

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

1.1.1 Profil Perusahaan



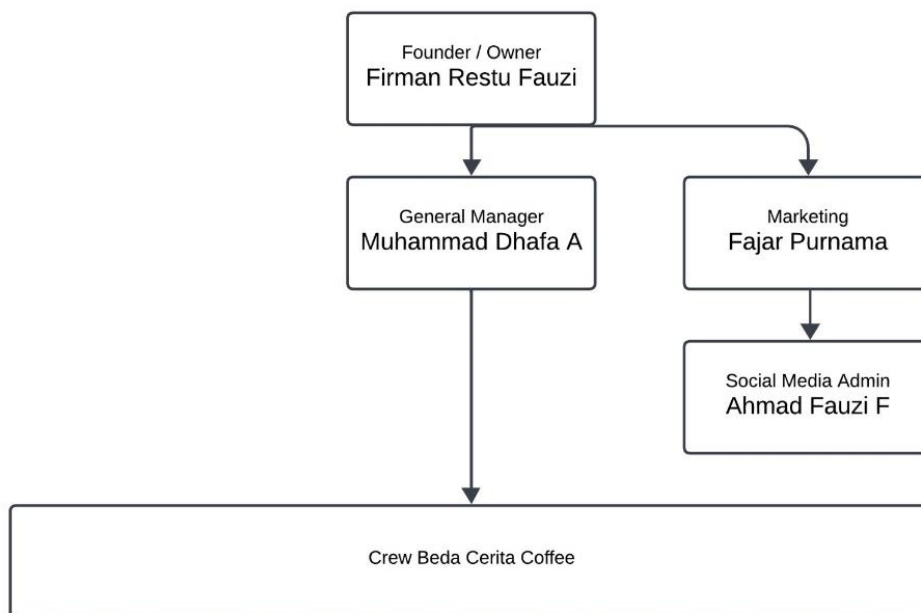
Gambar 1. 1 Logo Perusahaan

Sumber: Pihak Internal Beda Cerita Coffee (2024)

Beda Cerita Coffee merupakan sebuah *coffee shop* yang berada di Kabupaten Bandung yang didirikan oleh Firman Restu Fauzi pada tanggal 29 Juni 2019. Beda Cerita Coffee beralamat pada Jalan Mandalaraya No. 40, Mandalamekar, Cimeunyan, Kabupaten Bandung. Pada tahun 2019, awal perusahaan ini dimulai dengan pendirian sebuah kedai kopi yang terletak di sebidang tanah yang relatif kecil. Pada tahun 2020, kedai kopi ini pindah tempat operasi ke lahan yang lebih luas, sehingga menimbulkan ruang untuk kemajuan lebih lanjut. Pada tahun 2021, organisasi memutuskan untuk beralih ke perusahaan yang lebih besar dengan konsep Industrial, yang terdiri dari empat tingkatan rantai.

Logo Beda Cerita Coffee yang dapat terlihat pada Gambar 1.1, logo ini mewujudkan konsep filosofis di mana lambang *bubble chat*, terletak di huruf “D”, bukan hanya sekedar desain visual belaka. Dari huruf “D” tersebut menyimbolkan dari interaksi dan percakapan antar manusia yang ada pada *coffee shop* ini. *Bubble*

chat tersebut menjadi metafora yang mengungkapkan keberagaman ide, pandangan, dan emosi yang saling berbaur, menciptakan atmosfer komunikatif yang hangat dan inklusif. Tempat ini menarik para konsumen terutama anak-anak muda, karena lokasinya yang terletak di kawasan pegunungan yang akan membuat pengalaman minum kopi yang memanjakan mata dengan pemandangan alam yang memukau. Pada siang hari, suasana udara yang sejuk semakin menambah keindahan tempat ini, memberikan pengalaman yang menyegarkan bagi para pengunjung. Namun, daya tarik tempat ini tak berhenti di sana, saat malam tiba, pesona kota Bandung terpancar dalam gemerlap *city lights* yang memikat dan megahnya pemandangan senja matahari terbenam, menawarkan pengalaman yang tak terlupakan.



