan kondisi saat ini dan dapat bersaing dengan kompetitor sejenis agar dapat memaksimalkan penjualan. Berdasarkan hal tersebut, untuk dapat bersaing dan berkembang salah satu cara yang dapat dilakukan oleh Sunda *Coffee Space* adalah dengan menciptakan strategi-strategi baru (Zarth, 2021). Selain itu, perusahaan juga harus dapat menciptakan model bisnis yang tepat (Pascalis, 2017). Maka dari itu, Sunda *Coffee Space* harus memiliki model bisnis yang baru agar dapat mempunyai strategi baru untuk meningkatkan penjualan dan pendapatan setiap bulannya.

Dengan memahami model saat ini, dapat menemukan model bisnis untuk membantu perusahaan tumbuh dan meningkatkan model bisnis masa depan. Dalam beberapa keadaan, perusahaan akan mampu bersaing untuk menguasai pasar dan dengan demikian meningkatkan pendapatan. Business Model Canvas dan Analisis SWOT adalah dua model bisnis yang dapat digunakan untuk membantu bisnis.

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. Sunda *Coffee Space* salah satu bisnis yang dapat menerapkan model bisnis tersebut karena mengalami penurunan penjualan produk. Sebagai hasil dari uraian tersebut, penulis memilih judul memilih judul "**Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Menggunakakan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT (Studi Kasus pada Sunda *Coffee Space*)**".

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Rangkuman Teori

1. UMKM

Undang-Undang Republik Indonesia No. 20 Tahun 2008, yang mengatur tentang UMKM, mendefinisikan istilah tersebut di Indonesia. Menurut Pasal 1 undang-undang tersebut, Usaha mikro adalah bisnis sukses yang dijalankan oleh orang atau organisasi bisnis kecil yang memenuhi persyaratan tertentu. Menurut aturan federal, usaha kecil didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang berhasil yang bekerja sendiri, dikendalikan oleh orang atau entitas yang memiliki, mengendalikan, atau merupakan bagian darinya, dan itu menguntungkan. UMKM dapat digambarkan sebagai kegiatan individu atau usaha kecil. Subyek penelitian ini termasuk dalam kriteria usaha kecil berdasarkan kategorisasi aset dan omset.

2. Manajemen Strategi

Strategi manajemen mengacu pada seni dan ilmu menciptakan, mempraktikkan, dan membuat pilihan lintas fungsi untuk membantu perusahaan dalam mencapai tujuannya (David, 2017). Definisi strategi manajemen adalah penggunaan terkoordinasi dari manajemen, pemasaran, akuntansi, produksi atau operasi, penelitian dan pengembangan, dan sistem informasi untuk membangun kesuksesan perusahaan.

3. Pengembangan Usaha

Pengembangan adalah suatu proses, cara, atau tindakan mengembangkan, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). WJS Poerwadarminta mendefinisikan pembangunan sebagai “tindakan menjadikan sesuatu bertambah atau berubah secara total”. Menurut Brown dan Petrello (1976) Memproduksi barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat adalah tujuan dari pengembangan usaha. pengembangan bisnis adalah proses menciptakan produk atau layanan yang memenuhi tuntutan masyarakat.

