

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan



Gambar 1. 1 Logo Dapur Kopi

Pada Gambar 1.1 logo Dapur Kopi adalah logo hitam putih dengan huruf D dan K di tengah. Huruf K di logo ini dapat diartikan sebagai simbol kopi. Kopi adalah bahan utama yang digunakan di Dapur Kopi, dan huruf K dapat mewakili bentuk biji kopi. Logo ini juga dapat diartikan sebagai simbol dapur. Dapur adalah tempat di mana kopi dibuat, dan logo ini dapat mewakili proses pembuatan kopi.

Dapur Kopi adalah salah satu destinasi untuk menikmati kopi dalam suasana yang nyaman. Tempat ini menghadirkan beragam varian kopi yang berasal secara eksklusif dari petani di wilayah tersebut.

Lokasi Dapur Kopi terletak di Jl. Gn. Sari, Kelurahan Lengkongsari, Kecamatan Tawang, Kota Tasikmalaya. Konsepnya mirip dengan *coffee shop* lainnya di Tasikmalaya, di mana para pengunjung dapat menikmati suasana yang menyenangkan, baik di dalam ruangan maupun di area terbuka seperti alam. Owner Dapur Kopi menyatakan bahwa tempat ini didesain dengan konsep terbuka, yang berarti pengunjung memiliki kesempatan untuk menikmati suasana alam bebas.

Suasana sederhana di tempat tersebut tercipta melalui penggunaan meja dan kursi berdesain minimalis. Adanya tanaman hijau dan rumput menambahkan elemen alami yang meningkatkan kenyamanan saat menikmati kopi di *coffee shop* tersebut. Keberadaan banyak taman juga memberikan pengalaman visual yang memanjakan mata bagi para pengunjung.

Coffee shop ini beroperasi setiap hari mulai dari pagi hingga malam, dengan waktu penutupan pada pukul 22.00 atau 23.00. Mereka menawarkan beragam varian kopi signature, termasuk yang terkenal seperti Creamy Bunny, yang diracik dengan gaya khas Dapur Kopi. Selain itu, pilihan menu mocktail seperti Spirit Purple juga tersedia, bersama dengan kreasi khusus lainnya dari Dapur Kopi.

1.1.2 Produk Perusahaan

Dapur Kopi adalah merupakan sebuah tempat kopi dan makan yang berada di Tasikmalaya. Dapur Kopi ini menyediakan berbagai menu jajanan, kopi dan minuman yang dibanderol dengan harga yang cukup murah. Berikut beberapa produk atau menu yang dijual oleh Dapur kopi beserta harganya.

Tabel 1. 1 Produk Dapur Kopi

<i>Espresso Based</i>		
	Nama Menu	Harga
1.	Espresso	Rp.10.000
2.	Americano	Rp.13.000
3.	Es Kopi Susu	Rp.19.000
4.	Cafe Latte	Rp.19.000
5.	Cappuccino	Rp.19.000
6.	Almond Latte	Rp.21.000
7.	Caramel Latte	Rp.21.000
8.	Vanilla Latte	Rp.21.000
9.	Mochaccino	Rp.22.000
<i>Non-Coffee</i>		
	Nama Menu	Harga

10.	Matcha Latte	Rp.20.000
11.	Red Velvet	Rp.20.000
12.	Choco Latte	Rp.20.000
13.	Strawberry Milkshake	Rp.15.000
14.	Vanilla Milkshake	Rp.15.000
15.	Moka Milkshake	Rp.15.000
16.	Orange Milkshake	Rp.15.000
17.	Strawberry Squash	Rp.15.000
18.	Orange Squash	Rp.15.000
19.	Lychee Squash	Rp.15.000
20.	Lemon Tea	Rp.10.000
21.	Mojito (Strawberry- Lychee-Lemon)	Rp.18.000
<i>Mocktail</i>		
	Nama Menu	Harga
22.	Santana	Rp.23.000
23.	Sparkling Sunset	Rp.23.000
24.	Peach Perfect	Rp.23.000
25.	Spirit Purple	Rp.23.000
26.	Pink Cloudy	Rp.23.000
<i>Manual Brew</i>		
	Nama Menu	Harga
27.	V60	Rp.20.000
28.	Aeropress	Rp.20.000
29.	Flat Bottom	Rp.20.000
30.	Vietnam Drip	Rp.20.000
31.	Tubruk	Rp.20.000
<i>Signature</i>		
	Nama Menu	Harga
32.	Creamy Bunny	Rp.23.000

