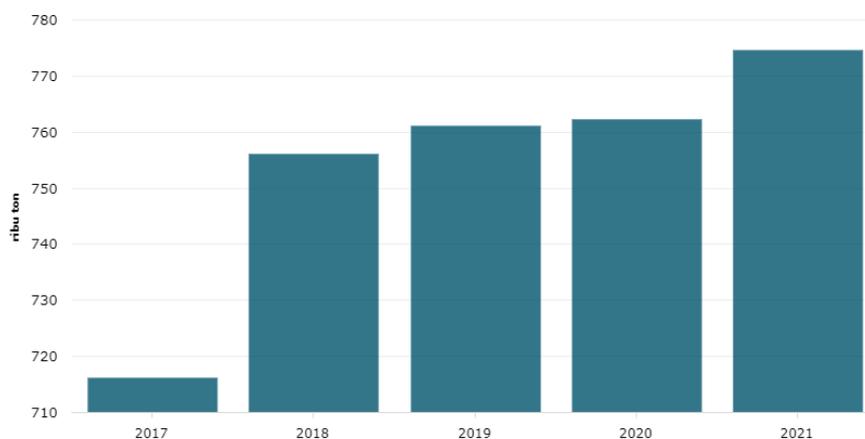


BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Menurut Asosiasi Media Siber Indonesia kopi sejak dahulu sudah menjadi kebutuhan hidup masyarakat, dari mulai orang tua hingga anak-anak muda yang banyak mengkonsumsinya. Kopi adalah salah satu tanaman semak yang dapat tumbuh di daerah tropis dengan ketinggian 700-1600 mdpl. Pohon kopi sendiri dipangkas pendek agar dapat menghemat energi dan bantuan panen, tanaman kopi dapat hidup sampai 100 tahun yang umumnya paling produktif antara usia 7 dan 20 tahun.

Berdasarkan laporan Statistik Indonesia, jumlah produksi kopi Indonesia mencapai 774,60 ribu ton pada 2021. Jumlah itu meningkat sekitar 1,62% dari tahun sebelumnya yang sebanyak 762,20 ribu ton. Di Sumatera Selatan merupakan produsen kopi terbesar di Indonesia sepanjang 2021. Jumlah produksi mencapai 201,40 ribu ton. Lalu di Lampung dengan jumlah produksi kopi sebanyak 118 ribu ton. Kemudian, Sumatera Utara dan Aceh masing-masing memproduksi kopi sebanyak 76,80 ribu ton dan 74,20 ribu ton. Selama lima tahun terakhir, jumlah produksi kopi di Indonesia yang tertinggi yaitu pada 2021. Sementara produksi kopi terendah yaitu pada 2017 sebanyak 716,10 ribu ton. Berikut merupakan statistik jumlah produksi kopi di Indonesia.



Gambar I. 1 Grafik Jumlah Produksi Kopi di Indonesia

Sumber: Annur C.M. (2022, Maret 22). Produksi Kopi Indonesia Naik

Jadi 774,60 Ribu Ton. Diakses dari
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/produksi-kopi-indonesia-naik-jadi-77460-ribu-ton-pada-2021>

Sektor ekonomi kreatif memberikan kontribusi terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dengan enam belas subsektor yang ada di dalamnya, menurut Kementerian Perindustrian (Kemenperin) pada tahun 2020 menyatakan bahwa 3 subsektor yang berkontribusi paling besar yaitu industri kuliner sebesar 41 persen, *fashion* sebesar 17 persen, dan kriya sebesar 14,9 persen dalam Produk Domestik Bruto (PDB) ekonomi kreatif, yang mana subsektor kuliner menjadi salah satu yang memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB).