Gambar 1. 2 Struktur Organisasi Beda Cerita Coffee

Sumber: Pihak Internal Beda Cerita Coffee (2024)

Beda Cerita Coffee sendiri memiliki visi untuk menjadi tempat yang menyambut, ramah, dan inspiratif bagi semua pelanggan Beda Cerita Coffee. Beda Cerita Coffee ingin menciptakan pengalaman yang memanjakan lidah

dengan sajian kopi dan makanan yang berkualitas, serta memberikan suasana yang menyenangkan dan santai bagi setiap pengunjung. Serta misi Beda Cerita Coffee yaitu:

1. Beda Cerita Coffee berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan terbaik dan teknik pembuatan yang tepat guna menciptakan produk-produk yang berkualitas dan memuaskan bagi pelanggan kami.
2. Beda Cerita Coffee ingin menciptakan suasana yang menyenangkan, santai, dan ramah bagi pelanggan, di mana mereka bisa bersantai, berbincang-bincang, atau bekerja dengan nyaman.
3. Beda Cerita Coffee berusaha untuk menjadi ramah lingkungan dengan memilih bahan-bahan yang berkelanjutan, mendukung petani lokal, dan mengurangi limbah plastik dengan menggunakan wadah ramah lingkungan.
4. Beda Cerita Coffee berkomitmen untuk memberikan pelayanan yang ramah, cepat, dan profesional kepada setiap pelanggan, sehingga mereka merasa dihargai dan dilayani dengan baik setiap kali berkunjung ke Beda Cerita Coffee.
5. Beda Cerita Coffee ingin menjadi tempat yang tidak hanya menyajikan kopi dan makanan, tetapi juga menjadi pusat komunitas di lingkungan, dengan mengadakan acara-acara atau kerja sama dengan organisasi lokal untuk memperkuat ikatan antar warga.

1.1.2 Produk Beda Cerita Coffee

Beda Cerita Coffee memiliki varian menu yang beragam dimana minuman dibagi menjadi lima jenis yaitu *signature coffee*, *espresso based*, *milk based*, *untold stories*, dan *past bedtime* dan untuk makanan dibagi menjadi dua jenis yaitu *light bites* dan *meals*. Beragamnya varian menu yang dimiliki Beda Cerita Coffee ini menjadikan nilai lebih tersendiri yang memudahkan pelanggan untuk memilih sesuai keinginan mereka.

Signature Coffee

Cerita 1.0 * 22 / 23

Signature Coffee with Fresh Milk.

Kesan Pertama 23

Signature Coffee, Fresh Milk, & Ice Cream.

Monolog ^{NEW!} 20

Signature Cold Brew Coffee with Fresh Milk.

Espresso Based

Americano 17 / 18

Capuccino 19 / 20

Latte 19 / 20

Affogato 21

Bittersweet 25

Add-On

Simple Syrup / Palm Sugar
Ice Cream

3K
5K

Extra Shoot
Mineral Water

5K
9K



Gambar 1. 3 Produk Signature Coffee dan Espresso Based

Sumber: bedaceritacoffee.com (2024)

Milk Based

Chocolate * **22 / 23**

Plain Chocolate with Fresh Milk. (free Ice Cream)

Matcha * **22 / 23**

Pure Matcha with Fresh Milk. (free Ice Cream)

Red Velvet **21 / 22**

Red Velvet with Fresh Milk. (free Ice Cream)

Kelabu **21 / 22**

Charcoal, Fresh Milk, and Palm Sugar.

Cookies n' Cream **25**

Sweet Cookies with Fresh Milk and Ice Cream.

Matchagato **22**

3 Scoop of Ice Cream with Matcha.



Gambar 1. 4 Produk Milk Based

Sumber: *bedaceritacoffee.com* (2024)

Untold Stories ^{NEW!}

A new mocktail to be told:

Ambrosia 27

Cranberries Juice, Pineapple, Mix Berries.

Spirit 21

Cold Brew, Cranberries Juice, Mint, Lychee.

Story Teller 25

Cold Brew, Caramel, Mint.

Summit Splash 23

Grape, Pineapple, Mint.

Sunburst 21

Apple Juice, Cranberries Juice, Mix Berries.



Past Bedtime

Coffee Mocktail with:

Wild Grape	24
Pineapple	24
Mix Berries	24

Gambar 1. 5 Produk Untold Stories dan Past Bedtime

Sumber: bedaceritacoffee.com (2024)



Light Bites

Banana Roll *	19	Cireng Bumbu	16
Cookies	12	Dimsum Kukus	19
Mini Pau	19	French Fries	21 / 23
Croissant	17	<small>w/ sausages</small>	
Danish	19	Garlic Bread	12
		Tahu Cabai Garam *	19

Gambar 1. 6 Produk *Light Bites*

Sumber: bedaceritacoffee.com (2024)

Meals

Bakso Goreng Chili Oil	21
Brownies with Ice Cream	23
Spaghetti Aglio e Olio ^{NEW!}	28
Spaghetti Brulee	28
Spaghetti Carbonara ^{NEW!}	28
Rice Chicken Katsu *	31
Rice Chicken Teriyaki	31
Nasi Goreng	31
<small>Bakso Beef Cocktail Chicken</small>	