33.	Bloody Sunday	Rp.23.000
34.	Blueberry Faygo	Rp.23.000
35.	Tornado Brush	Rp.20.000
36.	No Name	Rp.20.000
37.	Sky Living	Rp.20.000
38.	Hyuga Lychee	Rp.20.000

1.1.1.1 Visi dan Misi

a. Visi

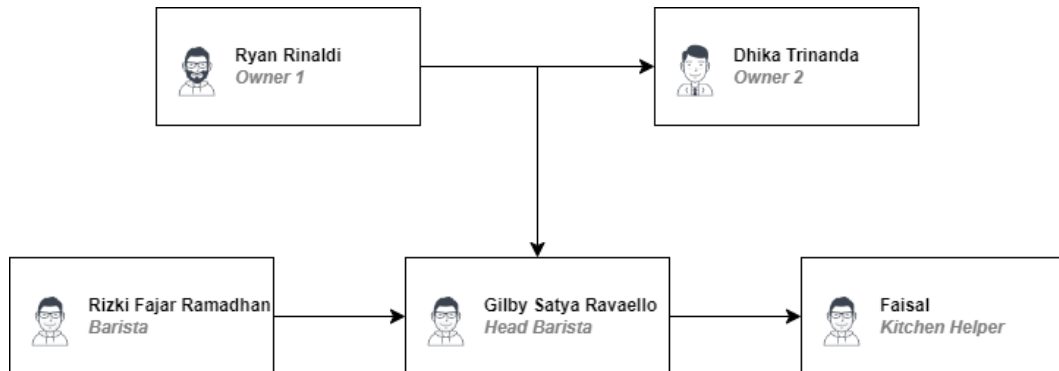
Menciptakan kualitas kopi lokal dengan sebuah konsep dapur kopi yang eksklusif dan inovatif.

b. Misi

- Menyediakan rangkaian menu kopi eksklusif yang berasal dari petani kopi lokal Tasikmalaya, dengan memperhatikan kualitas dan keberlanjutan.
- Mengembangkan dan menerapkan konsep dapur kopi yang inovatif
- Menciptakan lingkungan yang terbuka dan inklusif di Dapur Kopi, memungkinkan berbagai kalangan untuk menghargai keunikan budaya kopi lokal.

1.1.1.2 Struktur Organisasi

Berikut susunan struktur organisasi pada Dapur Kopi :



