

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang

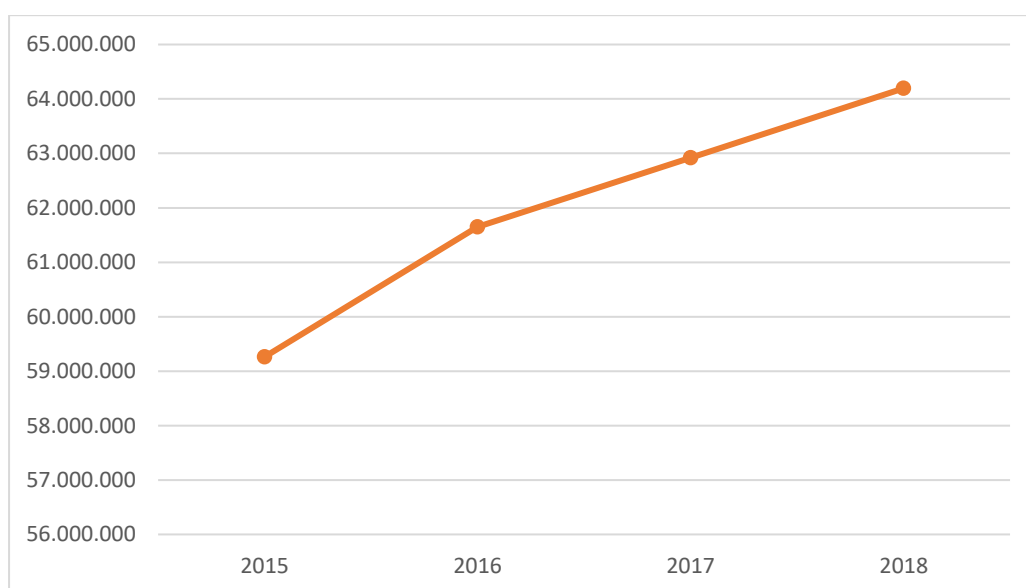
Bisnis Warung kopi atau Warkop merupakan salah satu peluang usaha yang cukup menarik dan menguntungkan walau memulai dengan modal yang tidak terlalu besar banyak orang yang merasa kesulitan bagaimana cara untuk memulai bisnis dan cara menjalankannya dengan alasan modal yang terbatas dan tidak ada pengalaman membuat usaha sebelumnya. Tidak bisa dipungkiri juga peran uang sebagai modal usaha memang berpengaruh untuk berjalannya usaha yang akan dibuat, sebagai contoh jika modal yang dipakai untuk membuka usaha cukup maka dari segi fasilitas maupun produk makanan minuman akan memadai dan begitupun sebaliknya. Warung kopi Nikung merupakan salah satu UMKM yang berada dibekasi yang bergerak dibidang kuliner yang menyediakan berbagai minuman dan makanan, minuman yang disediakan oleh Warung Kopi Nikung adalah beberapa minuman instan dan minuman racik khas Warung Kopi Nikung bukan hanya minuman saja tetapi ada juga beberapa cemilan dan makanan berat yang disedikan oleh Warung Kopi Nikung. Seperti kebanyakan orang tahu Warung Kopi indetik dengan tempat yang sempit yang tidak nyaman untuk menetap sementara sekedar untuk mengobrol atau bekerja, akan tetapi seiring berkembangnya zaman para pelaku usaha Warung Kopi pun membuat konsep untuk Warung Kopi tersebut. Salah sataunya adalah Warung Kopi Nikung yang mempunyai konsep agar para pelanggan tertarik berkunjung, berbeda dari Warung Kopi yang lainnya Warung Kopi Nikung membuat suasana menjadi ala *café* tetapi dengan harga yang tidak menguras kantong pengunjung. Alasan Warung Kopi Nikung membuat konsep dan suasana seperti di *café* bukan tanpa alasan, karena ini adalah salah satu strategi untuk menarik minat para pelanggan untuk berkunjung ke Warung Kopi Nikung bukan hanya konsep saja tetapi Warung Kopi Nikung pun menyediakan fasilitas colokan dan TV agar para pelanggan betah berada Warung Kopi Nikung.

