

Analisis Perancangan Model Bisnis Easturn Coffee Dengan Pendekatan Business Model Canvas

Analysis Of Easturn Coffee Business Model Design With Business Model Canvas Approach

Muhamad Abidzar Gathan Falaah¹, Sunu Puguh Hayu Triono²

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

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

Abstrak

Easturn Coffee adalah kafe yang menyediakan tempat yang nyaman untuk menikmati makanan dan minuman. Easturn Coffee terletak di Jalan Cilangkap Baru No.1 Blok B, RT.3/RW.1, Cilangkap, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Kafe ini menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman menarik, pilihan varian kopi yang beragam ditawarkan agar konsumen bisa menikmati cita rasa biji kopi yang berkualitas. Easturn Coffee memiliki permasalahan Utama dalam bisnisnya yakni market size yang tidak besar dan pendapatan yang tidak stabil. Sehingga penulis melakukan penelitian ini dengan tujuan mengetahui strategi bersaing yang diterapkan Easturn Coffee saat ini, menentukan rekomendasi strategi bersaing dan model bisnis yang tepat untuk diterapkan Easturn Coffee agar dapat unggul dalam persaingan. Pada perumusan model bisnis berdasarkan strategi bersaing, analisis yang dilakukan analisis STEEP dan analisis Porter's Five Forces. Wawancara dilakukan kepada pihak internal untuk mendapatkan data penelitian mengenai model bisnis dan kondisi lingkungan bisnis. Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Validasi data menggunakan triangulasi sumber data. Berdasarkan analisis yang telah dilakukan dirumuskan bahwa strategi bersaing yang tepat untuk digunakan oleh Easturn Coffee adalah diferensiasi karena keunggulan kompetitif yang dimiliki dengan kondisi pasar yang kecil. Berdasarkan strategi bersaing diferensiasi dihasilkan rumusan model bisnis baru yang dapat dipertimbangkan Easturn Coffee untuk menjalankan proses bisnisnya.

Kata Kunci-business model canvas, analisis STEEP, Porter's five forces, UMKM

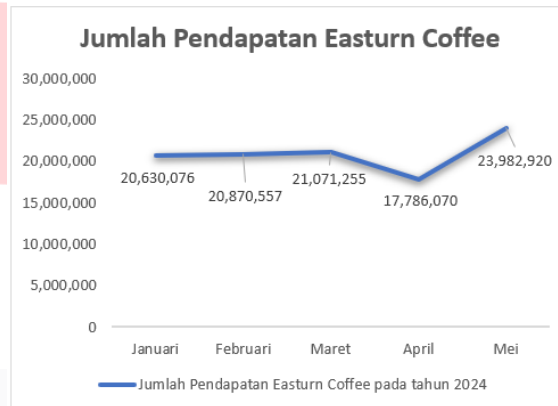
Abstract

Easturn Coffee is a cafe that provides a comfortable place to enjoy food and drinks. Easturn Coffee is located at Jalan Cilangkap Baru No.1 Blok B, RT.3/RW.1, Cilangkap, Kec. Cipayung, East Jakarta City, Special Capital Region of Jakarta. This cafe provides a variety of interesting food and drink choices, a variety of coffee variants are offered so that consumers can enjoy the taste of quality coffee beans. Easturn Coffee has a major problem in its business, namely a small market size and unstable income. So the author conducted this study with the aim of finding out the competitive strategy currently implemented by Easturn Coffee, determining recommendations for competitive strategies and the right business model to be implemented by Easturn Coffee in order to excel in the competition. In formulating a business model based on competitive strategy, the analysis carried out was STEEP analysis and Porter's Five Forces analysis. Interviews were conducted with internal parties to obtain research data on business models and business environmental conditions. The author uses qualitative research methods. Data validation uses triangulation of data sources. Based on the analysis that has been done, it is formulated that the right competitive strategy to be used by Easturn Coffee is differentiation because of the competitive advantage it has with small market conditions. Based on the differentiation competitive strategy, a new business model formulation is produced that Easturn Coffee can consider to run its business processes.