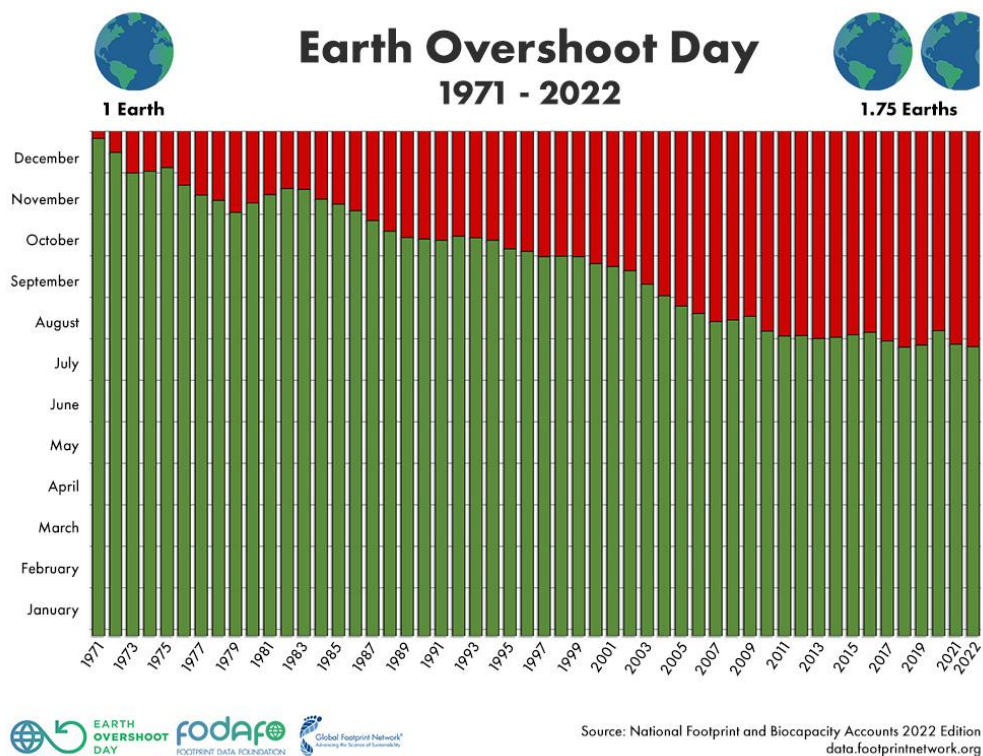


Gambar 1. 7 Produk Meals

Sumber: bedaceritacoffee.com (2024)

1.2 Latar Belakang Penelitian

Isu lingkungan seperti pemanasan global, polusi, dan kerusakan ekosistem telah menjadi perhatian utama bagi masyarakat dan bisnis dalam beberapa dekade terakhir. Hal ini disebabkan dampaknya yang signifikan terhadap keberlanjutan planet ini. Menurut Global Footprint Network, sampai tahun 2022 manusia telah mengonsumsi sumber daya alam 1,75 kali dari kapasitas yang mampu dihasilkan bumi dalam satu tahun. Artinya diperlukan 1,75 bumi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi manusia secara berkelanjutan.



Gambar 1. 8 Grafik *Earth Overshoot Day*

Sumber: Global Footprint Network (2023)

Setiap tahun, Global Footprint Network berusaha untuk meningkatkan kesadaran mengenai transendensi keterbatasan ekologi global melalui kampanye *Earth Overshoot Day*, yang mengumpulkan pengakuan media internasional. *Earth*

Overshoot Day adalah hari yang ditentukan di mana seluruh umat manusia, termasuk diri kita sendiri, melampaui kapasitas bumi untuk mengisi kembali sumber daya alamnya dalam jangka waktu tahunan.

