

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Pada zaman modern, persaingan industri semakin ketat. Salah satu cara untuk bertahan adalah dengan membangun lapangan kerja sendiri, seperti mendirikan UKM. Untuk meningkatkan pendapatan, bisnis harus kreatif, inovatif, penuh perhitungan, dan menawarkan konsep yang berbeda dari yang lain. Baik sebagai individu maupun badan usaha, UMKM adalah entitas usaha mandiri yang beroperasi di berbagai sektor ekonomi. Perbedaan antara Usaha Mikro (UMI), Usaha Kecil (UK), Usaha Menengah (UM), dan Usaha Besar (UB) biasanya didasarkan pada nilai aset awal (bukan properti dan bangunan), omset rata-rata per tahun, atau jumlah karyawan tetap.

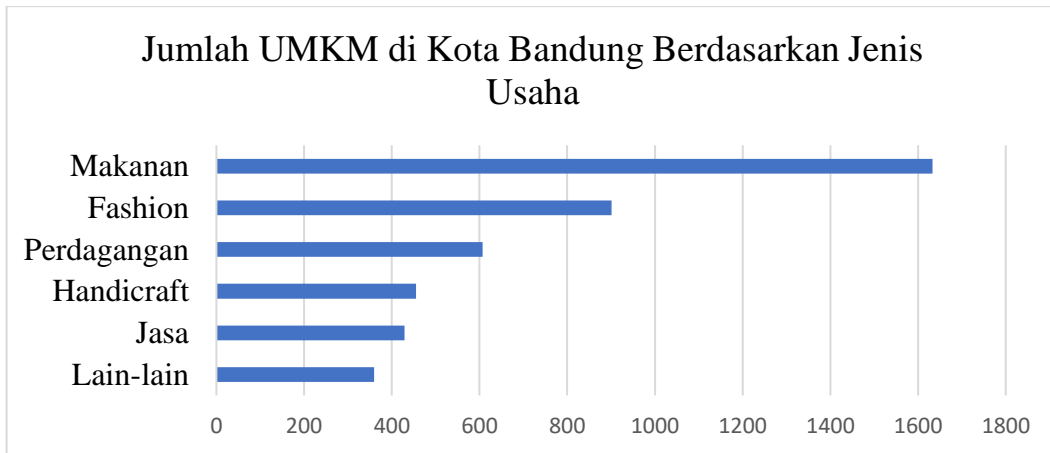


Gambar I. 1 Data Jumlah UMKM di Indonesia Tahun 2022

(Sumber: <https://www.cnbcindonesia.com>)

Berdasarkan data yang dirilis oleh Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah (Kemenkop UMKM), provinsi Jawa Barat masih unggul dengan jumlah UMKM terbanyak, yaitu sebanyak 1,49 juta unit usaha. Sedangkan provinsi dengan jumlah UMKM terendah yaitu Papua dengan hanya 3,9 ribu unit usaha. Jumlah UMKM mengalami pertumbuhan yang baik di Indonesia sepanjang tahun 2022 khususnya di provinsi Jawa Barat. Hal ini dibuktikan dengan jumlah UMKM pada provinsi Jawa Barat yang menduduki peringkat pertama yang dapat dilihat pada gambar I.1.

Bandung merupakan salah satu kota yang berada diprovinsi Jawa Barat dan usaha yang paling diminati kusunya di kota bandung adalah dibidang kuliner. Hal ini menjadikan Kota Bandung dijuluki sebagai salah satu surga kuliner di Indonesia. Menurut Open data Bandung terdapat 1.533 usaha dalam bidang makanan pada tahun 2022.