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Dapur Kopi

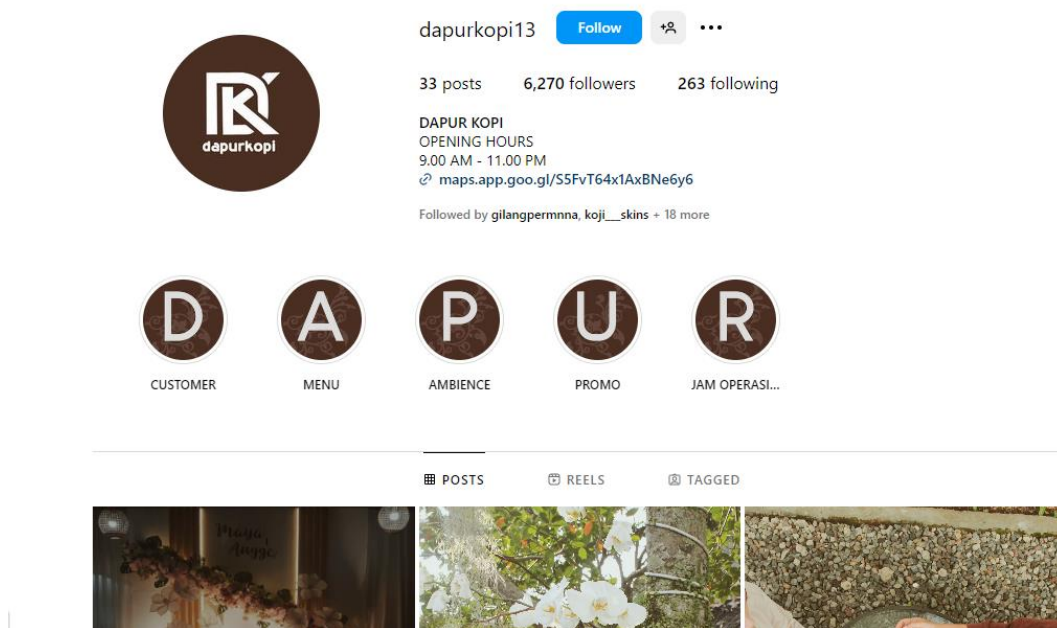
Dalam melaksanakan kepengurusannya Dapur Kopi memiliki dua pemilik, yaitu Ryan Rinaldi dan Dhika Trinanda. Di bawah mereka, Ilfan bertindak sebagai kepala barista yang mengawasi operasional kopi, sementara Imam bertugas sebagai barista. Faisal bertanggung jawab sebagai *kitchen helper* dalam menunjang kegiatan operasional di Dapur Kopi tersebut.

1.1.1.3 Media Sosial

Media sosial Dapur Kopi saat ini sangat jarang digunakan, yang terlihat dari minimnya frekuensi postingan, dan kurangnya konten baru yang menarik. Akibatnya, kehadiran online Dapur Kopi menjadi kurang optimal, sehingga peluang untuk menjangkau dan berinteraksi dengan pelanggan potensial tidak dimanfaatkan sepenuhnya.

Dapur Kopi hanya memiliki akun social media Instagram dengan 6.270 pengikut, dan postingan terakhir dilakukan pada 15 Maret 2022. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun jumlah pengikut sudah cukup signifikan, aktivitas di akun Instagram tersebut sangat jarang, yang dapat berdampak pada keterlibatan dan visibilitas merek.

Minimnya pembaruan konten dapat menyebabkan pengikut kehilangan minat dan mengurangi peluang untuk menjangkau audiens baru.



Gambar 1.3 Instagram Dapur Kopi

1.2 Latar Belakang Penelitian

Di era globalisasi, pengusaha dihadapkan pada tuntutan untuk terus meningkatkan kreativitas dan inovasi agar tetap kompetitif, khususnya di industri ritel seperti coffee shop. Kedai kopi telah menjadi tren yang menarik minat masyarakat di berbagai kota di Indonesia, termasuk di Kota Tasikmalaya. Menurut Adiwaluyo (2016) dalam Muhammad Ainun Nasihin et al. (2020) *coffee shop* di Indonesia dimiliki tidak hanya oleh pengusaha kopi individu tetapi juga oleh perusahaan besar.