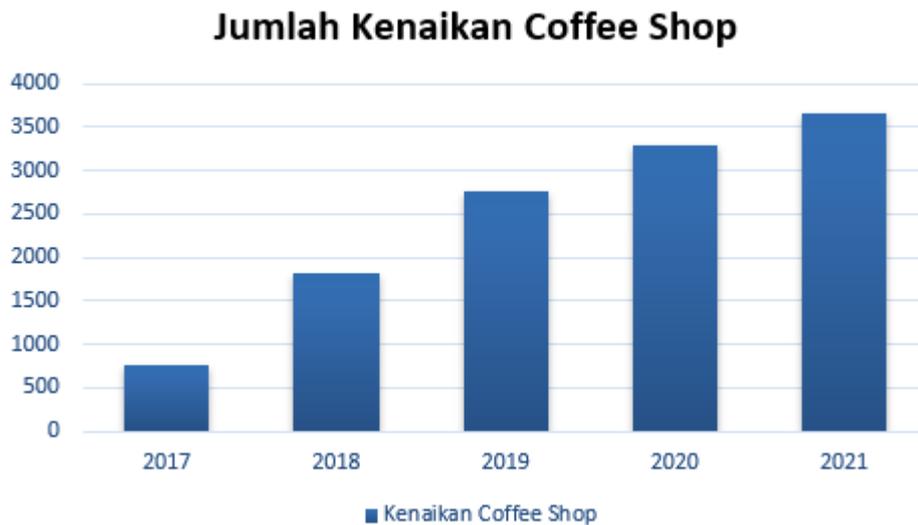


Gambar I. 2 Grafik Konsumsi Kopi Nasional

Sumber: Ratu. (2021, Desember 29). Tren Konsums Kopi Nasional. Diakses dari <https://www.theiconomics.com/infographic/38699/>

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada tahun 2016 mencapai hingga 250 ribu ton dan tumbuh sebanyak 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi rata-rata sebanyak 8,22%/tahun. Pada tahun 2021 pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton.

Dengan meningkatnya statistik jumlah konsumsi kopi di Indonesia, membuat bisnis kedai kopi di Indonesia terus mengalami pertumbuhan yang sangat pesat diberbagai tempat. Berdasarkan hasil riset *head of marketing toffin* Ario Fajar menunjukkan jumlah kedai kopi di Indonesia hingga Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai yang meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016 yang hanya 1.000 gerai.



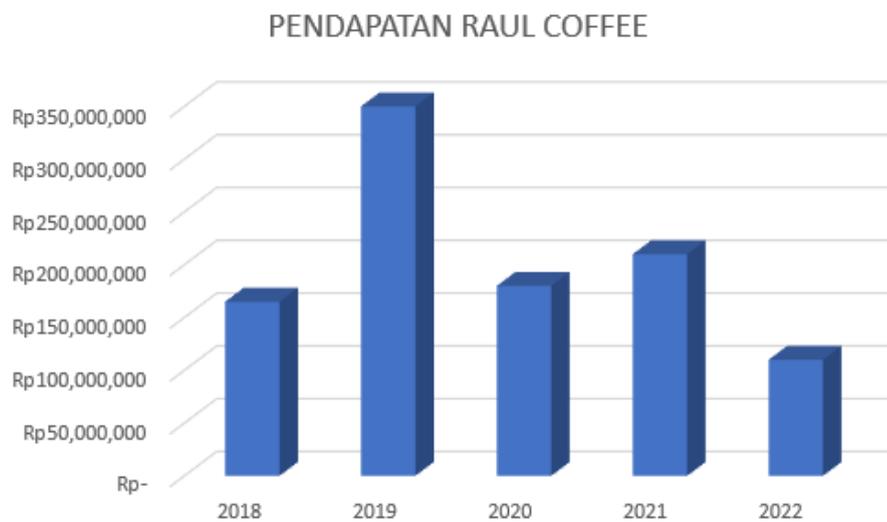
Gambar I. 3 Grafik Jumlah Kedai Kopi di Kota Bandung

