

BAB I

PENDAHULUAN

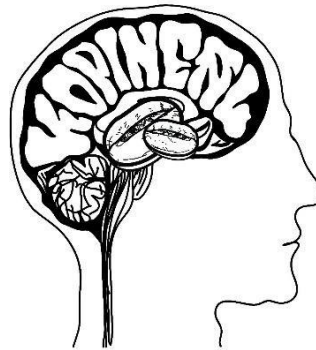
1.1 Latar Belakang Penelitian

Sejarah panjang kopi di Indonesia dimulai dari masuknya kopi pada tahun 1696 yang dibawa oleh pemerintah Belanda dari Malabar ke Indonesia melalui pulau Jawa. Bertahun-tahun setelahnya, Eduard Doues Dekker membuat tulisan mengenai tekanan yang dialami oleh petani-petani kopi di Indonesia yang berjudul, “Max Havelaar and the Coffee Auctions of the Dutch Trading Company”. Karya Doues Dekker ini ikut berperan penting dalam mengubah opini publik tentang *cultivate system*. Dikutip dari (Sumber <https://tanameracoffee.com>, Jakarta) Rentetan kronologis sejarah tersebut jika kita telusuri sedikit demi sedikit hingga akhir abad 20 (1900-an) merupakan satu dasar kuat yang meletakkan Indonesia di posisi saat ini di dunia internasional lewat produksi komoditas kopi. Indonesia dikenal sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia, dan dikenal juga sebagai negara yang menjadi referensi produksi kopi berkualitas baik.

Beberapa daerah di Indonesia yang terkenal dengan produksi biji kopinya antara lain Aceh, Lampung, Medan, Jawa, Ternate, Sulawesi, dan Flores. Bahkan bagi masyarakat Eropa pada zaman dahulu, sedapnya seduhan kopi yang biasa mereka seruput lebih akrab disebut dengan Java. Berbicara mengenai gender dan usia penikmat kopi sebetulnya hampir tidak memandang batasan usia karena mulai dari remaja hingga orang dewasa bahkan manula sekalipun rata – rata menikmatinya, dan tak sedikitpun penikmat kopi dari kaum hawa. Budaya minum kopi menjadi rutinitas atau bahkan menjadi kebiasaan orang – orang yang sering kita jumpai mulai dari kedai kopi di gang sempit, persimpangan jalan, hingga mal – mal di perkotaan. Alasan minum kopi umumnya selain dipercaya mengusir rasa kantuk, juga sebagai cara untuk mengawali aktivitas di pagi hari. Bahkan kedai kopi menjadi pilihan utama masyarakat Indonesia sebagai tempat berkumpul dengan sanak keluarga atau rekan bisnis dan kolega juga sebagai tempat diskusi yang notabeneanya adalah anak muda. Pandangan lain tentang kopi diungkapkan oleh (Kasali, 2010) yang menyatakan bahwa meminum kopi bukan lagi sekedar untuk menghilangkan rasa kantuk,

tapi juga sebagai bagian dari gaya hidup masyarakat, dimana *coffee shop* atau kedai kopi menjadi tempat berkumpul yang amat diminati. Gaya hidup ini sesuai dengan karakter dan kebiasaan orang Indonesia yang gemar berkumpul dan mengobrol.

Belakangan ini, sering kita jumpai beragam kedai kopi atau *café* bermunculan dengan berbagai konsep yang mereka tawarkan. Mulai dari yang berkonsep tradisional, *café* sampai kedai – kedai bernuansa modern. Ditambah gaya hidup kaum urban yang menjadikan kedai kopi sebagai sarana tempat tongkrongan mereka, juga sebagai sarana untuk menaikkan status sosial kaum urban (hipwee.com : 2019). Sebagai contoh, menurut data yang dihimpun oleh Java Travel, ada setidaknya lebih dari lima belas tempat nongkrong atau kedai kopi yang tersebar di wilayah Kota Bekasi. Ini menjadi penanda bahwa fenomena kedai kopi ini menjadi sebuah bisnis baru yang cukup menjanjikan (javatravel.net : 2020)..