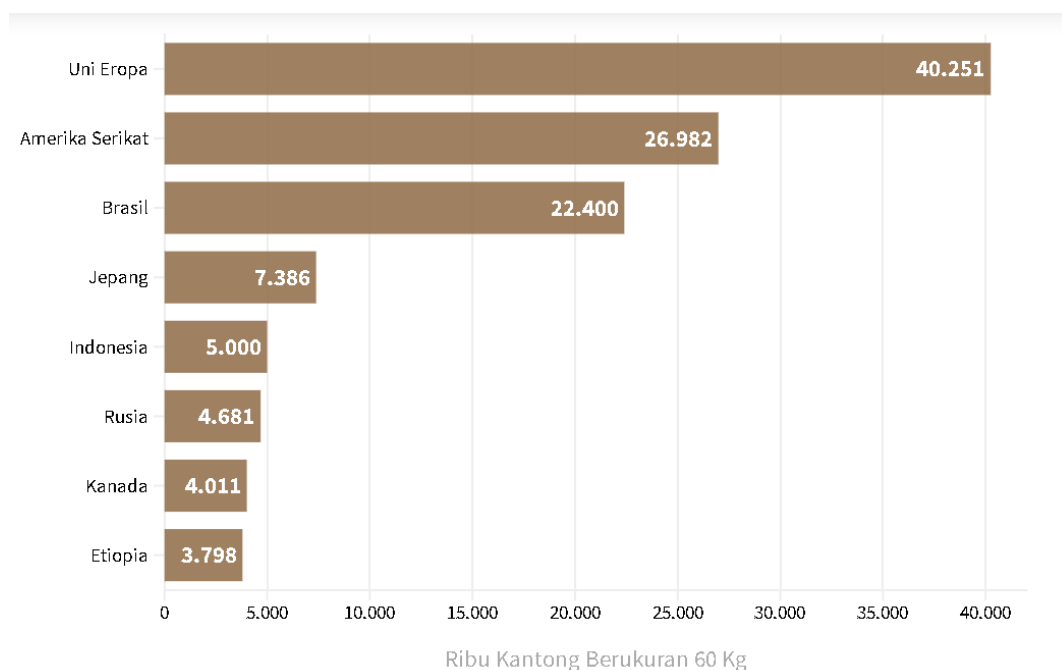
Lalu Laporan IPCC 2018 menyebutkan bahwa emisi gas rumah kaca telah menyebabkan peningkatan suhu global sebesar 1°C di atas era pra-industri. Jika emisi terus meningkat, diproyeksikan suhu bumi akan naik hingga 1,5°C pada tahun 2030-2052 (ipcc.ch, 2019). Dan World Wild Life mencatatkan sekitar 35% emisi CO₂ global dan sepertiga dari konsumsi sumber daya alam disebabkan oleh aktivitas korporasi (worldwildlife.org, 2018).

Dalam konteks ini sektor bisnis khususnya industri makanan dan minuman memiliki peran penting dalam mengatasi masalah lingkungan ini. Kegiatan operasional bisnis sering kali berkontribusi terhadap emisi karbon, limbah, dan kerusakan lingkungan. Oleh karena itu, cara bisnis beroperasi perlu diubah menuju model yang lebih ramah lingkungan dan berkelanjutan. Konsep bisnis berkelanjutan (*sustainable business*) muncul sebagai respons atas isu lingkungan ini. Bisnis berkelanjutan adalah model bisnis yang secara proaktif meminimalkan dampak negatifnya terhadap lingkungan dan masyarakat, serta beroperasi dengan cara yang etis dan berkontribusi positif dalam jangka panjang. Beberapa strategi bisnis berkelanjutan antara lain penggunaan energi terbarukan, efisiensi dan daur ulang sumber daya, *green product design*, *paperless office*, dan lain-lain. Bisnis yang menerapkan strategi ini diyakini akan lebih *sustainable* dan berdaya saing di masa depan.

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor bisnis yang perlu strategi berkelanjutan. Industri makanan dan minuman juga merupakan sektor bisnis penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dikarenakan makanan dan minuman merupakan kebutuhan pokok masyarakat yang harus terpenuhi setiap harinya. Selain itu, industri ini juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi jutaan orang di Indonesia. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, sektor industri makanan dan minuman menyumbang sekitar

38,35% dari total Produk Domestik Bruto (PDB) industri non-migas di Indonesia (databoks.katadata.co.id, 2023).

Bisnis *coffee shop* adalah salah satu yang termasuk dalam industri makanan dan minuman, di Indonesia khususnya Jawa Barat tengah mengalami pertumbuhan yang pesat dalam beberapa tahun terakhir pada bisnis ini. Berdasarkan data tahun 2021, total Jumlah Cafe di Jawa Barat adalah 1.539, naik 7.54% (opendata.jabarprov.go.id). Bisnis ini semakin marak sejalan dengan meningkatnya konsumsi kopi masyarakat Indonesia. Berdasarkan data *International Coffee Organization* (ICO), konsumsi kopi Indonesia pada 2020/2021 mencapai 5 juta kantong berukuran 60 kg. Ini menempatkan Indonesia sebagai negara pengonsumsi kopi terbesar ke-5 di dunia (dataindonesia.id, 2022).