Keywords-business model canvas, STEEP analysis, Porter's five forces, UMKM

I. PENDAHULUAN

Easturn Coffee adalah kafe yang menyediakan tempat yang nyaman untuk menikmati makanan dan minuman. Easturn Coffee terletak di Jalan Cilangkap Baru No.1 Blok B, RT.3/RW.1, Cilangkap, Kec. Cipayung, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Jakarta. Kafe ini menyediakan berbagai pilihan makanan dan minuman menarik, pilihan varian kopi yang beragam ditawarkan agar konsumen bisa menikmati cita rasa biji kopi yang berkualitas. Menu non kopi, makanan ringan, hingga makanan berat juga dijual agar konsumen semakin nyaman berada di kafe ini. Atmosfer hangat juga ditawarkan Easturn Coffee dalam memberikan suasana yang nyaman kepada konsumen. Fasilitas *Wifi* dan stopkontak tersebar di seluruh bagian kafe membuat Easturn Coffee menjadi tempat yang nyaman untuk bekerja, belajar maupun berkumpul.



Gambar 1. Pendapatan Easturn Coffee

Berdasarkan data pendapatan Easturn Coffee pada tahun 2024, dapat dilihat bahwa pendapatan di bulan Januari hingga maret tidak mengalami kenaikan yang signifikan. Sementara itu pada builan April pendapatan Easturn Coffee mengalami penurunan diikuti dengan kenaikan pendapatan pada bulan Mei. Dapat disimpulkan bahwa pendapatan dari Easturn Coffee tidak stabil dan perlu dilakukan penelitian mengenai model bisnis yang digunakan oleh Easturn Coffee. Permasalahan bisnis ini dapat ditinjau menggunakan BMC. Salah satu konsep model bisnis yang banyak diterima dalam literatur manajemen adalah Business Model Canvas (Tricahyono,et al.,2018). Maka dari itu, penelitian ini dilakukan guna mengembangkan strategi bisnis Easturn Coffee dengan mengetahui kondisi lingkungan eksternal, dan internal untuk merekomendasikan strategi terbaik serta banyak hal yang harus diperhatikan dalam proses berkembangnya bisnis kopi. Dalam membuat pengembangan strategi bisnis Easturn Coffee, penulis menggunakan pendekatan Analisis BMC (Business Model Canvas), Analisis STEEP, dan Analisis Porter’s Five Forces. Analisis tersebut untuk mengetahui Business Model Canvas saat ini sebagai bentuk keperluan analisis eksternal (analisis STEEP) dan analisis internal (Porter’s Five Forces), analisis tersebut dilakukan untuk memberikan rekomendasi Business Model Canvas dan Strategi Bersaing yang tepat untuk digunakan oleh Easturn Coffee.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Strategi Bersaing

Strategi bersaing merupakan pengejaran posisi kompetitif yang sukses dalam suatu industri, yang merupakan pengaturan utama persaingan (Porter, 1985, p.1). Ada tiga pendekatan strategi kompetitif yaitu strategi kepemimpinan biaya, strategi diferensiasi dan fokus (Porter, 2002). Competitive Advantage yaitu kemampuan untuk melakukan sesuatu dengan baik sehingga lebih unggul satu melebihi pesaing (John R. Schermerhorn, 2011:209). Market size yaitu ukuran dari potensi pasar suatu produk atau layanan di suatu wilayah atau industri tertentu. Market size sangat penting dalam membuat strategi pemasaran dan bisnis yang efektif. Dengan memahami ukuran pasar, perusahaan dapat menentukan potensi pendapatan dan pangsa pasar yang dapat dicapai, serta mengevaluasi peluang bisnis yang mungkin ada di pasar tersebut (Albi,2023).

B. Model Bisnis

Model bisnis adalah suatu metode dalam melakukan bisnis yang digunakan oleh perusahaan, untuk dapat menghasilkan uang dan mempertahankan bisnisnya. Model bisnis memberikan ringkasan tentang bagaimana perusahaan melayani karyawan dan pelanggannya, yang melibatkan strategi maupun implementasinya (Laurensius Manurung,2010).