Tabel I. 1 Jumlah UMKM di Indonesia

(Sumber : <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>)

	TAHUN			
	2015	2016	2017	2018
Jumlah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah)	59.262	61.651	62.922	64.194

Berdasarkan Table I.1 pada 4 tahun terakhir dari tahun 2015 hingga 2018 mengalami kenaikan perkembangan jumlah UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) di Indonesia. Pada tahun 2018 jumlah usaha menengah di Indonesia sebanyak 64.194 unit, berbeda dengan jumlah pada tahun 2015 yaitu 59.262 unit. Perkembangan UMKM ini berpengaruh besar terhadap penyerapan tenaga kerja UMKM di Indonesia. Semakin banyak UMKM yang berkembang semakin banyak juga tenaga kerja yang di serap.

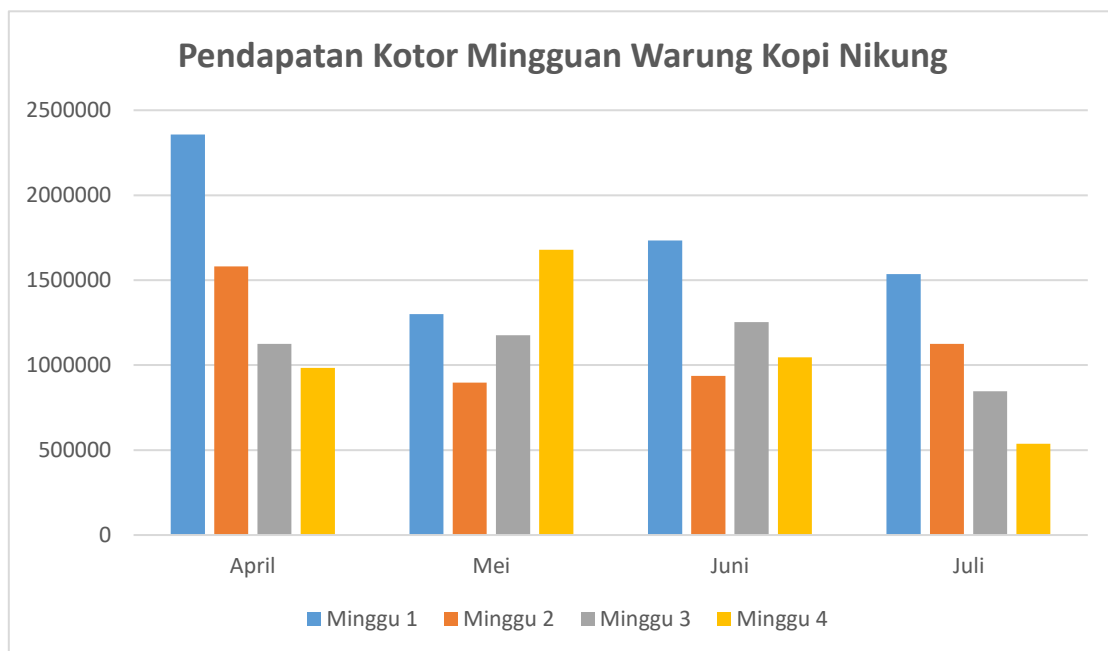


Gambar I. 1 Grafik Jumlah UMKM di Indonesia 2015 - 2018

(Sumber: : <https://www.kemenkopukm.go.id/data-umkm>)

Berdasarkan gambar grafik 1.1 pada tahun sekian hingga tahun sekian UMKM di Indonesia mengalami peningkatan jumlah itu menandakan untuk bergabung dengan UMKM masih bisa menjadi pilihan yang tepat. Warung Kopi Nikung merupakan salah satu UMKM

yang berada di daerah Cibubur Kota Bekasi. Usaha ini berdiri pada April 2021 yang berfokus pada bidang kuliner. Pendapatan adalah peningkatan manfaat ekonomi selama suatu periode akuntansi tertentu dalam bentuk pemasukan atau penambahan aktiva atau penurunan kewajiban yang mengakibatkan kenaikan ekuitas yang tidak berasal dari kontribusi penanaman modal. Peningkatan jumlah aktivas atau penurunan kewajiban yang dapat berasal dari penyerahan barang atau jasa atau aktivitas usaha lainnya dalam satu periode. Tidak termasuk dalam pengertian pendapatan adalah peningkatan aktiva perusahaan yang disebabkan pembelian aktiva, investasi pemilik, pinjaman atau koreksi laba rugi periode lalu. Peningkatan jumlah aktiva dapat berbentuk diterimanya uang tunai, timbulnya piutang atau aktiva lainnya. Pendapatan yang berasal dari kegiatan utama perusahaan disebut pendapatan usaha (*Operating Revenue*). Pendapatan yang diperoleh dari kegiatan diluar kegiatan utama disebut pendapatan lain-lain (*Other Revenue atau Other Income*).