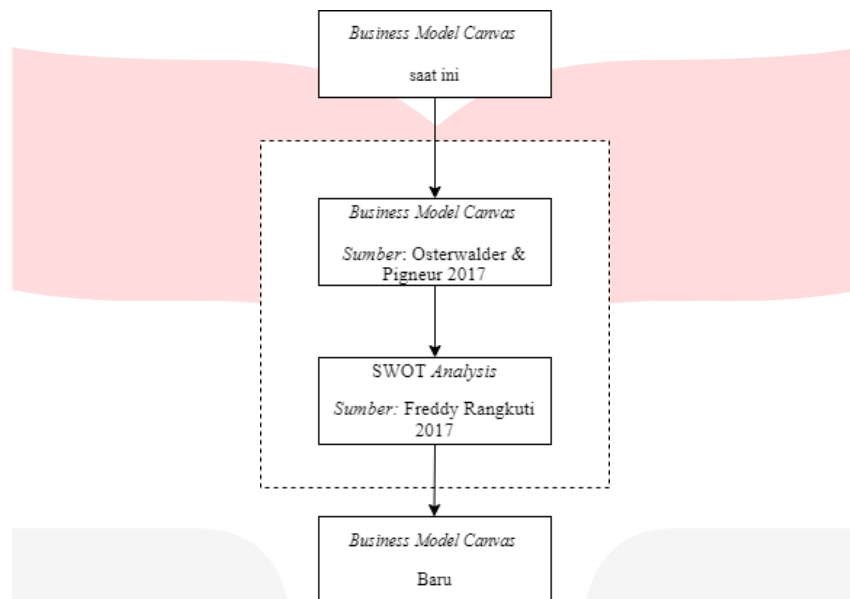
4. *Business Model Canvas*

Business Model Canvas adalah alat untuk visualisasi, evaluasi, dan adaptasi model bisnis (Osterwalder & Pigneur, 2017). Sedangkan menurut (Wallin & Thompson, 2013), Business Model Canvas adalah alat analisis yang bertujuan untuk memudahkan pemangku kepentingan perusahaan dalam memanfaatkan, mengkaji, dan menganalisis posisi berdasarkan sembilan komponennya. Terdapat sembilan bagian bangunan utama yang membentuk Business Model Canvas. Sembilan elemen yang terdapat dalam business model canvas tersebut yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, Cost Structure*.

5. Analisis SWOT

Menurut Suryatama (2014:13), “Analisis SWOT adalah alat perencanaan strategis untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam proyek atau organisasi potensial. Ini dapat digunakan dengan memeriksa dan memilih banyak elemen yang mempengaruhi empat faktor”. Analisis SWOT adalah proses untuk menggambarkan dan membedakan keadaan dan pendekatan yang digunakan dalam inisiatif baik internal maupun eksternal perusahaan yaitu Kekuatan (Strengths) dan Kelemahan (Weaknesses) dengan Peluang (Opportunities) dan Ancaman (Threats) di lingkungannya, sesuai definisi di atas.

B. Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
 Sumber: Data diolah penulis (2021)

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Tabel 3.1 Karakteristik Penelitian

| No. | Karakteristik Penelitian | Jenis |
|-----|-----------------------------------|---------------------------|
| 1. | Berdasarkan Metode | Kualitatif |
| 2. | Berdasarkan Tujuan | Studi Kasus |
| 3. | Berdasarkan Tipe Penyelidikan | Wawancara |
| 4. | Berdasarkan Keterlibatan Peneliti | Tidak Mengintervensi Data |
| 5. | Berdasarkan Unit Analisis | Organisasi |
| 6. | Berdasarkan Waktu Pelaksanaan | Cross Section |
| 7. | Berdasarkan Data | Data Primer |
| 8. | Pemilihan Sampel | Purposive Sampling |

Sumber : Olahan Hasil Penulis (2022)

B. Variabel Operasional

Sebagaimana dikemukakan Sugiyono (2018:39), “Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel operasional pada penelitian ini menggunakan sembilan blok elemen Business Model Canvas yang dikemukakan oleh Osterwalder & Pigneur. Berdasarkan pada penelitian terdahulu variabel operasional

akan dijadikan sebagai panduan untuk membuat pertanyaan pada proses wawancara untuk menghasilkan data kualitatif.