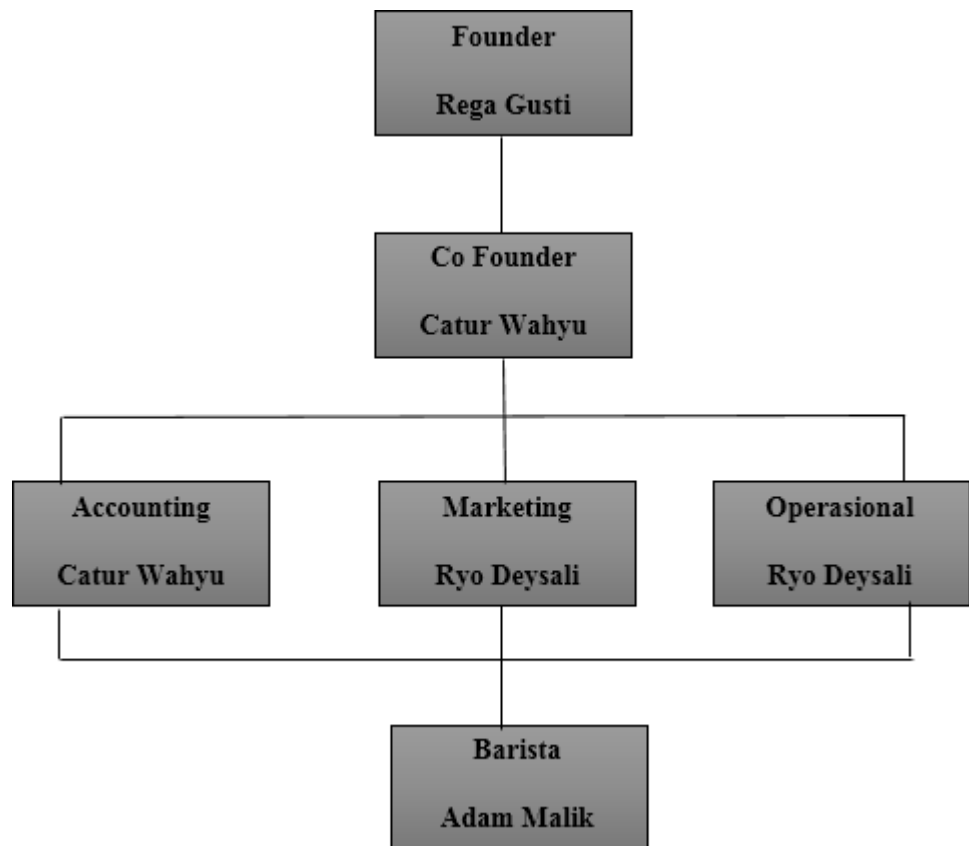


Gambar 1.1 Logo Kedai Kopi Neal

Sumber : Data Internal Kedai Kopi Neal

Kopi Neal merupakan salah satu kedai kopi yang berada di Kota Bekasi, Jawa Barat yang berlokasi di Jalan Raya Seroja No.102, Harapan Jaya, Bekasi Utara. Kopi Neal didirikan oleh Raga Gusti dan Catur Wahyu Pamungkas pada bulan juli 2019. Kopi Neal beroperasi setiap hari selasa sampai hari minggu mulai pukul 16.00 hingga pukul 24.00. Kopi Neal berdiri dengan visi awal sebagai kedai kopi yang dapat dinikmati oleh masyarakat pecinta kopi di Bekasi khususnya dan Indonesia pada umumnya. Dengan misi mengutamakan kepuasan konsumen dari segi rasa dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya.