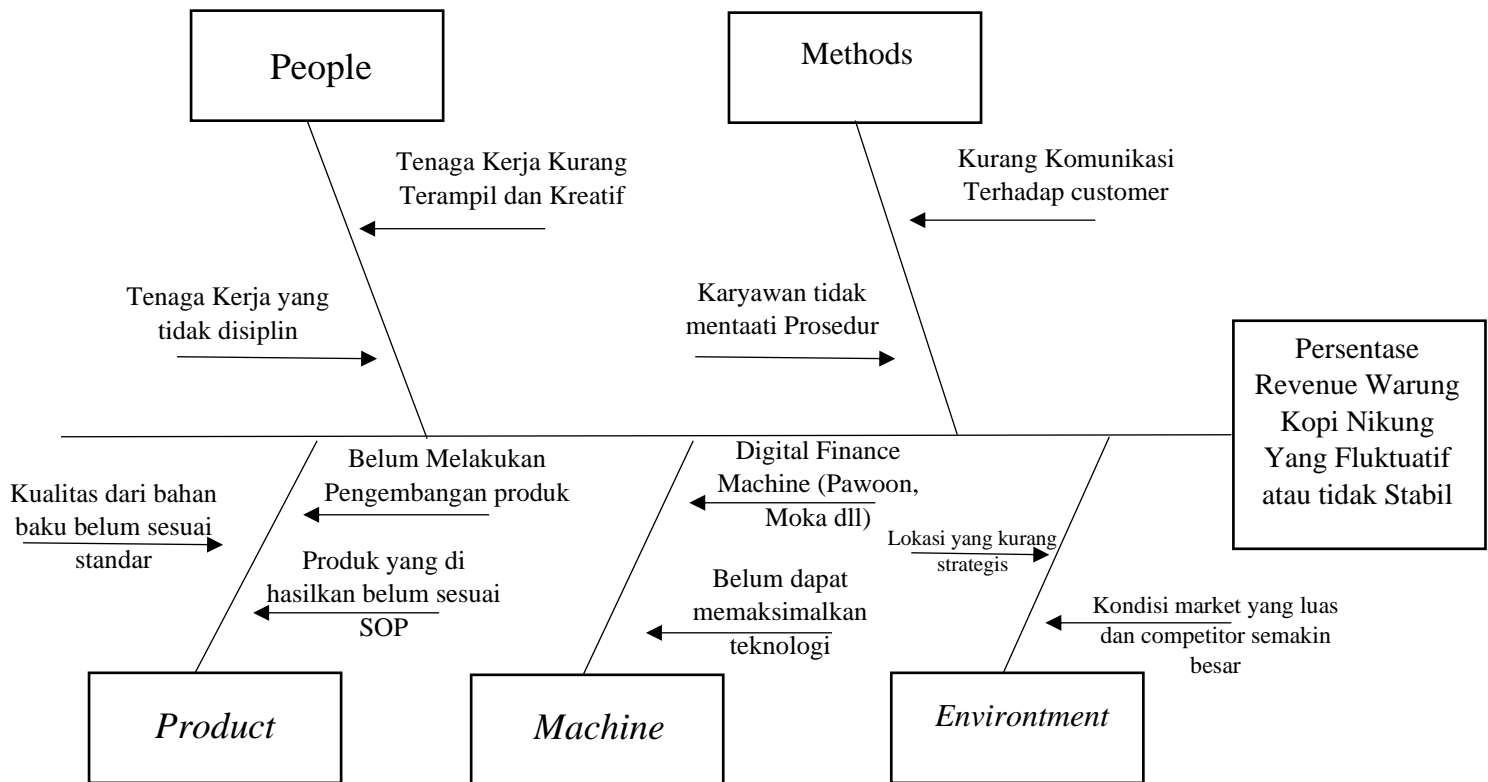
Gambar I. 2 Pendapatan Kotor Warung Kopi Nikung