C. Situasi Sosial

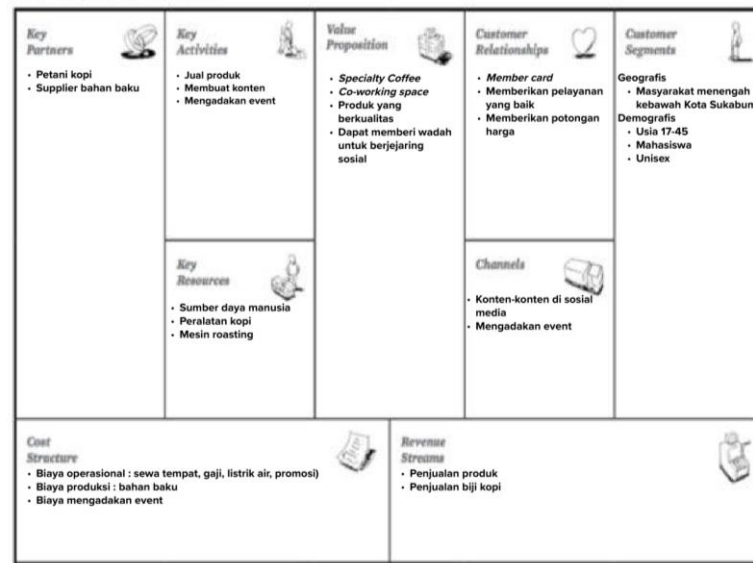
Menurut Sugiyono (2018), dalam penelitian kualitatif tidak menggunakan istilah populasi, tetapi diganti oleh Spradley yang dinamakan “social situation” atau situasi sosial yang terdiri dari aspek tempat (place), pelaku (actor), dan aktivitas (activity) yang berinteraksi secara sinergis. *Place* pada penelitian ini adalah penelitian yang berlokasi di Kota Sukabumi yang beralamat di Jl.Cikole Dalam No.38, Cikole, Kec. Cikole, Kota Sukabumi, Jawa Barat. *Activity* pada penelitian ini adalah aktivitas yang menjadi fokus penelitian adalah semua aktivitas yang menyangkut kegiatan bisnis di Sunda Coffee Space. Sedangkan *actor* pada penelitian ini adalah narasumber yaitu Faris Rahmat selaku direktur, Dede Rizal selaku manajer operasional, dan Dhena Maysar selaku manajer pemasaran bisnis Sunda *Coffee Space*. Purposive sampling digunakan dalam penelitian ini, artinya sampel tidak diambil secara acak dan ditetapkan ciri-ciri tertentu yang sesuai dengan penelitian sehingga diharapkan dapat memecahkan masalah penelitian karena mempertimbangkan pengetahuan narasumber.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis *Business Model Canvas*

Hal yang pertama dilakukan dalam strategi pengembangan bisnis dari Sunda *Coffee Space* adalah mengidentifikasi sembilan blok business model canvas. Hasil penelitian ini didasarkan pada informasi yang dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan informan tentang Sembilan Blok Kanvas Model Bisnis. Berdasarkan hasil wawancara dengan narasumber yang dilakukan peneliti, maka dapat digambarkan *Business Model Canvas* yang sedang dijalankan oleh Sunda *Coffee Space* yang dapat dilihat pada Gambar 4.1 yaitu sebagai berikut :



Gambar 4.1 Business Model Canvas Sunda *Coffee Space*

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2022)

2. Analisis SWOT Terhadap Business Model Canvas Sunda *Coffee Space*

Tahap selanjutnya adalah melakukan analisis SWOT pada setiap blok *Business Model Canvas* setelah mempelajari sembilan blok yang membentuk kanvas model bisnis Sunda *Coffee Space*. Analisis ini digunakan untuk memperbaiki dan menyempurnakan business model canvas dari *Sunda Coffee Space*. Hasil dari analisis SWOT terhadap Business Model Canvas Sunda *Coffee Space* dapat dilihat pada Tabel 4.2 yaitu sebagai berikut :