Sumber: Dinas Pariwisata & Kebudayaan (2022, Juli). Jumlah Usaha Restoran, Rumah Makan, dan Cafe Berdasarkan Kabupaten/Kota di Jawa Barat. Diakses dari <https://opendata.jabarprov.go.id/id/dataset/jumlah-usaha-restoran-rumah-makan-dan-cafe-berdasarkan-kabupatenkota-di-jawa-barat>

Dengan adanya peningkatan jumlah konsumsi kopi di Indonesia menjadikan terciptanya peluang untuk membuat kedai kopi. Seperti di Kota Bandung untuk mengkonsumsi kopi di kedai kopi sudah menjadikan sebagai tempat untuk berkumpul dengan teman-teman. Seperti pada grafik diatas yang merupakan kedai kopi di Kota Bandung pada tahun 2017 sebanyak 116, tahun 2018 sebanyak 148, tahun 2019 sebanyak 157 dan meningkat pesat di tahun 2020 hingga sebanyak 227.

Raul *Coffee* merupakan salah satu kedai kopi yang berada di Kota Bandung yang didirikan pada tahun 2018, yang berlokasi di Jalan asmarandana no. 6 Kota Bandung. Lokasi dari Raul *Coffee* ini sendiri merupakan lokasi yang dapat

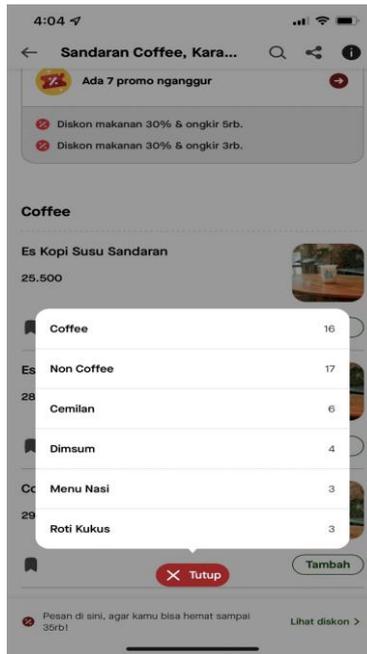
dibilang cukup strategis karena berada didekat banyak sekolah seperti SMPN 28 Bandung dan SMAN 22 Bandung. Dengan memberikan fasilitas seperti Wi-fi yang dapat diakses oleh seluruh konsumen. Akan tetapi di dekat lokasi dari Raul *Coffee* ini sendiri masih terdapat beberapa kedai kopi seperti Sandaran *Coffee*, Kopitera, Armenti *Coffee* yang memiliki konsumen lebih banyak dibandingkan Raul *Coffee*, kondisi tersebut tentu tidak berpengaruh positif bagi Raul *Coffee* sendiri dalam penjualan. Berikut merupakan pendapatan Raul *Coffee* selama berdiri.



Gambar I. 4 Grafik Pendapatan Raul *Coffee*

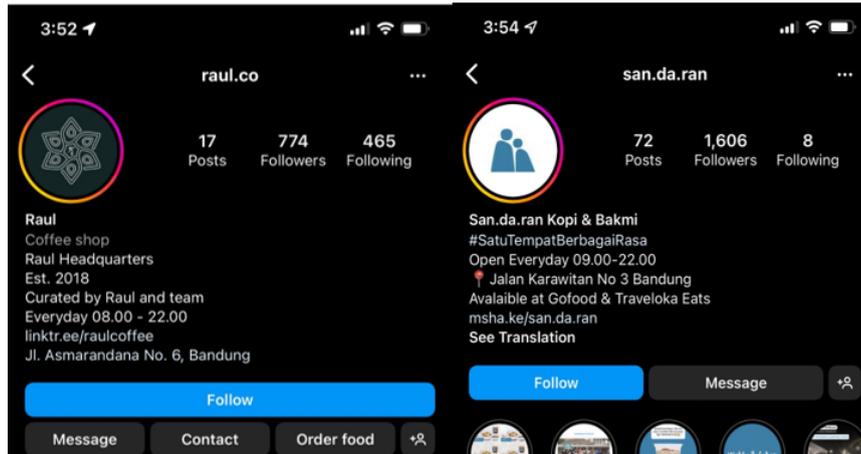
Sumber (Data Internal Raul *Coffee*, 2018-2022)