C. Business Model Canvas

Business Model Canvas (BMC) merupakan salah satu alat yang bertujuan untuk merancang dan memberi nilai dalam inovasi sebuah model bisnis. Model bisnis yang digambarkan melalui metode kanvas akan lebih mudah bagi para pelaku usaha suatu pembangunan dan pengembangan bisnis atau usaha yang dijalankan (Osterwalder & Pigneur, 2010). Business Model Canvas (BMC) terdiri dari sembilan blok yang masing-masing saling berkaitan satu dengan yang lainnya untuk menciptakan sebuah jenis model bisnis yang dapat memberikan nilai tambah baru dalam setiap blok yang dirancang.

D. STEEP

Analisis STEEP adalah alat yang digunakan untuk menilai faktor eksternal yang mempengaruhi suatu perusahaan. Penting bagi perusahaan untuk mempertimbangkan beberapa faktor eksternal sebelum mengambil keputusan. Analisis STEEP sering dilakukan oleh perusahaan untuk lebih memahami faktor eksternal saat menentukan tren. STEEP mencakup faktor sosial, termasuk faktor-faktor seperti perilaku konsumen, demografi, agama, gaya hidup, nilai-nilai, dan periklanan. Teknologi berfokus pada kemajuan teknologi termasuk inovasi, komunikasi, energi, transportasi, penelitian dan pengembangan, regulasi paten, dan siklus hidup produk. Ekonomi, yaitu kondisi perekonomian yang berkaitan dengan sikap pembelian konsumen. lingkungan mencakup faktor ekosistem seperti air, angin, makanan, tanah, energi, polusi, dan peraturan lingkungan. Faktor politik termasuk perkembangan politik dapat berdampak pada perusahaan seperti pasar keuangan, perdagangan, dan bidang hukum lainnya.

E. Porter's Five Forces

Analisis Five Forces memiliki fokus pada persaingan dan profitabilitas dalam sebuah industri, konsep ini merangkul 5 elemen penting yang mempengaruhi tingkat persaingan dalam suatu industri, yakni ancaman produk pengganti, tingkat persaingan industri, kekuatan tawar-menawar pembeli, kekuatan tawar-menawar pemasok dan hambatan masuk (Tohari,2023)

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Metode penelitian kualitatif dikategorikan sebagai metode baru, metode ini juga disebut sebagai metode interpretive sebab data dari hasil penelitian lebih berkenaan dengan interpretasi terhadap data yang ditemukan di kenyataan (Sugiyono, 2019:25). Penelitian kualitatif menekankan validitas data, yakni kesesuaian antara apa yang dicatat sebagai data dan apa yang sebetulnya terjadi. Hasil penelitian kualitatif lebih menekankan sebuah makna daripada generalisasi sebab tujuan utama penelitian ini mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah manusia dan sosial. Pada penelitian ini diteliti variabel yang tercakup dalam analisis STEEP yaitu faktor Sociocultural, Technological, Economic, Ecological, dan Political-Legal; blok Business Model Canvas yaitu Customer Segment, Value Proposition, Channel, Customer Relationship, Revenue Stream, Key Activities, Key Resources, Key Partners, dan Cost Structure sekaligus menggunakan analisis Porter's Five Forces.

B. Pengumpulan Data

Tahap pengumpulan data memiliki peranan penting dalam penelitian karena menghasilkan data yang diperlukan untuk analisis. Seorang peneliti perlu memahami berbagai teknik pengumpulan data untuk memastikan bahwa data yang terkumpul memenuhi standar yang diharapkan (Sugiyono, 2017). Kualitas pengumpulan data mempengaruhi akurasi hasil penelitian karena teknik yang digunakan dalam pengumpulan data berdampak pada keakuratan data yang akan digunakan dalam analisis (Sugiyono, 2015). Teknik yang digunakan adalah dokumentasi, observasi, dan wawancara. Informan yang digunakan pada penelitian ini dipilih berdasarkan kriteria pemahaman terhadap bisnis secara keseluruhan dan pemahaman terhadap pasar. Wawancara dilakukan kepada tiga informan dari Easturn Coffee yang memiliki pemahaman penuh terhadap proses operasional bisnis.

C. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari sumber data, pada penelitian berasal dari sebuah wawancara, proses tersebut akan mudah dipahami dan temuannya dapat di informasikan kepada khalayak(Sugiyono, 2019). Pada penelitian ini proses analisis data dilakukan dengan model Miles dan Huberman dalam Sugiyono yang dibagi menjadi 4 langkah sebagai berikut :

1. Pengumpulan data

Pada tahap ini pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan dokumentasi. Pengumpulan data dilakukan dengan menjelajah secara umum sehingga hasilnya bisa sangat bervariasi.

2. Reduksi data

Mereduksi data berarti meringkas dan memilih hal-hal yang penting. Setelah melakukan wawancara dan dokumentasi, peneliti mulai memilih data yang telah didapatkan sehingga gambaran pengamatan akan lebih jelas.

3. Penyajian data

Dalam penelitian kualitatif ini, penyajian data bisa dilakukan dalam beberapa bentuk seperti uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Pada penelitian ini nantinya hasil akan berupa transkrip wawancara dengan informan sehingga informasi dapat jelas terbaca dan mudah dipahami.

4. Penarikan kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan data diambil berdasarkan hasil pengolahan data sebelumnya yang sudah diperiksa kebenarannya.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas Saat Ini

Dari hasil wawancara, berikut ini adalah gambaran dan pemetaan Business Model Canvas pada kondisi saat ini:

<p>Key Partners</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasok Biji Kopi 2. Pemasok Bahan baku 3. Pemasok Alat Perawatan 	<p>Key Activities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual produk kepada konsumen 2. Kegiatan pemasaran menggunakan media sosial 3. Menjalin kerja sama dengan mitra bisnis penyedia bahan baku. <p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alat dan bahan baku produksi yang berkualitas 2. Barista bersertifikat 3. Bangunan kafe 	<p>Value Proposition</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan kafe dengan <i>ambience</i> yang nyaman untuk WFC maupun berkumpul bersama teman dengan pelayanan yang baik dan produk makanan serta minuman yang berkualitas sekaligus beragam. 	<p>Customer Relationship</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik secara langsung di kafe maupun melalui media sosial <p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Offline</i>: Penjualan di kafe 2. <i>Online</i>: media sosial (Instagram dan Tiktok) 	<p>Customer Segments</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat <i>Gen Z</i> dengan rentang remaja hingga dewasa. 2. Masyarakat dengan perilaku mengerjakan kepentingannya di kafe.
<p>Cost Structure</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya gaji karyawan 2. Biaya operasional 3. Biaya pemasaran. 		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan produk makanan dan minuman di kafe 		

Gambar 2. Business Model Canvas Saat Ini

B. Analisis STEEP

Analisis lingkungan eksternal dilakukan melalui analisis STEEP yang meliputi aspek Sosio-kultural, Teknologi, Ekonomi, Lingkungan, dan Politik. Setiap aspek memiliki pengaruh terhadap sebuah bisnis termasuk bagi Easturn Coffee yang beroperasi di bidang makanan dan minuman. Berikut penjelasan mengenai keseluruhan aspek STEEP sebagai berikut:

1. Sosio-kultural

Banyak kalangan remaja maupun dewasa yang menggunakan kafe sebagai tempat untuk menyelesaikan tugas sekolah atau pekerjaan kantor, serta sebagai sarana untuk belajar sambil bersantai. Perkembangan perilaku masyarakat mulai menjadikan kafe sebagai tempat untuk melakukan suatu pekerjaan. Tidak hanya sebagai tempat untuk berkumpul bersama teman, namun menjadi fasilitas yang membantu masyarakat untuk melakukan pekerjaannya. Tren tersebut bernama *work from cafe* yang disingkat WFC dimana ketika sebuah pekerjaan tidak harus dikerjakan di kantor sehingga seorang pekerja memilih untuk bekerja di kafe agar tidak merasa bosan sekaligus mendapatkan pengalaman baru dalam bekerja. Selain itu rapat yang identik dilakukan di kantor, dapat dilakukan rapat bersama di kafe mengikuti gaya hidupnya masing-masing. Hal ini dimanfaatkan oleh Jonatan selaku pemilik Easturn Coffee sebagai peluang bisnis untuk menyediakan kafe yang nyaman untuk mengerjakan keperluan mereka dalam melakukan pekerjaannya sekaligus memberikan kualitas produk dan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