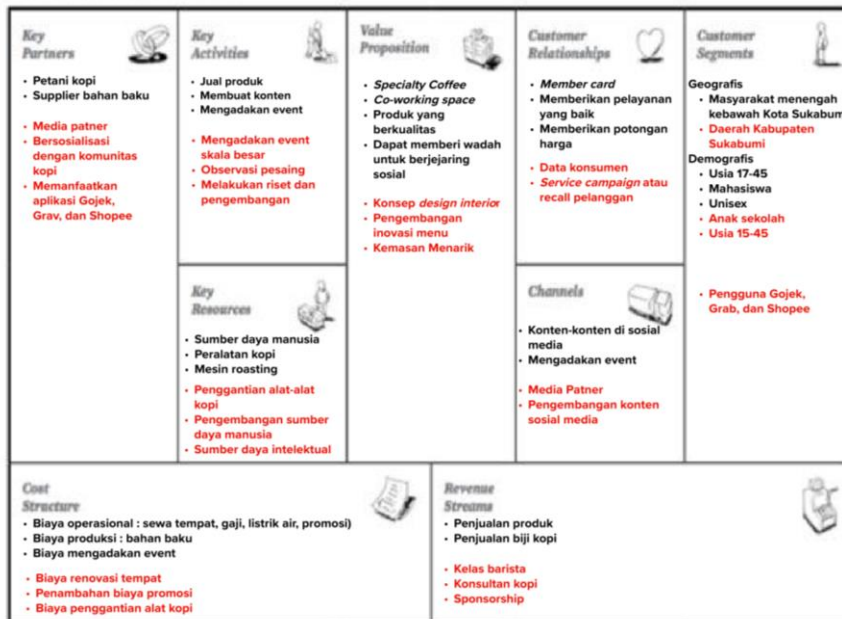
Tabel 4.2 Analisis SWOT Terhadap Business Model Canvas

| Aspek | Strengths | Weakness | Opportunities | Threats |
|-------|-----------|----------|---------------|---------|
|-------|-----------|----------|---------------|---------|

| | | | | |
|------------------------------|---|--|--|---|
| <i>Customer Segments</i> | Mempunyai segmen dengan cakupan yang luas | Segmen pelanggan hanya untuk daerah Kota Sukabumi | Meningkatnya tren berkumpul di <i>coffee shop</i> | Pesaing yang mempunyai segmen yang sama |
| <i>Value Propositions</i> | Berkonsentrasi pada <i>specialty coffee</i> yang memiliki banyak menu varian kopi | Design interior pada ruangan kurang terkonsep dan kurang menarik perhatian | Meningkatnya tren minum kopi | Pesaing yang memiliki tempat atau ruangan yang lebih terkonsep dan menarik perhatian konsumen |
| <i>Channels</i> | Konsisten dalam membuat konten disosial media | Tidak memiliki media partner untuk lebih memperluas jangkauan pelanggan | Konsumen mudah untuk melihat konten di sosial media karena semakin berkembangnya teknologi | Pesaing yang lebih dapat menjangkau pelanggan |
| <i>Customer Relationship</i> | Adanya <i>member card</i> untuk pelanggan | Tidak memiliki data konsumen | Konsumen yang membutuhkan pelayanan yang baik | Pelanggan yang tidak puas dengan layanan yang mereka terima |
| <i>Revenue Streams</i> | Memiliki pendapatan selain dari penjualan produk minuman yaitu dari penjualan biji kopi | Tidak memanfaatkan sponsorship untuk menambah pendapatan | Membuat sektor baru yang berhubungan dengan kopi seperti kelas barista atau konsultan kopi | Harga dari bahan baku yang naik |
| <i>Key Resource</i> | Memiliki barista yang sudah berpengalaman | Alat-alat kopi yang kurang layak untuk digunakan | Produk yang berkualitas yang dibuat dengan sumber daya yang berpengalaman | Pesaing yang memiliki alat kopi yang lebih baik |
| <i>Key Activities</i> | Mengadakan event pada waktu tertentu | Konten yang kurang menjadi perhatian bagi pelanggan | Membuat event dengan skala besar dan berkualitas | Kurangnya apresiasi dari pelanggan terhadap konten dan event yang diadakan |
| <i>Key Partner</i> | Memiliki mitra kerja petani kopi dari berbagai daerah | Tidak melakukan kontrak dengan mitra kerja | Bekerja sama dengan <i>coffee shop</i> lain untuk penjualan biji kopi | Komitmen yang dilanggar oleh mitra kerja |
| <i>Cost Structure</i> | Memproduksi biji kopi sendiri | Gaji karyawan tinggi | Mencari supplier bahan baku dengan harga lebih rendah | Biaya sewa tempat, listrik dan air naik |

3. Rekomendasi Business Model Canvas Sunda *Coffee Space*

Setelah melakukan analisis SWOT terhadap business model canvas, maka peneliti menemukan point yang dianggap dapat berdampak tidak baik untuk kelangsungan bisnis Sunda *Coffee Space* agar dapat mempertahankan dan mengembangkan bisnis yang dijalankan. Semua blok dari business model canvas yang sedang dijalankan mendapat tambahan rekomendasi untuk dapat dijadikan alternatif strategi bagi Sunda *Coffee Space*. Business model canvas yang direkomendasikan dapat dilihat pada Gambar 4.2 dibawah ini :