Berdasarkan data diatas merupakan pendapatan dari setiap tahunnya yang diperoleh selama Raul *Coffee* berdiri, yang paling diminati konsumen dan merupakan pendapatan terbesar dari Raul *Coffee* dari menu kopi susu dan *creamy latte*. Dapat disimpulkan dari grafik data pendapatan Raul *Coffee* selama berdiri yang dimana pendapatannya kurang konsisten.



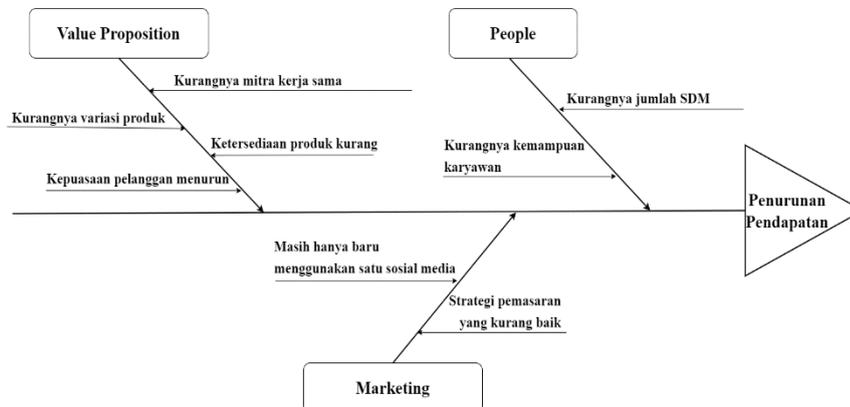
Gambar I. 5 Menu Sandaran *Coffee*

Permasalahan-permasalahan yang terjadi pada Raul *Coffee* yaitu kurangnya variasi produk yang dimana pada Raul *Coffee* hanya terdapat 13 menu didalamnya sedangkan pada kompetitor terdekatnya yaitu Sandaran *Coffee* sebanyak 33 menu minuman didalamnya. Raul *Coffee* telah melakukan survei kepada pelanggannya untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap produk kopinya, survei ini dilakukan oleh Raul *Coffee* dengan melakukan wawancara dengan para pelanggannya. Dari hasil survei yang telah dilakukan oleh Raul *Coffee* didapatkan kepuasan pelanggan menurun yang dikarenakan ketersediaan produk yang ada di Raul *Coffee* masih sering kehabisan *stock*, kemudian Raul *Coffee* menemukan permasalahan yang mengakibatkan ketersediaan produk kurang yaitu karena kurangnya mitra kerja sama untuk saat ini Raul *Coffee* menggunakan satu mitra kerja sama, kurangnya jumlah SDM saat ini hanya memiliki 4 karyawan yang bekerja dan kurangnya kemampuan karyawan.



Gambar I. 6 Instagram Raul *Coffee* dan Sandaran *Coffee*

Masih hanya baru menggunakan satu sosial media yaitu Instagram dan strategi pemasaran yang kurang baik dapat dilihat pada gambar I.5 *followers* dari Raul *Coffee* masih lebih sedikit dibandingkan kompetitor terdekatnya yaitu Sandaran *Coffee*. Berikut ini merupakan akar-akar permasalahan yang disimpulkan melalui diagram *fishbone*.



