

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

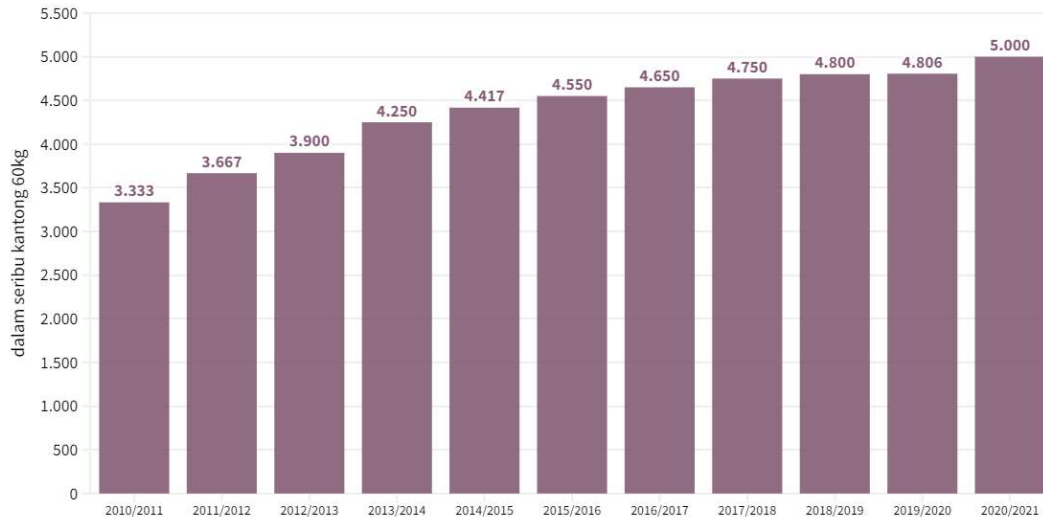
Maraknya usaha kopi saat ini merupakan peluang paling menjanjikan dalam dunia bisnis kuliner. Kopi berasal dari biji-bijian yang kemudian dikeringkan dan diseduh untuk dijadikan minuman. Saat ini, dalam dunia bisnis kuliner, kopi tetap menjadi minuman legendaris yang tak kenal oleh waktu. Bahkan, kopi telah mengikuti arus zaman dimana selalu mengikuti inovasi dari zaman ke zaman.

Berkembangnya tren produk kopi menjadikan kopi sebagai sebuah lifestyle yang berkembang di masyarakat, terutama pada kalangan muda. Hal tersebut menunjukkan sebuah eksistensi dari kopi. Banyaknya varian kopi yang ditawarkan membuat orang tertarik untuk membelinya. Untuk saat ini, pebisnis hanya perlu memiliki inovasi untuk membuat bisnis yang mereka jalankan bertahan dengan kondisi zaman saat ini. Pebisnis kuliner membuat inovasi pada produk atau varian kopi tersebut bertujuan untuk menarik minat masyarakat dalam melakukan sebuah transaksi pembelian.

Menurut data Survei Sosial Ekonomi Nasional (Susenas) yang dilaksanakan oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2018, jumlah penduduk yang termasuk kategori pemuda adalah sebesar 63,82 juta jiwa. Jumlah tersebut merupakan seperempat dari total penduduk Indonesia. Pada saat ini penikmat kopi tidak hanya kaum pria. Para wanita saat ini juga mulai banyak yang menggemari kopi sebagai bagian dari gaya hidup mereka.

Bisnis kopi sekarang menjamur disetiap kota, tak terkecuali kota Nganjuk. Seiring dengan berjalannya waktu, di Kota Nganjuk terdapat pebisnis yang mulai berinovasi pada produk kopi. Tidak sedikit yang menjalankan bisnis perkopian. Akan tetapi, setiap bisnis tidak akan terhindar dari risiko. Maka dari itu pebisnis dituntut untuk meningkatkan usahanya seiring dengan berjalannya waktu, inovasi dalam pilihan menu yang disajikan pun dapat memengaruhi kesuksesan penjualan kopi tersebut, lihat Gambar I. 1.