Gambar 4.2 Business Model Canvas Baru Sunda Coffee Space
 Sumber: Hasil Olahan Penulis (2022)

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan secara langsung, peneliti dapat menggambarkan model bisnis Business Model Canvans dari Sunda Coffee Space yang terdiri dari sembilan blok bangunan yaitu dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Business Model Canvas Sunda Coffee Space

| | |
|-----------------------|---|
| Customer segment | Anak sekolah, usia 15-45, Daerah Kabupaten Sukabumi |
| Value propositions | Konsep design interior, pengembangan inovasi menu |
| Channells | Media partner, pengembangan konten sosial media |
| Customer relationship | Data konsumen, service campaign atau recall pelanggan |
| Revenue streams | Kelas barista, konsultan kopi, sponsorship |
| Key resource | Penggantian alat-alat kopi, pengembangan sumber daya manusia |
| Key activities | Mengadakan event skala besar, bersosialisasi dengan komunitas kopi, observasi pesaing |
| Key Paterns | Media partner, coffee shop lain |
| Cost structure | Efisiensi karyawan, pengembangan produk, pelatihan barista |

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2022)

2. Berdasarkan hasil analisis SWOT terhadap sembilan blok business model canvas, Sunda Coffee Space mempunyai strength, weakness, opportunity, dan threat yang digunakan untuk dapat memperbaiki dan menyempurnakan business model canvas dari Sunda Coffee Space. Hasil dari analisis SWOT terhadap business model canvas Sunda Coffee Space adalah sebagai berikut :

a. Strength

Memiliki segmen dengan cakupan kopi yang luas, berkonsentrasi pada kopi spesial dengan banyak varian menu, konsisten membuat konten di media sosial, memiliki kartu anggota pelanggan, memiliki penghasilan selain menjual produk minuman yaitu dari menjual biji kopi, memiliki barista berpengalaman, mengadakan acara di waktu-waktu tertentu, bermitra dengan petani kopi dari berbagai daerah, memproduksi biji kopi sendiri.

b. Weakness

Segmen pelanggan hanya untuk daerah Kota Sukabumi, design interior pada ruangan kurang terkonsep dan kurang menarik perhatian, tidak memiliki media partner untuk lebih memperluas jangkauan pelanggan, tidak memiliki data konsumen, tidak memanfaatkan sponsorship untuk menambah pendapatan, alat-alat kopi yang

kurang layak untuk digunakan, konten yang kurang menjadi perhatian bagi pelanggan, tidak melakukan kontrak dengan mitra kerja, Gaji karyawan tinggi.

c. *Opportunities*

Meningkatnya tren berkumpul di coffe shop, meningkatnya tren minum kopi, konsumen mudah untuk melihat konten di sosial media karena semakin berkembangnya teknologi, mmberikan penawaran khusus untuk pelanggan baru, membuat sektor baru yang berhubungan dengan kopi seperti kelas barista atau konsultan kopi, produk yang berkualitas yang dibuat dengan sumber daya yang berpengalaman, membuat event dengan skala besar dan berkualitas, bekerja sama dengan *coffee shop* lain untuk penjualan biji kopi, mencari supplier bahan baku dengan harga lebih rendah.

d. *Threats*

Pesaing yang mempunyai segmen yang sama, pesaing yang memiliki tempat atau ruangan yang lebih terkonsep dan menarik perhatian konsumen, pesaing yang lebih dapat menjangkau pelanggan, pelanggan yang tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan, harga dari bahan baku yang naik, loyalitas yang kurang dari karyawan, Kurangnya apresiasi dari pelanggan terhadap konten dan event yang diadakan, komitmen yang dilanggar oleh mitra kerja, biaya sewa tempat, listrik dan air naik.