Pertumbuhan pesat coffee shop di Tasikmalaya yang menawarkan produk dan lokasi serupa menunjukkan pentingnya strategi bisnis yang unik dan inovatif. Dalam menghadapi persaingan, Dapur Kopi perlu mengembangkan strategi yang cerdas untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Pendekatan Business Model

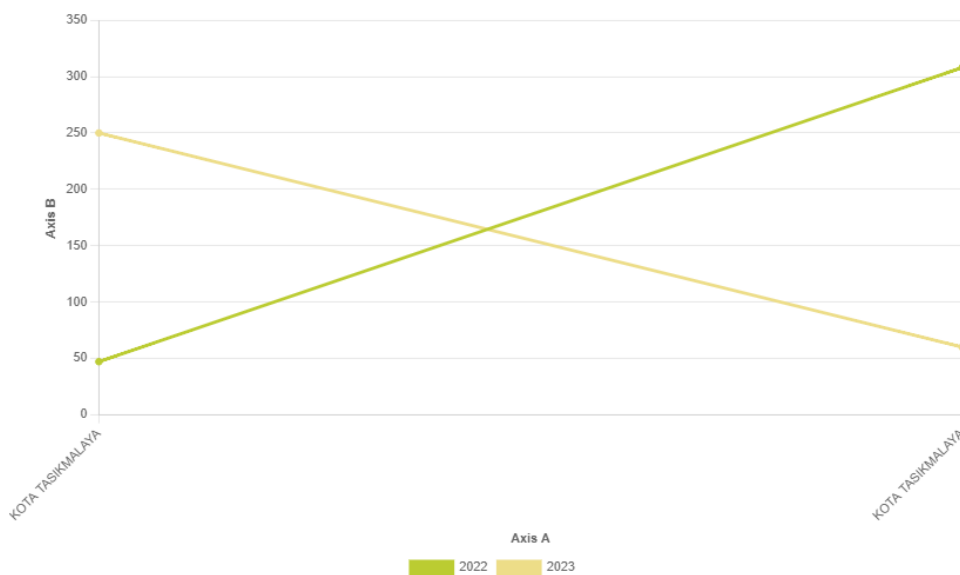
Canvas (BMC) dan Analisis SWOT dapat menjadi alat yang efektif dalam mengembangkan strategi bisnis.

Business Model Canvas merupakan sebuah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana sebuah organisasi atau perusahaan menciptakan, menyerahkan dan menangkap suatu nilai (Osterwalder & Pigneur, 2012). Model bisnis ini direpresentasikan melalui sembilan elemen dasar yang menggambarkan cara sebuah perusahaan merencanakan untuk menghasilkan pendapatan. Kesembilan elemen tersebut mencakup segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan dengan pelanggan, sumber pendapatan, sumber daya kunci, kegiatan kunci, kemitraan kunci, dan struktur biaya. Dengan merinci setiap elemen ini, perusahaan dapat memahami logika di balik strategi mereka untuk mencapai keberhasilan finansial.

Analisis SWOT adalah identifikasi berbagai factor secara sistematis untuk merumuskan strategi perusahaan, analisis ini didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) dan peluang (*opportunities*), namun secara bersamaan dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*) (Rangkuti, 2014). Analisis ini didasarkan pada prinsip bahwa strategi yang efektif akan memanfaatkan kekuatan dan peluang yang ada, sambil mengurangi kelemahan dan menghadapi ancaman.