Konsumsi Kopi di Indonesia (2010-2021)

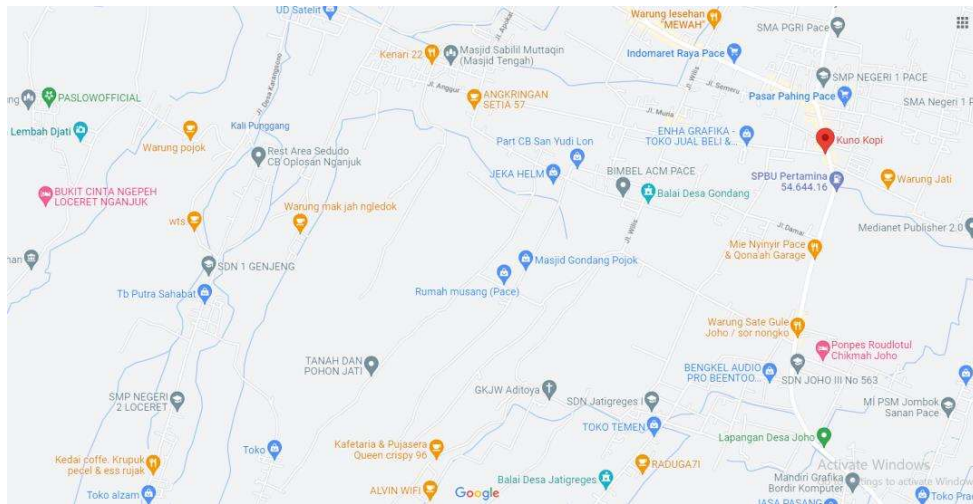


Sumber: International Coffee Organization (ICO)

Gambar I. 1 Konsumsi Kopi Di Indonesia

Dilihat dari grafik diatas bahwa penikmat kopi di Indonesia naik dari tahun ke tahun sehingga bisnis ini menjadi persaingan yang sangat kuat dan menjaga kualitas pun tidak cukup, pelaku bisnis harus bisa meningkatkan kualitas. Di Kota Nganjuk terdapat kurang lebih 100 gerai kopi yang terbuka di sepanjang jalan Kota Nganjuk. Karena tidak banyak juga pebisnis yang tidak kuat dalam persaingan pasar atau dapat diartikan bangkrut yang disebabkan dengan beberapa faktor, seperti berkurangnya minat konsumen terhadap produk yang dijual akibat kualitas pelayanan yang tidak optimal, kurangnya varian kopi yang ditawarkan dan adapun faktor lain seperti kurangnya fasilitas yang seharusnya bisa dinikmati oleh konsumen. Perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya biasanya akan jauh lebih kompetitif di bandingkan dengan yang lainnya, apalagi perusahaan yang dapat melampaui kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut (Besterfield, 1999:89).

Kuno Kopi merupakan *Coffee Shop* yang berfokus pada penjualan minuman kopi dan makanan ringan (snack) yang berdiri pada tanggal 1 Februari 2020 dengan sistem penjualan berjenis outlet yang dimana setiap konsumen dapat datang langsung ke outlet untuk membeli produk yang dijual. Kuno Kopi terletak di Jalan Raya Kediri-Nganjuk, Nganjuk. Di sekitar daerah Jalan tersebut bukan hanya Kuno Kopi saja yang membuka Outlet tapi ada banyak pesaing juga. Dengan banyaknya persaingan sangat berpengaruh pada pangsa pasar konsumen, lihat Gambar I. 2.