3. Berdasarkan dari hasil analisis SWOT terhadap business model canvas, maka peneliti dapat memberikan rekomendasi business model canvas yang telah ditambahkan pada masing-masing blok dari business model canvas Sunda *Coffee Space* yang sedang dijalankan pada saat ini yang dapat dijadikan alternatif strategi untuk dapat mempertahankan dan mengembangkan Sunda *Coffee Space* yaitu dapat dilihat pada Tabel 5.2.

Tabel 5.2 Rekomendasi Business Model Canvas

| | |
|------------------------------|---|
| <i>Customer segment</i> | Anak sekolah, usia 15-45, Daerah Kabupaten Sukabumi |
| <i>Value propositions</i> | Konsep <i>design interior</i> , pengembangan inovasi menu |
| <i>Channels</i> | Media partner, pengembangan konten sosial media |
| <i>Customer relationship</i> | Data konsumen, <i>service campaign</i> atau recall pelanggan |
| <i>Revenue streams</i> | Kelas barista, konsultan kopi, sponsorship |
| <i>Key resource</i> | Penggantian alat-alat kopi, pengembangan sumber daya manusia |
| <i>Key activities</i> | Mengadakan event skala besar, bersosialisasi dengan komunitas kopi, observasi pesaing |
| <i>Key Paterns</i> | Media partner, <i>coffee shop</i> lain |
| <i>Cost structure</i> | Efisiensi karyawan, pengembangan produk, pelatihan barista |

Sumber: Hasil Olahan Penulis (2022)

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan, maka peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut:

1. Aspek Teoritis

a. Bagi Akademis

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar akademisi menggunakan hasil penelitian ini untuk menambahkan konteks strategi pertumbuhan bisnis dengan memanfaatkan business model canvas dan analisis SWOT, serta sebagai sumber daya untuk penelitian selanjutnya.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Berdasarkan hasil dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, penelitian ini tidak dapat memprioritaskan suatu permasalahan yang lebih mendalam dan tidak bisa membantu untuk memilih mana yang terbaik untuk dijadikan solusi dari permasalahan dikarenakan penelitian ini hanya sampai pada analisis SWOT saja yang dimana analisis SWOT itu hanya satu tahap dari proses perencanaan bisnis saja. Maka dari itu saran yang dapat diberikan kepada peneliti selanjutnya yaitu agar dapat meninjau, mengukur, dan menilai dengan menggunakan atau menambahkan tools lain untuk dapat bisa memprioritaskan suatu masalah dan dapat memilih mana yang terbaik untuk dapat melihat perkembangan dari bisnis selanjutnya. Selain itu, penulis juga berharap adanya penelitian mengenai *coffee shop* lainnya agar dapat membantu untuk mengembangkan bisnis *coffee shop*.

2. Aspek Praktis

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada BAB IV. Sunda Coffe Space diharapkan dapat menerapkan saran untuk dapat dijadikan sebagai strategi baru dalam pengembangan bisnis dan menghadapi persaingan bisnis. Saran strategi yang peneliti berikan pada aspek praktis yaitu sebagai berikut :

- a. Strategi pengembangan pasar yang meliputi, memperluas segmentasi pasar, membina hubungan positif dengan pelanggan, memberikan nilai yang lebih kepada pelanggan, dan mengadakan event dengan skala besar.
- b. Strategi pemasaran yang meliputi, pengembangan pemasaran online disosial media
- c. Strategi persaingan yang meliputi, observasi pesaing dan bersosialisasi dengan komunitas kopi
- d. Strategi peningkatan sumber daya yang meliputi, pelatihan karyawan dan penggantian alat-alat kopi.
- e. Strategi inovasi yang meliputi, penambahan varian rasa baru pada menu kopi dan mencoba sektor baru seperti kelas barista atau konsultan kopi.