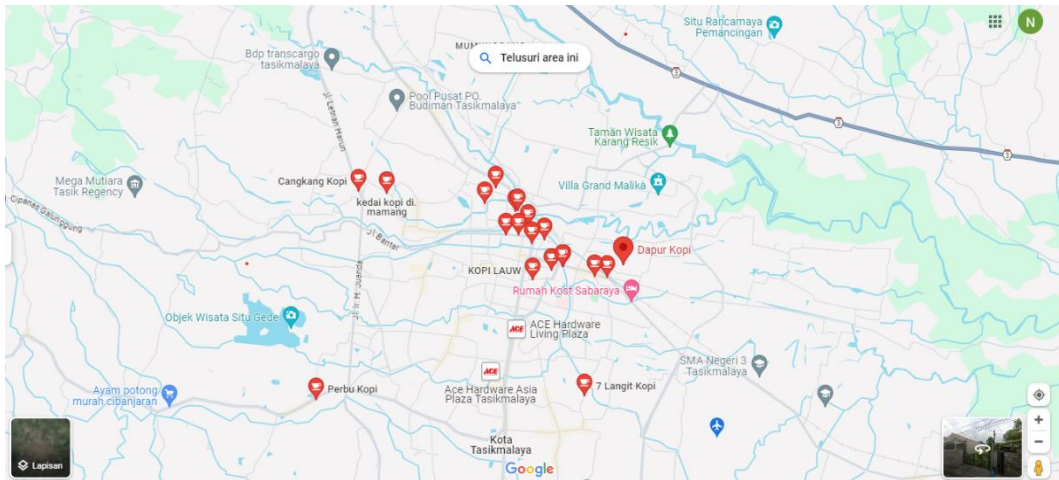
Pengembangan usaha adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk meningkatkan daya saing dan meraih pangsa pasar yang lebih luas. Pengembangan usaha ini penting dilakukan, terutama di era globalisasi yang semakin kompetitif (Yuliaty et al., 2020). Dalam persaingan dunia usaha yang kini semakin kompetitif, menjadikan para pelaku usaha terus berinovasi dan berkreatifitas dalam mengembangkan serta mempertahankan bisnis mereka untuk bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada (Malau, 2017). Inovasi model bisnis sangat penting untuk keberhasilan sebuah perusahaan dan dapat menciptakan nilai baru bagi perusahaan dan para pemangku kepentingannya dengan mengubah batas pasar yang ada dan mengembangkan pasar baru (Chesbrough, 2010). Strategi inovasi produk melalui Model Bisnis Kanvas membantu UKM di Indonesia

mengidentifikasi peluang pasar baru dan mengoptimalkan sumber daya untuk menciptakan nilai tambah" (Riyadi & Setiawan, 2018). Ancaman dari kompetitor dapat membahayakan keberlangsungan bisnis. Hal ini karena apabila kompetitor dapat berinovasi lebih dari bisnis kita, maka bisnis kita akan kalah bersaing. Oleh karena itu, penting untuk memperkuat pengetahuan tentang bisnis yang sedang kita jalani agar dapat mengantisipasi berbagai macam masalah yang akan terjadi.



Gambar 1.4 Grafik Jumlah *Coffee shop* Di Tasikmalaya

Sumber : Open Data Kota Tasikmalaya



Gambar 1.5 *Maps Coffeeshop* Yang Ada di Kota Tasikmalaya

Sumber : Google Maps

Pada gambar 1.4. Grafik ini bisa diinterpretasikan sebagai peningkatan jumlah *coffee shop* di Kota Tasikmalaya pada tahun 2023, yang sebelumnya lebih sedikit pada tahun 2022. Peningkatan ini menunjukkan bahwa semakin banyak pemain yang masuk ke dalam industri ini, yang otomatis meningkatkan tingkat persaingan. Pada Gambar 1.5. Peta tersebut menunjukkan konsentrasi berbagai coffeeshop yang telah bermunculan di wilayah Tasikmalaya dan sekitarnya. Banyaknya titik merah yang menandai lokasi coffeeshop di area ini menggambarkan pertumbuhan pesat industri kedai kopi di kota tersebut. Di tengah persaingan yang semakin ketat, Dengan semakin banyaknya coffee shop di Kota Tasikmalaya, Dapur Kopi perlu beradaptasi dengan menciptakan strategi bisnis yang lebih inovatif dan unik untuk mempertahankan pangsa pasarnya. Penggunaan Business Model Canvas (BMC) dan Analisis SWOT dapat membantu Dapur Kopi dalam mengidentifikasi elemen-elemen yang perlu ditingkatkan dan mengembangkan strategi baru yang dapat memenangkan persaingan.