Awal mula tercetusnya ide sebelum kedai kopi Neal berdiri adalah karena Raga Gusti dan Catur Wahyu Pamungkas tidak menemukan tempat nongkrong atau kedai kopi yang sesuai dengan selera dan keinginan mereka. Hal yang dimaksud yaitu kopi dengan cita rasa yang nikmat untuk semua kalangan, tempat yang nyaman, serta pelayanan yang baik di wilayah Bekasi dan sekitarnya. Maka berangkat dari alasan tersebut, Raga Gusti dan Catur Wahyu Pamungkas membuka kedai kopi pertamanya dengan nama kedai kopi Neal. Dan berikut adalah struktur organisasinya.



Gambar 1.2 Struktur Organisasi Kedai Kopi Neal

Sumber : Data Internal Kedai Kopi Neal

Pendiri kopi Neal sendiri adalah Rega Gusti dengan rekannya Catur Wahyu. Namun karena kedai kopi ini terbilang baru, maka Catur Wahyu mengisi dua jabatan, sekaligus yaitu sebagai *CO founder*, juga sebagai *Accounting*. Adapula jabatan marketing dan operasional kedai yang di isi oleh Ryo Deysali dengan alasan yang sama dan jabatan

barista yang di isi oleh Adam Malik. Untuk jabatan sumber daya manusia belum tersedia karena dirasa bagi Rega Gusti dan rekanya Catur Wahyu belum begitu memerlukan jabatan tersebut. Namun seiring berjalannya waktu, jabatan tersebut akan ada yang mengisi.

Nama “Neal” sendiri terinspirasi dari kelenjar pineal dimana fungsi utama dari kelenjar pineal adalah sebagai penghasil hormon melatonin yang berfungsi menimbulkan rasa kantuk. Kopi yang disajikan oleh kedai kopi Neal diharapkan dapat membantu mengontrol rasa kantuk untuk para penikmatnya. Berikut adalah foto produk hasil olahan tangan barista dan tempat kedai kopi Neal.



Gambar 1.3 Contoh Produk Kedai Kopi Neal

Sumber : Data internal perusahaan



Gambar 1.4 Tempat Kedai Kopi Neal

Sumber : Data internal perusahaan

Adapun beberapa menu andalan dari kedai kopi Neal diantaranya adalah es kopi susu gula aren, *ice americano*, dan *café latte*. Kopi Neal pun memiliki menu non kopi seperti *blue eyes*, mojito dan *milky*. Disamping itu kedai kopi Neal juga menyediakan beberapa makanan dan camilan. Harga nya pun beragam, mulai dari tiga belas ribu rupiah hingga sembilan belas ribu rupiah, namun meski terbilang harganya cukup terjangkau untuk daerah Bekasi, tetapi rasanya tidak kalah enak dan menjual. Berdasarkan informasi yang diperoleh dari pemilik, selama awal berdirinya kedai kopi Neal, yaitu pada juli 2019 hingga akhir tahun, rata rata penjualan per bulan yang diperoleh adalah sebanyak 450 *cup* atau gelas. Hasil ini menurut keterangan pemilik kedai kopi Neal belum sesuai dengan harapan yang mereka harapkan yaitu dengan hasil yang dua kali sampai dengan tiga kali lipat nya dari jumlah gelas yang didapat selama ini. Hal tersebut dapat dilihat dari data penjualan pada diagram dibawah ini:



Gambar Grafik 1.5 Penjualan Kedai Kopi Neal Juli – Desember 2019

Sumber : Data Olahan Penulis dari Pemilik Kedai Kopi Neal

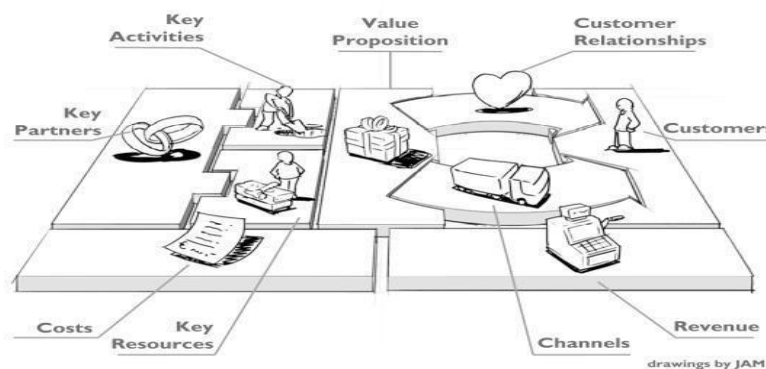
Berdasarkan data tersebut, laporan penjualan kedai kopi Neal pada periode bulan juli 2019 hingga desember 2019 adalah tidak cukup stabil atau dapat dikatakan mengalami fluktuasi setiap bulannya meskipun tidak begitu signifikan. Namun hal tersebut tetap menjadi perhatian bagi pemilik kedai dan menjadi hal yang tetap harus dievaluasi dalam bisnis makanan dan minuman yang operasionalnya berjalan secara terus menerus agar tujuan perusahaan dapat terealisasi. Lebih lanjut, pemilik pun mengungkapkan bahwa upaya lain seperti strategi promosi belum gencar dilakukan. Kemudian belum lagi permasalahan yang muncul dari faktor internal perusahaan seperti *key activities* sehari – hari kadang menjadi kendala yang berimbas kepada pendapatan. Misalnya, penggunaan takaran resep yang tidak konsisten dan selalu berubah – ubah akan mempengaruhi biaya produksi dan berdampak kepada pembelanjaan bahan baku yang membengkak.

Pemilik kedai kopi Neal merasa bahwa upaya – upaya yang dilakukan selama ini guna mencapai visi dan misi perusahaan belum sepenuhnya dilakukan secara maksimal. Pemilik berfikir bahwa pemilik harus melakukan metode apa dan dengan formula bagaimana agar tujuan perusahaannya dapat dicapai secara efektif. Dari data tersebut bisa dilihat bahwa diperlukan strategi yang lebih tepat agar kedai kopi Neal dapat terus bertahan dan berkembang. Maka diperlukan sebuah pendekatan yang dapat digunakan

untuk memetakan model bisnis yang sedang dijalani, serta menjelaskan mengenai kondisi bisnis perusahaan.

Strategi yang dilakukan perusahaan untuk menjalankan bisnis dan mencapai tujuannya sangatlah beragam, dan salah satunya adalah dengan pengaplikasian bisnis model kanvas (*Business Model Canvas*). Menurut (Osterwalder dan Pigneur, 2012), bisnis model kanvas adalah model bisnis yang menggambarkan dasar pemikiran tentang bagaimana organisasi menciptakan, memberikan dan menangkap nilai. Dapat dikatakan bahwa sebenarnya sebuah organisasi bisnis membutuhkan sebuah model untuk membantu organisasi tersebut agar dapat menciptakan, memberikan dan menangkap nilai yang berkaitan dengan aktivitas perusahaan tersebut.

Business Model Canvas dapat dijelaskan dengan sangat baik melalui sembilan blok bangunan dasar (*The Nine Building Blocks*) yang memperlihatkan cara berpikir tentang bagaimana suatu perusahaan mencapai tujuan-tujuannya. *Business Model Canvas* terbagi menjadi sembilan bagian utama, yaitu: *Customer Segments* (Segmen Pelanggan), *Value Propositions* (proposisi nilai), *Channel* (Saluran), *Customer Relationships* (Hubungan Pelanggan), *Revenue Streams* (Arus Pendapatan), *Key Resources* (Sumber Daya Utama), *Key Activities* (Aktivitas Kunci), *Key Partnerships* (Kemitran Utama) dan *Cost Structure* (Struktur Biaya). Dan berikut adalah gambaran mengenai *Business Model Canvas*



Gambar 1.6 Business Model Canvas

Sumber : Osterwalder dan Pigneur (2012)

Konsep ini dapat menjadi bahasa bersama yang memungkinkan perusahaan mendeskripsikan dan memanipulasi model bisnis dengan mudah untuk kemudian menciptakan alternatif strategi baru bagi perusahaan. (Alexander Osterwalder dan Yves Pigneur, 2012:15).