REFERENSI

- Pascalis Prihastho 2017. Analisis Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus Pada Aikori Natural Leather Bag pada Tahun 2016), e-Proceeding of Engineering.
- Pan Maulana, Rifaldi, Hani (2019). Pengembangan Strategi Bisnis Melalui Analisis Business Model Canvas Pada Pesen Kopi Malang, jimfeb.ub
- Muhammad Devrian, Heny K, Tanti Novianti (2018). Strategi Pengembangan Bisnis Cv. Msa Di Majalaya Kabupaten Bandung Jawa Barat, Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen.
- Zarth Zarstrzhembsky (2020). Analisis Strategi Pengembangan Bisnis Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) & Swot Analysis Pada Usaha Umkm Dogdag Metalworks Di Bandung; eProceedings Of Management.
- Viali, Amzul, Saptono (2018). Pengembangan Bisnis Cargo Pt Garuda Indonesia, Tbk dengan Pendekatan Business Model Canvas, Jurnal Aplikasi Bisnis dan Manajemen.
- Budi Rahardjo, Rokhani Hasbullah, dan Fahim M Taqi (2019). Coffee Shop Business Model Analysis, IJBE.
- Julian Marius Muller (2018). Business Model Innovation In Small and Medium Sized Enterprises; Emerald Insight.
- Thamrin, Syarief dan Nurrochmat (2016). Business Development Strategy, Ready-to-Drink Tea, Your Tea, with Business Model Canvas Approach, Emerald Insight.
- Abid, M. (2021). Entrepreneurial Mindsets & Skills. Insan Cendekia Mandiri.
- Brown, R. D., & G, J. P. (1976). Introduction to Business, An Integration Approach. Glen Coe Press.
- David, F. (2017). Manajemen Strategis Konsep. Salemba Empat.
- DetikNews. (2021). Makna PPKM, Kepanjangan, hingga aturannya. News.Detik.Com. <https://news.detik.com/berita/d-5640047/makna-ppkm-kepanjangan-hingga-aturannya>
- Dinas Pariwisata Jawa Barat. (2021). Jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) Binaan Berdasarkan Jenis Usaha di Jawa Barat. Dinas Pariwisata Jawa Barat.
- Eisenmann, T. R. (2002). Internet Business Models. Mcgraw-Hill Irwin.
- Idris, M. (2021). Apa Itu UMKM: Pengertian, Kriteria dan Contohnya. Kompas.Com. <https://money.kompas.com/read/2021/03/26/153202726/apa-itu-umkm-pengertian-kriteria-dan-contohnya?page=all>
- Iman, R. N., & Alamsyah, I. E. (2021). Usaha Kuliner di Sukabumi Diklaim Naik 200 Persen. Nasional.Republika.Co.Id.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Prinsip-Prinsip Manajemen. Erlangga.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2017). Business Model Generation : Pedoman bagi para Visioner, Penggerak Perubahan, dan Pendobrak. PT Elex Media Komputindo.
- Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2014). Manajemen Strategi. Salemba Empat.
- Pratama, R. P., & Azis, E. (2018). ANALISIS MODEL BISNIS DENGAN PENDEKATAN BUSINESS MODEL CANVAS (Studi Kasus MxD). E-Proceeding of Management, 3007.
- Rangkuti, F. (2017). Analisis SWOT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. PT Alfabeta.
- Suryatama, E. (2014). Analisis SWOT. Kata Pena.
- Umar, H. (2020). Manajemen Strategik. The Jakarta Business Research Center.
- Wallin, J. C., & Thompson, A. (2013). Developing PSS Concept From Traditional Product Sales Situation. Proceedings of the 5th CIRP International Conference on Industrial, 263–274.
- Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2012). Strategic Management and Business Policy. Pearson.
- Anang Sugeng Cahyono (2016) . Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia, journal.unita

Felicia, Tulistyantoro, Mulyono (2022). Analisa Peran Desain Interior Dalam Menunjang Minat Pengunjung, Jurnal Pengetahuan & Pengetahuan

Ni Made Wulandari (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Yang DiMediasi Oleh Kepuasan Konsumen, Jurnal Manajemen Unud

<https://www.inews.id/travel/kuliner/data-dan-fakta-tren-menjamurnya-kedai-kopi-kekinian-di-indonesia>

<https://www.detik.com/jabar/kuliner/d-6110860/5-kafe-hits-di-sukabumi-cocok-buat-nongkrong-di-akhir-pekan>

<https://www.instagram.com/sundacoffeespace/?hl=en>

<https://www.instagram.com/namacoffeeid/?hl=en>