Berdasarkan grafik 1.2 dapat dilihat bahwa hasil pendapatan Warung Kopi Nikung pada bulan April 2021 hingga Juli 2021 dengan target hasil pendapatan perbulan yang di tentukan oleh perusahaan sebesar Rp. 6.000.000. Untuk mendapatkan hasil lebih optimal Warung Kopi Nikung menargetkan supaya dapat tercapai *revenue* sebesar Rp.8.000.000. Dapat di simpulkan bahwa grafik hasil pendapatan perusahaan ini tidak stabil. Warung Kopi Nikung memiliki beberapa kendala dalam mengatasi masalah internal maupun eksternal perusahaan

dan persaingan anatar pelaku usaha yang sama di sekitar yang berpengaruh kepada model bisnis perusahaan. Dengan data pendapatan yang tidak stabil atau *fluktuatif* membuat bisnis Warung Kopi Nikung harus segera mengevaluasi dari sisi internal perusahaan atau bisnis serta sisi eksternal perusahaan agar pendapatan dari Warung Kopi Nikung lebih stabil serta maksimal.

Pertama, meningkatnya jumlah pesaing yang membuka usaha sejenis yang membuat persaingan menjadi semakin ketat, kedua dikarenakan adanya Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) hal tersebut dapat berpengaruh pada tingkat berunjungnya pelanggan ke Warung Kopi Nikung, sehingga perlu adanya perancangan strategi baru untuk *Value proposition* yang akan diberikan kepada pelanggan agar tetap berunjung. kedua, Warung Kopi Nikung kurang bisa membaca dan memanfaatkan peluang yang disebabkan oleh kegiatan promosi, penjualan dan aktif media sosial belum dikelola dengan baik, hal tersebut menunjukkan bahwa *Key activities* pada kegiatan promosi, penjualan dan aktif media sosial yang dilakukan perusahaan ini belum dilakukan dengan baik sehingga dapat mempengaruhi kinerja perusahaan. Ketiga, keterbatasannya sumber daya yang dimiliki perusahaan ini yang berakibat pada kegiatan menjaga Warung Koping Nikung dan membuat menu tidak berjalan dengan baik. Dari ketiga permasalahan tersebut memberitaukan bahwa Warung Kopi Nikung memiliki tantangan yang harus dihadapi dalam mengatasi masalah terutama dalam persaingan sesama pelaku usaha yang serupa diwilayah Cibubur agar tetap mempertahankan eksistensi dalam menghadapi pesaing lama dan pesaing baru.

I.2 Alternatif Solusi



Gambar I. 3 Model *Fishbone*

Bahwa model *fishbone* diatas menjelaskan tentang *rootcause* dan permasalahan yang terdapat pada Warung Kopi Nikung dimana terdapat beberapa element yang akan digali untuk penelitian ini seperti dari segi *People*, *Methods*, *Product*, *Machine* dan *Environment*. Pada gambar I.3 bahwa dari segi *people* dapat dilihat tenaga kerja yang kurang terampil dan kreatif lalu tenaga kerja yang tidak disiplin. Dari segi *Methods* menjelaskan kurangnya komunikasi terhadap *customer* dan karyawan tidak mentaati prosedur. Pada bagian *product* kualitas dari bahan baku masih belum sesuai standar, belum melakukan *development product* dan produk yang dihasilkan belum sesuai SOP. Di bagian *Machine* kurang memaksimalkan teknologi dan belum menerapkannya *Fintech* atau *Financial Technology* seperti Pawoon, Flick dan Moka dll. Pada sub terakhir yaitu *Environment* atau lingkungan dimana lokasi yang kurang strategis dan kompetitor atau *market* yang sangat luas membuat kompetitor semakin besar.