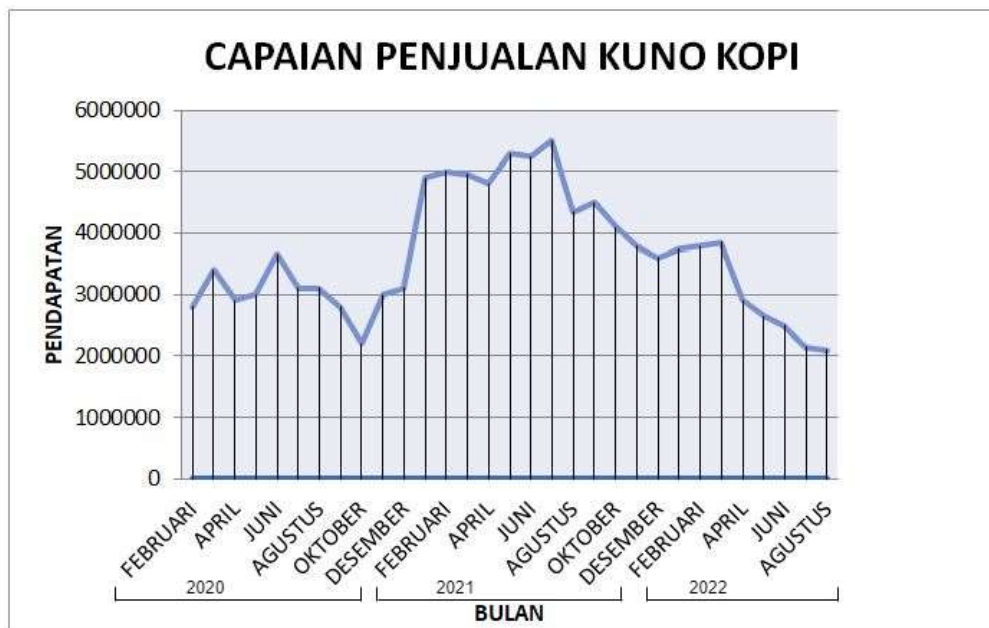


Gambar I. 2 Kompetitor di Daerah Kuno Kopi

(Sumber : www.google.com/maps)

Sejak awal Kuno Kopi berdiri sudah ada tempat kedai kopi yang lain, ada banyak kedai kopi di daerah tersebut sehingga menjadi pesaing Kuno Kopi untuk dapat mengembangkan dan meningkatkan penjualan produknya agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat yang luas.

Penjualan Kuno Kopi menurun beberapa bulan terakhir, tetapi jumlah konsumen pada periode Februari 2020 sampai Desember 2020 mengalami penurunan, lihat Gambar I. 3



Gambar I. 3 Grafik Penjualan Kuno Kopi selama 2 tahun

(Sumber : Data di olah dari laporan penjualan)

Berdasarkan grafik penjualan Kuno Kopi dari bulan Februari 2020 sampai Desember 2022 dapat dilihat bahwa penjualannya cenderung mengalami penurunan dari bulan April hingga bulan Agustus, penjualan meningkat saat bulan Juli dan bulan tersebut sebagai puncak penjualan tertinggi. Peneliti mengambil Kuno Kopi sebagai objeknya karena Kuno Kopi ini baru beridiri 2 tahun lamanya dan bias dikatakan bahwa usaha ini Startup. Peneliti akan melakukan analisis dengan metode Bisnis Model Kanvas karena peneliti menganggap metode ini merupakan cara yang paling tepat untuk melakukan mapping atau gambaran kondisi existing (sekarang) dan present (kedepannya) terhadap sebuah usaha yang sedang berjalan agar bisa naik kelas ke usaha yang lebih baik dengan sembilan elemen terpisah membuat usaha akan lebih terstruktur dari segi apapun.

Pertama, meningkatnya jumlah pesaing yang menawarkan produk kopi sejenis yang membuat persaingan di industri penjualan kopi menjadi semakin ketat, hal tersebut dapat berpengaruh pada tingkat kepercayaan pelanggan dalam menggunakan produk perusahaan, sehingga perlu adanya perancangan strategi baru untuk *value porposition* yang akan diberikan kepada pelanggan agar tetap menggunakan produk perusahaan.