Gambar I. 2 Jumlah UMKM di Kota Bandung Berdasarkan Jenis Usaha

(Sumber: Open Data Kota Bandung, 2022)

Dari grafik pada gambar I.2 dapat dilihat bahwa UMKM mendapati posisi pertama sebagai usaha terbanyak di Kota Bandung. Hal ini menunjukkan bahwa pasar di sektor UMKM makanan juga baik sehingga menjadikan masyarakat bandung berbondong bondong untuk membuka usaha di bidang kuliner. Kafe dan resto merupakan salah satu UMKM di bidang kuliner yang banyak ditemui di Kota Bandung. Menurut Open Data Kota Bandung pada tahun 2022 terdapat 1.187 Kafe dan resto yang ada di Kota Bandung. Dengan banyaknya Kafe dan resto yang berada di Kota Bandung menjadikan tantangan bagi pengusaha yang ingin membuka usaha sejenisnya. Perlunya untuk merencanakan berbagai strategi agar dapat bertahan menarik minat pelanggan serta mengimbangi persaingan dalam bidang usaha yang sama. Strategi tersebut mencakup pelayanan, harga, kualitas produk, konsep kafe, dan inovasi-inovasi yang harus terus dikembangkan.

Tadashi Kohi adalah salah satu UMKM yang bergerak dibidang minuman kopi. Berdiri sejak Mei 2023 hingga September 2023 yang berlokasi di Jl. Cihampelas No. 41, Tamansari, Kec. Bandung Wetan, Kota Bandung, Jawa Barat. Tadashi Kohi menyediakan kopi dengan varian harga 18.000-27.000. Kafe ini berkonsep ala ala kafe jepang dengan tempat outdoor yang cocok untuk mengerjakan tugas bagi anak-anak muda. Visi dari kafe ini yaitu dengan menjadi ruang publik yang estetik dan fungsional, yang menginspirasi kreativitas dan produktivitas, dengan sentuhan minimalis khas Jepang.



Gambar I. 3 Logo Kafe Tadashi Kohi

Namun kafe ini telah tutup karena beberapa masalah yang harus dihadapi seperti pengelolaan operasional, target pasar yang kurang jelas, dan penurunan penjualan. Beberapa hal yang menyebabkan penjualan yang menurun dari Kafe Tadashi Kohi adalah:

1. Varian menu yang hanya mengandalkan beberapa jenis minuman tanpa ada makanan ataupun cemilan yang membuat pelanggan enggan untuk menghabiskan waktu yang lama ataupun memilih tempat lain yang menyediakan makanan sekaligus.

MENU		hot	ice
Signature			
Tadashi iced coffee	-		23
Tadashi Caramelized	-		25
Classic			
Short Black		18	20
Black		22	24
White		23	25
Filter		25	27
Non-Coffee			
Chocolate Latte		23	25
Matcha Latte		25	27
Red Velvet Latte		23	25
Klepon Latte		25	27
Mocktails			
Creamy Pineapple	-		25

@tadashikohi

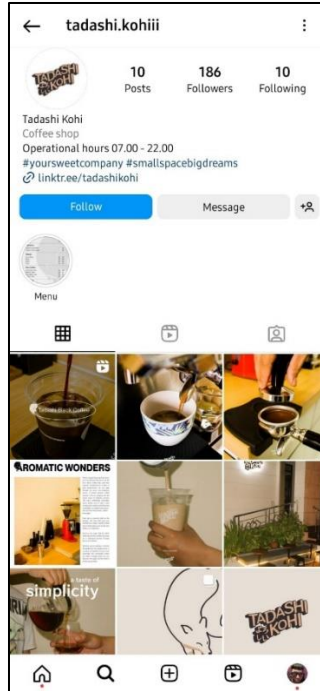
Gambar I. 4 Varian Menu Kafe Tadashi Kohi

2. Tidak diperbolehkannya untuk merokok karena tempat kafe yang bersebelahan dengan klinik. Hal ini bertolak belakang dengan konsep kafe yang harusnya dapat digunakan untuk tempat bersantai.