Gambar 1. 9 Data Negara Dengan Konsumsi Kopi Tertinggi

Sumber: dataindonesia.id (2022)

Namun, di tengah pertumbuhan ini, tingkat persaingan di industri kedai kopi sangat tinggi. *Coffee Shop* harus memiliki strategi bisnis yang baik dan benar dengan pendekatan yang tepat untuk menarik dan mempertahankan pelanggan. Coffee shop harus memiliki strategi bisnis yang tepat yang tidak hanya mengutamakan keuntungan finansial tetapi juga keberlanjutan jangka panjang. Bada Cerita Coffee, salah satu kedai kopi di Kabupaten Bandung, telah mengalami penurunan penjualan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini diakui oleh pemilik Bada Cerita Coffee sendiri dikarenakan strategi bisnis yang tidak efektif yang diterapkan.

Industri kedai kopi memiliki persaingan yang ketat, yang memiliki dampak signifikan bagi Bada Cerita Coffee. Salah satu dampak dari persaingan ini dapat diamati pada angka penjualan Kopi Bada Cerita. Selain itu, kinerja penjualan Bada Cerita Coffee rentan terhadap pengaruh keadaan sosial dan terjadinya peristiwa tertentu dalam komunitas penggemar kopi. Dengan mempertimbangkan faktor persaingan dan keadaan sosial yang berdampak pada penjualan Kopi Bada Cerita, maka dapat disajikan data penjualan Bada Cerita Coffee mulai Januari hingga Desember tahun 2022 dan 2023.

Tabel 1. 1 Jumlah Penjualan Tahun 2022 Bada Cerita Coffee

No	Bulan	Pencapaian sales (Rp)	Perkembangan
1	Januari	122.808.000	0%
2	Febuari	88.953.000	-27,57%
3	Maret	95.846.000	7,75%
4	April	111.743.000	16,59%
5	Mei	95.542.000	-14,50%
6	Juni	97.945.000	2,52%
7	Juli	91.092.000	-7,00%
8	Agustus	94.674.000	3,93%
9	September	89.376.000	-5,60%
10	Oktober	95.894.000	7,29%
11	November	92.218.000	-3,83%
12	Desember	102.530.000	11,18%
Jumlah		1.178.621.000	
Rata-rata			-0,84%

Sumber: Pemilik Bada Cerita Coffee (2024)

Dari Tabel 1.1 di atas, dapat diketahui pencapaian penjualan Bada Cerita Coffee selama bulan januari hingga desember pada tahun 2022 berfluktuasi dan cenderung menurun dengan penurunan rata-rata 0,84%.

Tabel 1. 2 Jumlah Penjualan Tahun 2023 Bada Cerita Coffee

No	Bulan	Pencapaian sales (Rp)	Perkembangan
1	Januari	100.805.000	0
2	Febuari	59.358.000	-41,12%
3	Maret	71.485.000	20,43%
4	April	85.309.000	19,34%
5	Mei	77.549.000	-9,10%
6	Juni	80.254.000	3,49%
7	Juli	70.664.000	-11,95%
8	Agustus	71.736.000	1,52%
9	September	62.587.000	-12,75%
10	Oktober	68.501.000	9,45%
11	November	72.800.000	6,28%
12	Desember	83.174.000	14,25%
Jumlah		904.222.000	
Rata-rata			-0,02%

Sumber: Pemilik Bada Cerita Coffee (2024)

Dari Tabel 1.2 di atas, dapat diketahui pencapaian penjualan Bada Cerita Coffee selama bulan januari hingga desember pada tahun 2023 masih berfluktuasi dan cenderung menurun sama seperti di tahun 2022 dengan penurunan rata-rata 0,02%.