2. Teknologi

Perkembangan teknologi di era industri 4.0 telah menjadi pendukung penting dalam peningkatan proses bisnis melalui digitalisasi (Pasaribu et al., 2021). Perkembangan teknologi membantu banyak pekerjaan yang dilakukan oleh manusia agar pekerjaan menjadi lebih tepat dan detil. Hal ini dimanfaatkan oleh Easturn Coffee yang menggunakan perangkat lunak dalam hal pencatatan transaksi setiap harinya dengan tujuan untuk meminimalisir adanya kesalahan pencatatan pada transaksi yang dapat menyebabkan adanya kerugian pada bisnis. Media sosial juga digunakan sebagai saluran pemasaran dan interaksi konsumen dengan Easturn Coffee sekaligus meningkatkan brand awareness dari Easturn Coffee.

3. Ekonomi

Tren ekonomi Indonesia pada pandemi Covid-19 menunjukkan perubahan yang signifikan. Pertumbuhan ekonomi di Indonesia mengalami penurunan yang disebabkan oleh perlambatan produksi, distribusi, dan pemasaran barang dan jasa akibat pandemi. Hal itu juga berpengaruh kepada daya beli masyarakat Indonesia, beruntungnya Easturn Coffee dapat bertahan hingga daya beli kembali meningkat dan membantu Easturn Coffee mendapatkan peningkatan konsumen.

4. Lingkungan

Iklim cuaca di daerah sekitar Easturn Coffee yaitu Cilangkap, Jakarta Timur cenderung panas dan gerah karena terletak di kota dataran rendah yang padat penduduk. Jonatan sebagai pemilik memanfaatkan cuaca yang panas di daerah tersebut dengan cara menyediakan ruangan merokok yang sejuk karena dilengkapi dengan pendingin ruangan. Sehingga konsumen yang perokok dapat dengan nyaman melakukan kegiatannya tanpa perlu merasa gerah. Hal ini juga merupakan keresahan yang dirasakan sang pemilik sendiri ketika mencari kafe dengan *smoking indoor* di Cilangkap namun tidak dapat menemukannya.

5. Politik

Sudah terdapat regulasi pemerintah yang mengatur perizinan untuk berbisnis khususnya di daerah regional Easturn Coffee yaitu Jakarta Timur. Dalam wawancara yang sudah dilakukan, Jonatan selaku pemilik bercerita bahwa pengurusan izin di Jakarta Timur harus dilakukan sedini mungkin saat membuka sebuah bisnis baru karena banyak oknum yang memanfaatkan sebuah bisnis tanpa izin untuk mendapatkan keuntungan berupa tagihan secara ilegal yang dapat merugikan bisnis.

C. Analisis Porter's Five Forces

Analisis ini digunakan untuk menganalisis sebuah bisnis menggunakan faktor eksternal yang dibagi menjadi lima ancaman bisnis yang ada. Setiap ancaman yang diidentifikasi memiliki dampak sendiri terhadap kelangsungan bisnis khususnya pada Easturn Coffee. Berikut penjelasan mengenai lima ancaman pada bisnis antara lain:

1. *Threat of new entrants*

Easturn Coffee adalah bisnis kafe yang menyediakan tempat berupa kafe dengan menu yang beragam, bisnis ini cenderung mudah diikuti karena sudah banyak contoh bisnis yang serupa khususnya di kota-kota besar. Hal ini disebabkan karena berdasarkan kebutuhan modalnya, bisnis kafe dapat dibentuk mulai dari modal rendah hingga tinggi sesuai dengan nilai yang ingin diberikan kepada konsumennya. Pada wawancara dengan Jonatan selaku pemilik

menceritakan ada sebuah ancaman baru ke dalam sektor coffee shop terdapat penjual kopi secara berkeliling seperti Kopi Jago keliling yang berarti konsumen tidak perlu datang ke kafe untuk membeli produk minuman.