Gambar I. 7 *Fishbone Diagram*

Berdasarkan gambar *fishbone* diatas merupakan beberapa masalah yang dialami oleh Raul *Coffee*. Permasalahan tersebut didapatkan dari hasil wawancara dengan *owner*, yang dimana penyebab penurunan pendapatan dari Raul *Coffee* yaitu dari *Value proposition* yang masih kurangnya variasi produk yang dimana *product* dari Raul *Coffee* hanya terdapat 13 menu yang menyebabkan konsumen bosan dengan menu yang ada, kurangnya mitra kerja sama karena hanya ketergantungan dengan 1 *supplier* yang dapat menyebabkan ketersediaan produk kurang karena pada Raul *Coffee* masih seringkali terdapat menu yang kosong

disetiap harinya, dan kepuasan pelanggan yang menurun. Lalu dari *People* yaitu kurangnya jumlah Sumber Daya Manusia dan kurangnya kemampuan karyawan atau karyawan yang berada di Raul *Coffee* kurang ahli untuk membuat dalam membuat makanan sehingga di Raul *Coffee* ini masih belum terdapat menu makanan dan dari segi pemasaran yang kurang terampil. Kemudian dari *Marketing* yaitu hanya baru menggunakan 1 sosial media yaitu pada *Instagram* sedangkan untuk di jaman yang canggih sangat berpengaruh jika mempromosikan dengan menggunakan beberapa sosial media seperti *tiktok*, dan strategi pemasaran yang kurang baik menyebabkan masih banyak orang yang belum tahu bahwa ada Raul *Coffee*.

I.2 Alternatif Solusi

Setelah melakukan identifikasi masalah pada diagram *fishbone* dari Raul *Coffee*, selanjutnya merupakan tahap alternatif solusi pada permasalahan yang terjadi.

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Potensi Solusi
1	Kurangnya variasi produk	Perancangan usulan model bisnis dengan menggunakan <i>business model canvas</i>
2	Ketersediaan produk kurang	
3	Kurangnya mitra kerja sama	
4	Kepuasan pelanggan menurun	
5	Strategi pemasaran yang kurang baik	Perancangan pada strategi pemasaran
6	Masih hanya menggunakan satu sosial media	
7	Kurangnya kemampuan karyawan	Perbaikan pada manajemen sumber daya manusia
8	Kurangnya jumlah SDM	

Setelah dilakukan identifikasi akar masalah yang ada pada *fishbone*, diberikan potensi solusi seperti pada Tabel I. 1, dipilih potensi solusi yaitu Perancangan Usulan Model Bisnis Dengan Menggunakan *Business Model Canvas*. Potensi solusi dipilih karena memberikan pengaruh signifikan yang akan memberikan dampak pada perusahaan serta memiliki potensi perancangan perbaikan yang sesuai dengan permasalahan perusahaan.

I.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang untuk meningkatkan bisnis dari Raul *Coffee*, didapatkan rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Bagaimana rancangan strategi usulan model bisnis pada Raul *Coffee*?”

I.4 Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan perumusan masalah diatas, didapatkan tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk merancang strategi dan peta *Business Model Canvas* usulan pada Raul *Coffee*”

I.5 Manfaat Tugas Akhir

Berikut merupakan manfaat yang bisa didapatkan dengan adanya penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Dari penelitian ini, diharapkan dapat membantu bagi Raul *Coffee* sebagai strategi model bisnis untuk meningkatkan kinerja bisnis.
2. Menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Sistematika Penulisan

Berikut merupakan sistematika penelitian yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini diuraikan mengenai latar belakang penelitian, alternatif solusi, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini disertakan berbagai literatur dari penelitian ini yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti, berisikan teori yang akan digunakan sebagai landasan dalam penyelesaian penelitian.

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN

Pada bab ini membahas tentang bagaimana cara menyelesaikan masalah dari penelitian yang dibahas untuk mencapai tujuan dari penelitian ini.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini merupakan bagian yang menjelaskan mengenai proses pengumpulan dan pengolahan data pada penelitian ini.

BAB V VALIDASI DAN EVALUASI HASIL RANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan validasi dan evaluasi mengenai analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah didapatkan serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini berisikan tentang kesimpulan dari penelitian ini dan memberikan saran kepada objek yang dijadikan untuk penelitian.