Selain BMC dan SWOT, analisis industri yang mendalam dapat memberikan wawasan berharga dalam merumuskan strategi bisnis. Salah satu alat analisis industri yang penting adalah Model 5 Forces oleh Michael Porter, yang mengevaluasi lima kekuatan utama yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam industri. Selain itu, analisis PESTEL (Politik, Ekonomi, Sosial, Teknologi, Lingkungan, dan Legal) juga penting untuk memahami faktor-faktor eksternal yang

dapat mempengaruhi operasional dan strategi bisnis. Dengan menggunakan BMC, SWOT, serta analisis 5 Forces dan PESTEL, Dapur Kopi dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada serta merumuskan strategi yang efektif untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat di industri coffee shop.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis mendalam terhadap model bisnis Dapur Kopi di Kota Tasikmalaya, dengan fokus pada pengembangan strategi yang dapat meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis di tengah persaingan industri yang ketat.

1.3 Perumusan Masalah

Memahami model bisnis yang sedang berjalan memungkinkan perusahaan untuk mengidentifikasi kelebihan dan kelemahan dalam operasi mereka, serta menemukan peluang-peluang perbaikan dan inovasi di masa mendatang.

Berdasarkan uraian diatas permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana Dapur Kopi mengoperasikan model bisnisnya saat ini dengan menggunakan *Business Model Canvas*?
2. Bagaimana Analisis SWOT yang dilakukan berdasarkan kesembilan aspek yang ada dalam *Business Model Canvas* Dapur Kopi?
3. Bagaimana model bisnis yang direkomendasikan untuk meningkatkan performa Dapur Kopi?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang disebutkan diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi dan menganalisis model bisnis yang sedang diterapkan oleh Dapur Kopi dengan menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Melakukan analisis SWOT berdasarkan kesembilan blok elemen dalam *Business Model Canvas* untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi oleh Dapur Kopi.

3. Merumuskan rekomendasi model bisnis baru berdasarkan temuan dari analisis *Business Model Canvas* dan SWOT. Rekomendasi ini diharapkan dapat membantu Dapur Kopi meningkatkan daya saing, efisiensi operasional, serta pendapatan bisnisnya di masa mendatang.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini memberikan manfaat bagi penulis dengan menambah wawasan, serta diharapkan dapat menjadi acuan penting dalam merancang strategi bisnis dengan memahami kekuatan dan kelemahan internal, serta peluang dan ancaman eksternal melalui pemanfaatan model analisis SWOT dan *Business Model Canvas* (BMC). Dapur Kopi dapat merancang strategi yang memanfaatkan kekuatan internalnya dan mengatasi kelemahannya.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini memberikan manfaat yang dapat memberikan panduan konkret kepada penulis dan pihak terkait dalam mengembangkan strategi bisnis. Penelitian ini juga memberikan landasan bagi pengambilan keputusan yang lebih baik dalam mengelola sumber daya dan mengoptimalkan potensi bisnis, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan mencapai kesuksesan jangka panjang di pasar yang kompetitif.

1.6 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Untuk mempermudah dalam memahami isi penelitian, maka penulis menjabarkan sistematika penulisan yang digunakan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian terkait :

a. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas dan padat yang menggambarkan dengan tepat isi penelitian. Isi bab ini meliputi: Gambaran Umum Objek penelitian, Latar Belakang Penelitian, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir

b. BAB II METODE PENELITIAN

Bab ini berisikan landasan teori untuk penelitian yang memanfaatkan *Business Model Canvas* dan Analisis SWOT, dengan tujuan memberikan pengetahuan tentang teori-teori yang relevan yang dapat dimanfaatkan sebagai landasan teoritis untuk melakukan penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode, dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang dapat menjawab masalah.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini merupakan hasil penelitian yang diuraikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan penelitian, menyajikan hasil penelitian, membahas analisis yang dimulai dengan analisis data, penarikan, dan perbandingan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan, dan menyimpulkan dengan rekomendasi.

e. KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini merupakan bagian dari tugas akhir dan menyajikan kesimpulan studi serta rekomendasi yang dibuat berdasarkan hasil penelitian.