2. *Bargaining power of suppliers*

Pada Easturn Coffee, pemasok merupakan aspek penting karena berkaitan dengan proses produksi makanan dan minuman. Jonatan selaku pemilik memerhatikan aspek harga dan kualitas bahan baku yang akan digunakan dalam proses bisnisnya. Harga bahan baku yang ditentukan pemasok juga memengaruhi aspek penentuan harga jual produk pada Easturn Coffee. Pada Easturn Coffee pemasok biji kopi sangat beragam dengan varian jenis biji kopi yang beragam juga sehingga membuat daya tawar pemasok tinggi.

3. *Bargaining power of buyers*

Pada sektor makanan dan minuman, konsumen memiliki kekuatan untuk memengaruhi harga jual yang harus tetap sesuai dengan target pasar dari bisnis tersebut. Hal ini membuat sebuah bisnis harus menyediakan produk dengan kualitas tinggi, harga sesuai pasar, dan pelayanan yang baik. Maka dari itu, kekuatan pembeli sangat penting terhadap daya beli produk dari Easturn Coffee. Perlu dilakukan inovasi produk dengan kualitas yang tinggi namun harga tetap menyesuaikan target pasar yang dituju. Selain itu pemeliharaan bangunan kafe juga penting agar konsumen tetap nyaman dan datang kembali ke Easturn Coffee.

4. *Threat of substitutes*

Easturn Coffee menjual produk makanan dan minuman sehingga memiliki produk pengganti yang beragam karena banyaknya jenis makanan dan minuman yang ditawarkan kepada masyarakat. Namun produk kopi memiliki penikmatnya sendiri sehingga Easturn Coffee harus menyediakan produk kopi yang berkualitas agar konsumen tidak berpaling.

5. *Rivalry among existing competitors*

Keunggulan yang dimiliki Easturn Coffee adalah menyediakan ruangan yang nyaman untuk perokok dilengkapi dengan pendingin ruangan. Selain itu pilihan menu yang ditawarkan juga lengkap yaitu makanan, minuman, dan dessert sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dalam proses pemesanan produk di Easturn Coffee. Namun Easturn Coffee hanya memiliki lahan parkir yang terbatas membuat Easturn Coffee sedikit tidak unggul dibanding dengan kompetitornya yaitu Nameless Coffee yang berada di daerah yang sama dengan keunggulan memiliki tempat dan lahan parkir yang luas .

D. Strategi Bersaing

Strategi bersaing merupakan pengejaran posisi kompetitif yang sukses dalam suatu industri, yang merupakan pengaturan utama persaingan (Porter, 1985, p:1). Menghubungkan bisnis dengan lingkungannya adalah strategi bersaing. Industri di mana bisnis bersaing merupakan komponen penting dari lingkungan perusahaan, meskipun lingkungan yang relevan cukup luas dan mencakup pengaruh sosial dan ekonomi. Berdasarkan hasil dari wawancara kepada pihak internal dari Easturn Coffee mengenai strategi bersaing dengan memerhatikan kedua aspek yaitu Competitive Advantage dan Market size dapat disimpulkan bahwa strategi bersaing yang digunakan pada saat ini adalah strategi Fokus Diferensiasi karena memiliki target pasar yang kecil. Easturn Coffee menyediakan kafe dengan fasilitas Indoor smoking yang berbeda dibanding kafe kompetitor di daerah sekitar dari Easturn Coffee yaitu daerah Cilangkap. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan pendekatan analisis Business Model Canvas, analisis STEEP, dan analisis Porter's Five Forces untuk menghasilkan rumusan strategi bersaing yang dapat dipertimbangkan oleh Easturn Coffee pada proses bisnisnya. Strategi yang tepat untuk diterapkan oleh Easturn Coffee adalah strategi diferensiasi. Hal ini dilakukan untuk menciptakan target konsumen yang lebih besar dan menciptakan keunggulan bersaing dibanding kompetitor karena sudah banyak sekali bisnis pada sektor serupa sehingga perlu adanya upaya untuk menciptakan nilai yang lebih dan berbeda dibanding pesaingnya.