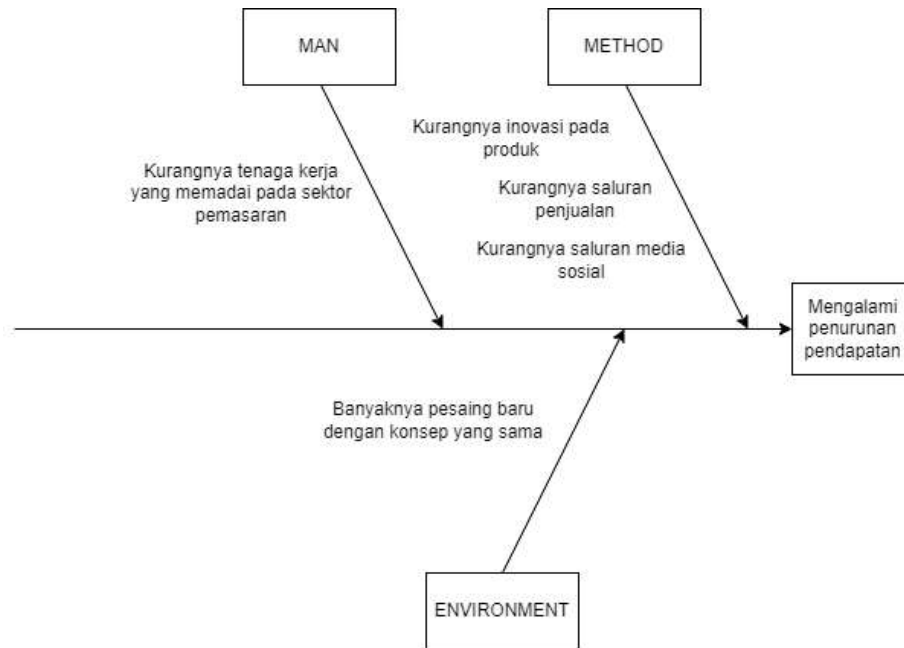
Kedua, Kuno Kopi kurang bisa memanfaatkan peluang pasar yang disebabkan oleh kegiatan promosi dan penjualan yang belum dikelola dengan baik, hal tersebut menunjukkan bahwa *key activities* pada kegiatan promosi dan penjualan yang dilakukan Kuno Kopi belum dilaksanakan dengan baik, kurangnya minat pembeli menjadi alasan mengapa belum Kuno Kopi belum sukses, sehingga mempengaruhi kinerja perusahaan dalam industri perdagangan kopi.

Ketiga, keterbatasan sumber daya yang dimiliki Kuno Kopi yang berakibat pada kegiatan produksi produk perusahaan tidak berjalan dengan baik. Dari ketiga hal utama tersebut menandai bahwa Kuno Kopi memiliki tantangan yang harus dihadapi dalam mengatasi masalahnya terutama dalam persaingan di industri penjualan didaerah tersebut agar dapat mempertahankan eksistensi usahanya dalam menghadapi pesaing lama dan pesaing barunya.

Begitu banyaknya pelaku bisnis dalam bidang makanan dan minuman, maka dari itu Kuno Kopi yang menyebabkan ketatnya persaingan antar pelaku bisnis, perubahan serta inovasi yang beragam dari produk yang diciptakan oleh kompetitor yang berdampak terhadap penjualan serta keuangan dari pelaku bisnis tersebut untuk dapat melihat peluang bisnis bidang makanan dan minuman maka diperlukan analisis tentang peluang yang ada dengan dibantu oleh pendekatan model bisnis yang mutahir dan terkini yang nantinya akan menggambarkan secara jelas tentang elemen-elemen yang terkait peluang yang ada, maka

dibutuhkan suatu perencanaan terkait strategi bisnis yang akan diterapkan ditengah ketatnya persaingan antar pelaku bisnis. Adanya model bisnis diharapkan dapat membantu memecahkan kendala yang dihadapi sehingga mendapatkan model bisnis yang baru.

Analisis identifikasi akar permasalahan pada Kuno Kopi dapat digambarkan dengan menggunakan fishbone diagram, lihat Gambar I. 4



Gambar I. 4 *Fishbone Diagram*

Berdasarkan permasalahan diatas, Kuno Kopi perlu melakukan evaluasi model bisnisnya untuk dapat bersaing di industri penjualan kopi Kabupaten Nganjuk. Evaluasi model bisnis tersebut diharapkan dapat membantu Kuno Kopi dalam menjalankan bisnisnya menjadi lebih baik dari sebelumnya dan diharapkan dapat meningkatkan pendapatan yang signifikan.