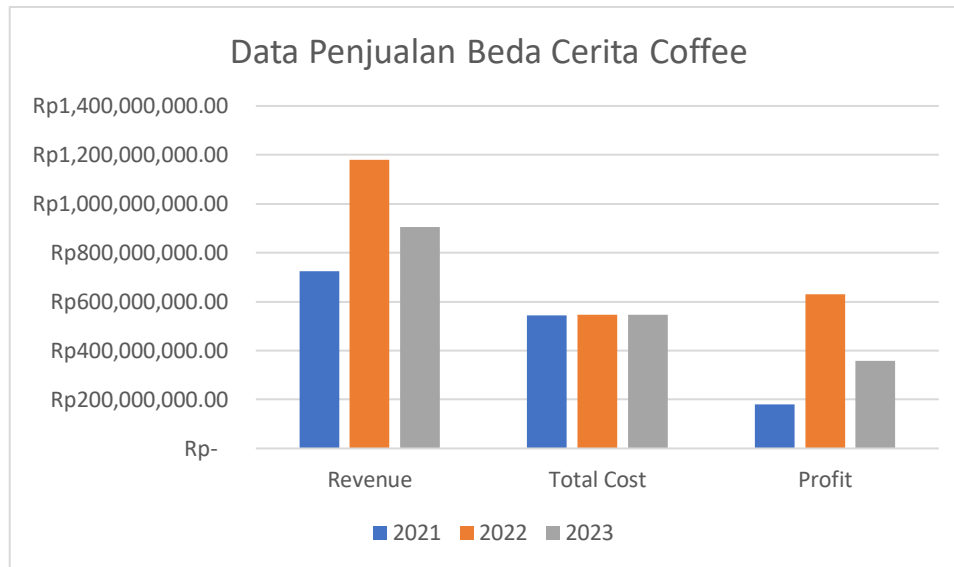
Dari tabel 1.1 dan tabel 1.2, dapat terlihat bahwa pencapaian penjualan Bada Cerita Coffee mengalami penurunan dari tahun sebelumnya, dimana pada tahun 2022 pencapaian penjualan Bada Cerita Coffee berjumlah 1.178.621.000 sedangkan pada tahun 2023 pencapaian penjualan Bada Cerita Coffee berjumlah 904.222.000. Data ini menunjukkan adanya penurunan penjualan dari tahun sebelumnya sebanyak Rp 274.399.000 atau mengalami penurunan sebanyak 30,35% dari tahun sebelumnya.

Tabel 1. 3 Jumlah Pendapatan Bada Cerita Coffee

No	Tahun	Revenue	Total Cost	Profit
1	2021	Rp 725.090.000	Rp 544.081.000	Rp 181.009.000
2	2022	Rp 1.178.621.000	Rp 547.538.000	Rp 631.083.000

3	2023	Rp 904.222.000	Rp 546.697.000	Rp 357.525.000
---	------	----------------	----------------	----------------

Sumber: Pemilik Beda Cerita Coffee (2024)



Gambar 1. 10 Grafik Penjualan Beda Cerita Coffee Tahun 2021 – 2023

Sumber: Pemilik Beda Cerita Coffee (2024)

Beda Cerita Coffee harus memiliki kemampuan untuk beradaptasi dengan keadaan yang berlaku dan secara efektif bersaing dengan pesaing yang sejenis dengan tujuan mengoptimalkan penjualan agar usaha lebih *sustain*. Fenomena ini juga dapat diamati dalam tabel 1.3 dan representasi grafis yang digambarkan pada Gambar 1.10, dimana pendapatan telah mengalami penurunan pada tahun 2023. Berdasarkan pengamatan ini, hal ini menunjukkan bahwa strategi bisnis yang lebih *sustain* perlu diimplementasikan untuk mengatasi tantangan ini agar dapat bersaing dan berkembang secara efektif, salah satu pendekatan yang dapat dilakukan Beda Cerita Coffee adalah dengan melakukan pengembangan strategi baru, sekaligus memastikan pembentukan model bisnis yang tepat. Oleh karena itu, Beda Cerita Coffee harus memperoleh model bisnis yang baru untuk memfasilitasi implementasi strategi penjualan baru dan Beda Cerita Coffee dapat bertahan lebih lama dalam persaingan bisnis yang sejenis.

Dari hasil evaluasi pemilik Beda Cerita Coffee, salah satu faktor penyebab menurunnya penjualan pada Beda Cerita Coffee adalah dikarenakan belum maksimalnya strategi bisnis yang dilakukan oleh manajemen. Sehingga pada tahun 2023 pendapatan Beda Cerita Coffee mengalami penurunan. Beda Cerita Coffee memiliki potensi besar untuk dikembangkan, sudah seharusnya Beda Cerita Coffee mulai mengembangkan bisnisnya serta memiliki strategi yang sesuai dan memikirkan agar bisnisnya menjadi lebih *sustain*.

Untuk mengatasi tantangan ini, menjadi penting untuk meningkatkan daya saing sehubungan dengan menjaga keberlangsungan bisnis. Kendala yang berasal dari manajemen, keahlian teknis, dan pengetahuan bisnis dalam industri makanan dan minuman menghambat kemampuan mereka untuk bersaing secara efektif dalam memperluas perusahaan mereka. Keberlanjutan usaha bisnis tersebut harus direalisasikan melalui penerapan model strategi bisnis yang diarahkan pada diferensiasi. Pembangunan berkelanjutan perusahaan makanan dan minuman berpotensi menimbulkan efek positif pada kondisi ekonomi, sosial, dan lingkungan. Dari sudut pandang ekonomi, perkembangan bisnis makanan dan minuman ini dapat meningkatkan kinerja mereka dan meningkatkan pendapatan pelaku usaha. Dari perspektif sosial, pertumbuhan bisnis makanan dan minuman berpotensi mengurangi kesenjangan pendapatan dan mengurangi kemiskinan. Di bidang lingkungan, pengembangan bisnis makanan dan minuman berkelanjutan dapat membatasi produksi limbah berbahaya dan menegakkan keseimbangan ekologis.