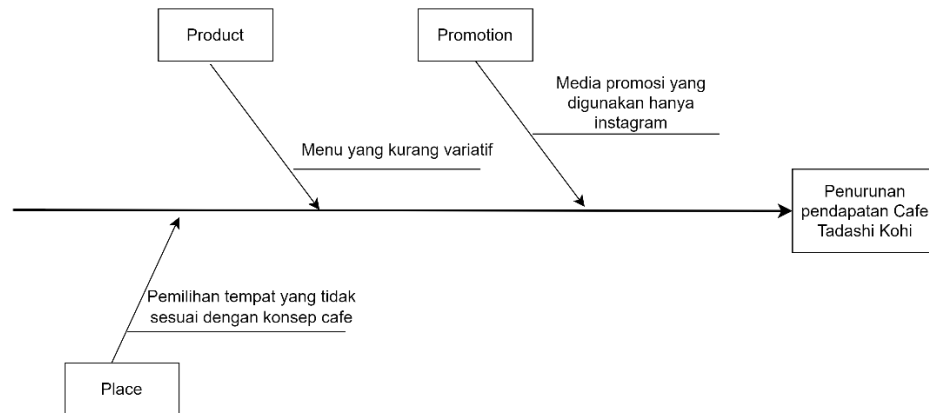
Gambar I. 5 Tempat Kafe Tadashi Kohi

3. Kurang memaksimalkan media promosi yang digunakan yaitu Instagram. Pada media promosinya juga kurang menampilkan identitas dari konsep kafe itu sendiri yang berkonsep ala ala kafe Jepang.



Gambar I. 6 Sosial Media Kafe Tadashi Kohi

Berikut merupakan fishbone diagram dari permasalahan yang ada pada Kafe Tadashi Kohi



Gambar I. 7 Diagram *Fishbone*

Berdasarkan pemetaan *fishbone* diagram terkait permasalahan yang terdapat pada Kafe Tadashi Kohi melalui sesi wawancara dengan pemilik Kafe Tadashi Kohi bahwa akar permasalahan dari kafe ini yaitu terdiri dari faktor *product*, *Place*, dan *Promotion* yang sudah di jabarkan diatas. Berdasarkan permasalahan diatas, peneliti melakukan pemetaan penyelesaian permasalahan dalam bentuk alternatif solusi dalam pembukaan kafe baru sebagai berikut

Tabel I. 1 Alternatif Solusi Permasalahan pada Kafe Tadashi Kohi

No.	Permasalahan	Alternatif Solusi
1.	Penentuan media promosi untuk Kafe Tadashi Kohi	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> pada blok channels
2.	Pemilihan varian menu yang akan disediakan pada Kafe Tadashi Kohi.	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> pada blok unfair advantage
3.	Pemilihan tempat agar sesuai dengan konsep kafe	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> pada blok high level konsep
4.	Nilai pembeda dari bisnis ini	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> pada blok Unique value Proposition
5.	Menentukan perhitungan dana yang dibutuhkan dan biaya biaya lain dalam pembukaan kafe baru	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> pada blok cost structure
6.	Menentukan sumber keuntungan dari pembukaan Kafe Tadashi Kohi	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> pada blok revenue streams
7.	Bagaimana bisnis dari Kafe Tadashi Kohi dikatakan berjalan dan akan mendapatkan keuntungan	Perancangan model bisnis baru menggunakan <i>Lean canvas</i> key matric

Pada pemetaan alternatif solusi yang diberikan, dapat disimpulkan bahwa peneliti akan mengevaluasi model bisnis dan melakukan perancangan model bisnis pada Kafe Tadashi Kohi menggunakan metode *Lean canvas*. Alasan menggunakan *lean canvas* karena *lean canvas* berfokus pada inti bisnis dengan validasi yang cepat. *Lean canvas* akan memberikan solusi mengenai apa masalah yang harus dipecahkan, siapa pelanggan yang dituju, dan bagaimana uang dapat dihasilkan pada suatu bisnis. Pada *lean canvas* juga terdapat blok *Unfair Advantage* atau keunggulan kompetitif yang mana dapat membedakan suatu bisnis