I.2 Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi melalui diagram fishbone, berikut merupakan alternatif solusi dari permasalahan tersebut, lihat Tabel I. 1.

Tabel I. 1 Alternatif Solusi

| No | Akar Masalah | Solusi |
|----|--|--------------------------|
| 1 | Kurangnya inovasi pada produk Kurangnya saluran penjualan Kurangnya saluran media sosial | Perancangan Model Bisnis |
| 2 | Kurangnya tenaga kerja yang memadai pada sektor pemasaran | Penambahan Tenaga Kerja |
| 3 | Banyaknya pesaing baru dengan konsep yang sama | Strategi Pemasaran |

I.3 Rumusan Masalah

Perumusan masalah yang didapatkan dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses bisnis yang ada dengan melihat kerangka *Business Model Canvas* eksisting saat ini pada Kuno Kopi?
2. Bagaimana cara melihat potensi perusahaan dengan menggunakan analisis SWOT pada Kuno Kopi?
3. Bagaimana strategi pengembangan model bisnis dari Kuno Kopi?
4. Bagaimana rancangan usulan model bisnis yang sesuai untuk Kuno Kopi dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

I.4 Tujuan Tugas Akhir

1. Untuk memetakan *Business Model Canvas* Kuno Kopi eksisting.
2. Mengidentifikasi potensi usaha dengan analisis SWOT.
3. Merumuskan strategi pengembangan model bisnis pada Kuno Kopi.
4. Memberikan usulan *Business Model Canvas* Kuno Kopi.

I.5 Manfaat Tugas Akhir

1. Membantu Kuno Kopi dalam menganalisa pasar sasaran untuk bisa mengembangkan bisnisnya.

2. Tugas Akhir ini dapat memberikan referensi model bisnis untuk industri sejenis.
3. Dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat mengenai cara untuk mengidentifikasi model bisnis dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

I.6 Batasan Masalah

1. Tugas Akhir ini hanya sampai pada tahap usulan dan tidak sampai pada tahap implementasi.
2. Tugas Akhir ini berfokus pada model bisnis Kuno Kopi.
3. Tugas Akhir ini tidak membahas secara mendetail tentang aspek finansial karena hanya digunakan sebagai data pendukung agar valid.
4. Tugas Akhir ini hanya membahas segmen pelanggan individu karena menjadi segmen pelanggan utama.

I.7 Sistematika Tugas Akhir

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi uraian mengenai latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan seluruh dasar teori yang dapat dipakai untuk pemecahan masalah. Dalam hal ini memuat teori yang berkaitan dengan meningkatkan penjualan dengan metode Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT

BAB III SISTEMATIKA PENYELESAIAN MASALAH

Pada bab ini memuat metologi penelitian yang digunakan untuk melakukan analisis menggunakan data yang dikaji, cara penilaian agar mendapatkan hasil yang meliputi metode pengumpulan data dan alat analisis.

BAB IV PERANCANGAN SISTEM TERINTEGRASI

Pada bab ini berisikan data yang dapat menunjang penelitian dan data tersebut akan diolah sesuai dengan metode yang telah dikonsepsikan pada bab sebelumnya. Selanjutnya data yang telah diolah tadi akan dianalisis untuk mendapatkan suatu solusi perbaikan.

BAB V ANALISA DAN EVALUASI HASIL PERANCANGAN

Pada bab ini akan dilakukan analisis terhadap hasil dari pengolahan data dan usulan perbaikan pada bab sebelumnya. Analisis perbandingan keadaan actual dengan keadaan usulan perbaikan juga akan dijabarkan pada bab ini.

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian serta saran bagi pelaku usaha sebagai solusi perbaikan dan bagi penelitian selanjutnya agar menjadi masukan di masa yang akan datang.