Masalah kinerja keuangan seperti pada kasus pada Beda Cerita Coffee ini dapat diatasi melalui model bisnis berkelanjutan, karena memberikan strategi yang komprehensif dan jangka panjang untuk menghasilkan nilai dalam organisasi. Model bisnis berkelanjutan menempatkan penekanan kuat pada efisiensi sumber daya dan pengurangan limbah. Praktik semacam itu berpotensi mengurangi biaya operasional dan meningkatkan profitabilitas jangka panjang. Misalnya, melalui minimalisasi konsumsi energi, air, dan bahan baku, perusahaan

dapat mencapai penghematan biaya bersamaan dengan pengurangan jejak lingkungan mereka.

Peningkatan kualitas produk Model bisnis berkelanjutan mendorong perusahaan untuk mengembangkan produk yang lebih ramah lingkungan dan memenuhi kebutuhan sosial. Hal ini dapat meningkatkan kualitas produk dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan. Produk yang berkualitas tinggi cenderung memiliki harga premium dan permintaan yang lebih tinggi, sehingga meningkatkan pendapatan perusahaan (Bocken et al., 2014).

Dalam konteks Benda Cerita Coffee perlu adanya kajian mendalam terkait dengan pengembangan model bisnis berdasarkan *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC). Penggunaan SBMC akan membantu Benda Cerita Coffee dalam merumuskan kembali elemen-elemen kunci dalam bisnis mereka, sehingga dapat meningkatkan efisiensi, menciptakan nilai tambah, dan mengidentifikasi potensi agar bisnis lebih *sustainable*.

Sustainable Business Model Canvas (SBMC) adalah pendekatan yang dapat digunakan untuk merancang strategi bisnis yang lebih berkelanjutan yang mencakup *sharing economy*, efisiensi sumber daya, *recycle*, dan *loop* tertutup. Benda Cerita Kopi diharapkan dapat meningkatkan kinerja bisnisnya dan menjadi tolok ukur bagi coffee shop lain yang menghadapi masalah seperti ini.

Penelitian ini sangat penting karena industri kopi, seperti industri lain, menghadapi banyak masalah lingkungan. Bisnis seperti Benda Cerita Coffee harus mengadopsi strategi bisnis yang lebih berkelanjutan untuk bertahan dalam jangka panjang karena kesadaran global akan masalah seperti keberlanjutan dan perubahan iklim meningkat. Penurunan penjualan Benda Cerita Coffee menunjukkan bahwa model bisnis saat ini terlalu lemah untuk mengatasi masalah ini. Oleh karena itu, *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC) adalah fokus penelitian ini untuk membangun model bisnis yang lebih berkelanjutan. Metode ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efisiensi dan keberlanjutan Benda

Cerita Coffee, tetapi juga dapat menjadi inspirasi bagi bisnis kopi lainnya yang menghadapi masalah serupa.

Melalui studi kasus pada Beda Cerita Coffee, skripsi ini akan berfokus pada pengembangan model bisnis berbasis *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC) untuk meningkatkan strategi manajemen dalam industri makanan dan minuman. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi penting bagi Beda Cerita Coffee dalam meningkatkan daya saingnya dan membuat bisnis lebih bertahan, serta memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan lain dalam industri makanan dan minuman yang menghadapi tantangan serupa.

Beda Cerita Coffee berusaha untuk berkontribusi pada Pembangunan Ekonomi Berkelanjutan dalam rangka memajukan visi sejalan dengan perspektif Alex Osterwalder (2010) tentang *Sustainable Business Model Canvas*. Ini melibatkan mengintegrasikan aspek keberlanjutan 3P (*people, planet, profit*) ke dalam setiap komponen kanvas, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan meminimalkan dampak lingkungan negatif. Selanjutnya, Beda Cerita Coffee bertujuan untuk mengubah sistem bisnisnya dengan memanfaatkan potensinya untuk mencapai produktivitas ekonomi yang lebih tinggi melalui diversifikasi, peningkatan, dan inovasi teknologi. Tujuan utamanya adalah agar Beda Cerita Coffee memantapkan dirinya sebagai bisnis yang berkelanjutan. Untuk mencapai hal ini, perusahaan harus menjalani desain ulang model bisnis yang berfokus pada pengurangan jejak lingkungan negatifnya dan memberikan dampak positif yang lebih besar terhadap lingkungan. Dengan menerapkan prinsip bisnis berkelanjutan, diharapkan bisnis dapat membantu mengatasi masalah lingkungan serta mencapai keseimbangan antara tujuan ekonomi, lingkungan dan sosial. Beda Cerita Coffee memiliki potensi untuk tumbuh dan menjadi tolok ukur bagi kafe lain dengan bisnis yang serupa.