1. Diferensiasi Pelayanan

Meningkatkan cara pelayanan yang berbeda daripada pesaing merupakan hal yang penting dalam menciptakan diferensiasi pelayanan contohnya pemesanan dan pembayaran melalui teknologi qr code untuk memudahkan pemesanan tanpa perlu datang ke kasir. Selain itu Easturn Coffee dapat membuat sistem loyalty dimana konsumen

direkomendasikan datang kembali secara berulang untuk dapat diberikan potongan harga dalam rangka menciptakan customer relationship yang lebih kuat.

2. Diferensiasi Produk

Memberikan pengalaman unik kepada konsumen lewat produk yang ditawarkan dapat dilakukan untuk menarik konsumen baru seperti inovasi produk kopi dengan rasa yang unik memanfaatkan pencampuran bahan yang tepat. Sebelum dijual di kafe, varian produk baru perlu dilakukan proses testing untuk mencocokkan rasa dengan kemauan pasar.

E. Business Model Canvas Usulan

<p>Key Partners</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemasok Biji Kopi 2. Pemasok Bahan baku Pemasok Alat Perawatan 3. Pelaku bisnis jasa (jasa <i>nail art</i>, kursi pijat, dll) 4. Jasa pemesanan makanan dan minuman <i>online</i> 	<p>Key Activities</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menjual produk kepada konsumen 2. Kegiatan pemasaran menggunakan media sosial 3. Menjalni kerja sama dengan mitra bisnis penyedia bahan baku. 4. Menjalni kerja sama dengan pelaku bisnis jasa(jasa <i>nail art</i>, kursi pijat, dll) <p>Key Resources</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Alat dan bahan baku produksi yang berkualitas 2. Barista bersertifikat 3. Bangunan kafe 	<p>Value Proposition</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan kafe dengan <i>ambience</i> yang nyaman untuk WFC maupun berkumpul bersama teman dengan pelayanan yang baik dan produk makanan serta minuman yang berkualitas sekaligus beragam. 2. Inovasi produk makanan dan minuman baru untuk menarik konsumen 3. Penyediaan produk layanan seperti layanan <i>nail art</i>, layanan kursi pijat, dll 	<p>Customer Relationship</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan kepada konsumen dengan baik secara langsung di kafe maupun melalui media sosial 2. Sistem <i>loyalty</i> untuk memperkuat hubungan dengan konsumen. 3. Daftar menu dan Pemesanan menggunakan QR 4. Pemberian promo untuk pemesanan <i>online</i> <p>Channels</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Offline</i>: Penjualan di kafe 2. <i>Online</i>: media sosial (Instagram dan Tiktok) 	<p>Customer Segments</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat <i>Gen Z</i> dengan rentang remaja hingga dewasa. 2. Masyarakat dengan perilaku mengerjakan kepentingannya di kafe.
<p>Cost Structure</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Biaya gaji karyawan 2. Biaya operasional 3. Biaya pemasaran. 4. Biaya kerjasama dengan bisnis jasa 		<p>Revenue Streams</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Penjualan produk makanan dan minuman 		

Gambar 3. Business Model Canvas Usulan

V. KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah dilakukan wawancara dengan informan internal Easturn Coffee mengenai Business Model Canvas, dapat disimpulkan bahwa Easturn Coffee telah berhasil memenuhi 9 blok Business Model Canvas. Selain itu, Easturn Coffee menggunakan strategi Fokus diferensiasi. Hal ini dikonfirmasi owner karena Easturn Coffee memiliki market size yang kecil yang disebabkan oleh lokasi yang kurang strategis dan keterbatasan lahan parkir yang dimiliki oleh Easturn Coffee.

Dari hasil analisis strategi bersaing disimpulkan bahwa strategi bersaing yang tepat untuk diterapkan oleh Easturn Coffee adalah strategi diferensiasi. Hal ini dilakukan untuk menciptakan target konsumen yang lebih besar dan menciptakan keunggulan bersaing dibanding kompetitor karena sudah banyak sekali bisnis pada sektor serupa sehingga perlu adanya upaya untuk menciptakan nilai yang lebih dan berbeda dibanding pesaingnya. Terdapat 2 hal yang perlu ditingkatkan yaitu diferensiasi pelayanan dan diferensiasi produk. Setelah dilakukan analisis pada Business Model Canvas untuk meningkatkan model bisnis dengan pendekatan Analisis PESTEL dan Analisis Porter's Five Forces menghasilkan rumusan Business Model Canvas baru sesuai dengan strategi bersaing usulan yang dapat dipertimbangkan oleh Easturn Coffee dalam mengembangkan bisnisnya.