dengan pesaing yang mana akan memberikan keuntungan signifikan pada pasar serupa. Hal tersebut merupakan solusi yang cocok digunakan pada permasalahan yang ada pada kafe ini, sehingga metode yang dipilih merupakan *lean canvas*. Terdapat strategi yang telah dilakukan kafe seperti mengundang *influencer* untuk melakukan *review* pada kafe tidak membuahkan hasil yang signifikan. Hal ini menjadikan kafe tidak bisa menghasilkan keuntungan yang maksimal atau bahkan mengalami kerugian yang membuat pemilik kafe memutuskan untuk menutup kafe ini. Alasan penulis melakukan penelitian dengan objek kafe ini yaitu, kafe ini merupakan salah satu contoh yang mana salah satu usaha di Bandung dibidang makanan yang tidak dapat bertahan pada ketatnya persaingan usaha makanan di Bandung. Selain itu kafe ini juga memiliki potensi yang baik yang mana kafe ini memiliki konsep minimalis ala ala kafe di Jepang yang masih jarang ada di Bandung. Dengan membuat perancangan model bisnis pada bidang makanan khususnya kafe ini akan memungkinkan untuk dijadikan contoh untuk bisnis serupa sehingga dapat mempersiapkan dengan matang bisnisnya dan dapat bertahan dalam persaingan yang ketat.

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, maka didapatkan rumusan masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah “Bagaimana model bisnis pada usaha Kafe Tadashi Kohi apabila dirancang dengan menggunakan metode *lean canvas*?”

I.3 Tujuan Penelitian

1. Melakukan evaluasi pada sistem yang sudah dimiliki terhadap model yang pernah digunakan pada usaha sebelumnya.
2. Merancang model bisnis pada usaha Kafe Tadashi Kohi menggunakan metode *lean canvas*.

I.4 Manfaat

1. Membantu Kafe Tadashi Kohi dalam meningkatkan penjualannya dengan memberikan usulan model bisnis
2. Sebagai informasi untuk dijadikan bahan pertimbangan pengambilan keputusan dalam pengembangan Kafe Tadashi Kohi
3. Memberikan contoh bagi pelaku bisnis untuk pembuatan model bisnis
4. Menjadi referensi untuk penelitian mengenai model bisnis untuk dimasa yang akan datang

I.5 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan yang digunakan pada proposal ini yaitu sebagai berikut.

Bab I Pendahuluan

Bab ini berisi uraian mengenai konteks permasalahan, latar belakang masalah yang akan diteliti, rumusan masalah, tujuan Tugas Akhir, manfaat Tugas Akhir dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi teori dan literatur yang relevan terkait dengan Tugas Akhir, serta dapat diimplementasikan pada Tugas Akhir untuk menyelesaikan permasalahan.

Bab III Metodologi Penyelesaian Masalah

Bab ini berisi langkah-langkah dalam pemecahan masalah yang digunakan untuk menyelesaikan penelitian berdasarkan tujuan yang ingin dicapai dan digunakan sebagai kerangka utama untuk menjaga penelitian agar mencapai tujuan.

Bab IV Perancangan Sistem Terintegrasi

Bab ini menjelaskan proses rancangan sistem terintegrasi terkait evaluasi dan perancangan model bisnis yang ditinjau dari hubungan sistem beserta pengumpulan dan pengolahan data.

Bab V Analisa Hasil dan Evaluasi

Bab ini menjelaskan analisis yang dilakukan terhadap data yang telah diolah serta usulan model bisnis yang diberikan dan untuk mengetahui hasil dari penelitian yang sudah dilakukan.

Bab VI Kesimpulan dan Saran

Bab ini berisi ringkasan kesimpulan dari penelitian yang sudah dilakukan dan jawaban dari rumusan masalah yang diteliti, serta saran yang diharapkan untuk penelitian selanjutnya.