1.3 Perumusan Masalah

Mengetahui model saat ini memungkinkan perusahaan membuat model bisnis yang akan membantu meningkatkan dan menyempurnakannya di masa mendatang agar bisnis lebih bertahan lama. Untuk dapat bersaing dan mengoptimalkan pendapatan, *Sustainable Business Model Canvas* mungkin menjadi pilihan yang layak untuk desain model bisnis baru. Model bisnis berkelanjutan adalah model bisnis yang dirancang untuk menciptakan nilai ekonomi, sosial, dan lingkungan secara seimbang dan berkelanjutan. Bada Cerita Coffee salah satu bisnis yang dapat menerapkan model bisnis tersebut karena mengalami penurunan penjualan produk. Sebagai hasil dari uraian tersebut, penulis memilih judul “Strategi Pengembangan Bisnis *Menggunakan Sustainable Business Model Canvas* pada Bada Cerita Coffee”. Berdasarkan uraian diatas permasalahan yang dikemukakan sebelumnya, maka pertanyaan penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana *Business Model Canvas* dari Bada Cerita Coffee saat ini?
2. Bagaimana *Sharing Economy*, Efisiensi Sumber daya, *Recycle* dari Bada Cerita Coffee?
3. Bagaimana rekomendasi *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC)?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang disebutkan di atas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Melihat model bisnis Bada Cerita Coffee menggunakan *Business Model Canvas*.
2. Mengetahui *Sharing Economy*, Efisiensi Sumber daya, *Recycle* dari Bada Cerita Coffee.
3. Memberikan rekomendasi untuk model bisnis Bada Cerita Coffee.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur dalam bidang bisnis dan manajemen, khususnya dalam konteks pengembangan model bisnis berbasis *Sustainable Business Model Canvas* (SBMC) di industri makanan dan minuman. Penelitian ini akan memberikan pemahaman lebih mendalam tentang bagaimana SBMC dapat diterapkan dalam konteks perusahaan makanan dan minuman, yang dapat menjadi dasar untuk penelitian lebih lanjut. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan wawasan tentang konsep strategi bisnis yang dapat diterapkan di berbagai sektor industri, sehingga berguna bagi akademisi dan peneliti yang tertarik pada bidang ini.

1.5.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini dapat memberikan panduan praktis bagi Beda Cerita Coffee dan perusahaan makanan dan minuman lainnya dalam mengembangkan atau memperbaiki model bisnis mereka, sehingga dapat meningkatkan efisiensi. Hasil penerapan SBMC dapat membantu manajemen Beda Cerita Coffee dalam mengambil keputusan yang lebih informasional dan terarah. Dengan menerapkan rekomendasi yang dihasilkan dari penelitian ini, Beda Cerita Coffee dapat meningkatkan penjualan, dan menciptakan nilai tambah. Hasil penelitian ini juga dapat memberikan manfaat praktis bagi industri makanan dan minuman secara keseluruhan dengan memberikan wawasan tentang praktik terbaik dalam mengembangkan strategi bisnis dan mengatasi tantangan yang ada.

1.6 Sistematika Penulisan

a. BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini, latar belakang, konsep penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan dibahas.

b. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Landasan teoritis untuk penelitian yang memanfaatkan *Sustainable Business Model Canvas* disajikan dalam bab ini, yang bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang teori-teori yang relevan yang dapat digunakan sebagai landasan teoritis untuk melakukan penelitian.

c. BAB III METODE PENELITIAN

Langkah-langkah pemecahan masalah yang harus digunakan sebagai dasar teoritis untuk melakukan penelitian dibahas dalam Bab ini, diikuti dengan penyelesaian penelitian sesuai dengan tujuan penelitian.

d. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini secara sistematis menguraikan hasil penelitian sesuai dengan permasalahan dan rumusan penelitian. Ini menyajikan temuan penelitian, membahas analisis dimulai dengan analisis data, mengingat, dan membandingkan dengan penelitian sebelumnya atau landasan teoritis yang relevan, dan diakhiri dengan rekomendasi.

e. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

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