Tabel I. 4 Akar permasalahan dan solusi perancangan

No	Akar masalah	Potensi solusi
1	Belum dapat memaksimalkan teknologi	○ Perancangan pembaharuan bagi perusahaan untuk melakukan strategi digital
2	Produk yang dihasilkan belum sesuai dengan Standard Operasional Produksi perusahaan	○ Melakukan analisis SWOT untuk mengetahui <i>Strength</i> , <i>Weakness</i> , <i>Opportunities</i> dan <i>Threats</i>
3	Kondisi <i>market</i> yang luas dan <i>competitor</i> semakin besar	○ Melakukan perancangan strategi usulan BMC (<i>Bussines Model Canvas</i>)

Berdasarkan tabel I.4 identifikasi akar permasalahan dari penelitian dengan menggunakan diagram *fishbone*, dilakukan analisis solusi perancangan dari masing-masing akar permasalahan. Tabel solusi diatas merupakan perancangan untuk akar permasalahan pada Warung Kopi Nikung. Hasil solusi dari setiap akar permasalahan akan di lakukan analisis prioritas masalah untuk *focus* terhadap masalah dalam penelitian ini. Dari akar permasalahan Belum dapat memaksimalkan teknologi dengan potensi solusi Perancangan pembaharuan bagi perusahaan untuk melakukan strategi digital, berikutnya akar masalah produk yang dihasilkan belum sesuai dengan *Standard Operasional Produksi* perusahaan dengan potensi solusi Melakukan analisis SWOT untuk mengetahui *Strength*, *Weakness*, *Opportunities* dan *Threats*. Dan terakhir Kondisi *market* yang luas dan *competitor* semakin besar dengan potensi solusi Melakukan Perancangan Strategi usulan BMC (*Bussines Model Canvas*).

Sebuah model bisnis menggambarkan tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. *Business Model Canvas* menggambarkan itu semua dengan menggunakan sembilan blok bangunan. *Business Model Canvas* dipertimbangkan sebagai model yang paling lengkap pada teori model bisnis yang menempatkan secara detail mengenai hubungan antara keseluruhan komponen internal dan eksternal organisasi, dan memperlihatkan bagaimana hal tersebut saling berhubungan untuk menciptakan dan menangkap nilai yang diberikan perusahaan. Selain itu, sebuah model bisnis perlu dievaluasi secara periodik. (Osterwalder A, 2010).

Berdasarkan pernyataan dan data diatas, perusahaan Warung Kopi Nikung perlu melakukan beberapa evaluasi model bisnis untuk tetap bertahan dari para pesaing di wilayah Jawa Barat tepatnya di Kota Bekasi. Evaluasi model bisnis tersebut diharapkan membantu perusahaan ini dalam menjalankan bisnisnya menjadi lebih baik dari sebelumnya dan dapat meningkatkan pendapatan.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka didapatkan rumusan masalah dalam penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana rancangan *Business Model Canvas* eksisting pada Warung Kopi Nikung?
2. Bagaimana analisis SWOT pada Warung Kopi Nikung menggunakan *Business Model Canvas*?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi perumusan masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi dan merancang gambaran *Business Model Canvas* Warung Kopi Nikung.
2. Untuk menerapkan SWOT dan strategi bisnis Warung Kopi Nikung dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang akan didapatkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti
Peneliti mendapatkan pengalaman secara langsung dan menambah pengetahuan mengenai masalah pada evaluasi perusahaan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas*.
2. Bagi Perusahaan
Sebagai informasi untuk dijadikan gambaran bisnis model usulan mengenai analisis, pemetaan, dan rancangan menggunakan *Business Model Canvas* untuk Warung Kopi Nikung.

I.6 Sistematika Penelitian

Berikut adalah sistematik penulisan laporan tugas akhir yang akan dirancang:

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini memuat pengantar dari penelitian seperti gambaran umum objek penelitian, latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, batasan masalah, sistematika penulisan.

BAB II: TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang informasi mengenai dasar teori yang digunakan penulis dalam penelitian ini, tujuannya adalah untuk menyediakan pengetahuan mengenai teori yang relevan dengan penelitian tentang strategi pengembangan bisnis ini.

BAB III: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang metode, alat, dan teknik penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan serta menganalisis data penelitian.

BAB IV: PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada tahap ini akan dijelaskan tentang proses pengumpulan data dan pengolahan data terkait yang digunakan pada penelitian ini.

BAB V: ANALISIS

Pada tahap ini akan dijelaskan tentang analisis yang dilakukan terhadap data-data yang telah diolah serta usulan perbaikan yang diberikan.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran dalam penelitian ini