REFERENSI

Anggreani, Tuti Fitri. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi SWOT: Strategi Pengembangan SDM, Strategi Bisnis dan Strategi MSDM. 2(5). <https://dinastirev.org/JEMSI/article/view/588>

Arifudin, O. (2021, January 21). MANAJEMEN STRATEGIK TEORI DAN IMPLEMENTASI. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/RV5TY>

Budiarto, R. (2015). Pengembangan UMKM Antara Konseptual dan Pengalaman Praktis (pertama). Gajah Mada University Press.

- Dihni, Vika Azkiya. (2022, Juni 20). Jumlah Usaha Penyedia Makanan & Minuman di DKI Jakarta Terbanyak se-Indonesia.
- Musika, Yoga A. (2023, Desember 10). Data Konsumsi Kopi di Indonesia 2023 Referensi Bisnis. Ottencoffee. <https://ottencoffee.co.id/majalah/data-konsumsi-kopi-di-indonesia-tahun-2023>
- Nurhasinah, Yuli. (2023, Juli). Produksi Kopi Indonesia 2017-2022. Indonesiabaik.id. <https://indonesiabaik.id/infografis/produksi-kopi-indonesia2017-2022>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y.(2010). Business Model Generation, Hoboken, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Pasaribu, R.D., Anggadwita, G., Hendayani, R., Kotjoprayudi, R.B., & Apiani, D.I.N. (2021). Implementation of Business Process Reengineering (BPR): Case study of official trip procedures in higher education institutions. Journal of Industrial Engineering and Management, 14(3), 622-644.
- Prasetio, A. et al. (2022) 'The role of Instagram social media marketing activities and Brand Equity Towards Airlines Customer response', International Journal of Data and Network Science, 6(4), pp. 1195–1200.
- Rahayu, alina Meilinawati., Noorman, Safrina., & Fakhrunnisa, Ritma. (2019). Kopi Priangan : Pengukuhan Identitas Melalui Budaya Ngopi Dan Bermedsos. UNPAD.
- Rinaldi, Banu. (2022, Agustus 31). Potensi Ekspor Produk Kopi. UKMIndonesia. https://ukmindonesia.id/baca-deskripsi-posts/potensi-ekspor-produk-kopi#google_vignette
- Rizaty, Monavia Ayu. (2023, Januari 6). Jumlah Penduduk Jakarta Capai 10,64 Juta Jiwa pada 2022. DataIndonesia.id. <https://dataIndonesia.id/varia/detail/jumlah-penduduk-jakarta-capai-1064-juta-jiwa-pada-2022>
- Sudrartono, Tiris, et al (2022). KEWIRAUSAHAAN UMKM DI ERA DIGITAL.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Suryana, A.T. and Burhanuddin, B. (2021) 'Pengaruh kompetensi Kewirausahaan Terhadap Kinerja Usaha UMKM Kopi: Sebuah Tinjauan teoritis Dan Empiris', Jurnal AGRISEP Kajian Masalah Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis, 20(01), pp. 117–128. doi:10.31186/agrisep.20.01.117-128.
- Tricahyono, D. et al. (2018) 'The role of Business Incubator on cultivating innovation on start-ups: The case study of bandung techno park (btp) Indonesia', International Journal of Engineering & Technology, 7(2.29), p. 226.
- Triono, Sunu. (2019). ANALISIS TEKNOLOGI, ORGANISASIONAL DAN LINGKUNGAN TERHADAP ADOPSI TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI PADA UMKM DI KOTA BANDUNG. JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen. 9. 1-14. 10.34010/jurisma.v9i1.1456.
- Tohari, N. (2023). Analisis Persaingan UMKM Coffe Shop Kabupaten Jember dengan Analysis Five Poerters Pasca Pandemi Covid-19, INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research Volume 3 Nomor 4 Page 4530-4546