Dengan mengacu pada model di atas. Pendekatan melalui metode bisnis model kanvas dirasa dapat memetakan permasalahan yang terjadi pada kedai kopi Neal dan dengan metode tersebut diharapkan dapat memecahkan permasalahan - permasalahan internal kedai kopi Neal dan memberikan kemudahan kepada pemilik dalam mengidentifikasi hal apa saja yang harus di perbaiki sehingga visi, misi serta tujuan perusahaan dapat tercapai. Maka dari itu peneliti memilih UMKM kedai kopi Neal sebagai objek penelitiannya. Dimana peneliti akan menggunakan metode model bisnis kanvas dalam mengidentifikasi masalah – masalah yang terjadi. Peneliti akan menjabarkan secara terperinci gambaran *Business Model Canvas* (BMC) dalam menentukan ke Sembilan blok yang terdapat dalam bisnis model kanvas.

1.2 Fokus Penelitian

Dari penjelasan sebelumnya peneliti akan mencari tahu dan mempelajari bisnis model kanvas yang tepat untuk kedai kopi Neal, agar dapat membantu perkembangan dan keberlangsungan bisnis tersebut. Terdapat 9 blok dalam bisnis model kanvas yaitu *Customer Segments, Value Proposition, Channels, Customer Relationships, Revenue Streams, Key Resources, Key Activities, Key Partnerships, dan Cost Structure*. Sehingga Kedai Kopi Neal memiliki dasar dan pondasi yang kuat untuk menjalankan bisnis kedepannya.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang ada, terdapat beberapa permasalahan pokok yang akan dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

1. Bagaimana *Customer Segments* yang sudah ditetapkan oleh Kedai Kopi Neal?
2. Bagaimana *Value Proposition* yang sudah ditetapkan oleh Kedai Kopi Neal?
3. Bagaimana penerapan *Channels* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal?
4. Bagaimana *Customer Relationships* yang sudah ditetapkan oleh Kedai Kopi Neal?
5. Berapa besar *Revenue Streams* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal?

6. Bagaimana *Key Resources* yang sudah dimiliki oleh Kedai Kopi Neal?
7. Bagaimana *Key Activities* yang sudah diterapkan oleh Kedai Kopi Neal?
8. Bagaimana *Key Partnership* yang dimiliki oleh Kedai Kopi Neal?
9. Berapa besar *Cost Structure* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menentukan *Customer Segments* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
2. Menentukan *Value Proposition* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
3. Menentukan *Channels* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
4. Menentukan *Customer Relationships* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
5. Menentukan *Revenue Streams* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
6. Menentukan *Key Resources* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
7. Menentukan *Key Activities* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
8. Menentukan *Key Partnership* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal
9. Menentukan *Cost Structure* untuk model bisnis Kedai Kopi Neal

1.5 Kegunaan Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan menghasilkan manfaat baik dalam segi akademis maupun guna laksana.

- a. Kegunaan Teoritis (akademis) : Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi dalam perkembangan ilmu pengetahuan di bidang wirausaha khususnya pihak yang ingin mempelajari bisnis model kanvas pada sektor industri kopi.
- b. Kegunaan Praktis (guna laksana) : Memberikan gambaran serta rekomendasi mengenai model bisnis menggunakan Bisnis Model Kanvas kepada Kedai Kopi Neal, agar dapat diterapkan sebagai pedoman dalam menjalankan bisnis.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Januari 2020 sampai dengan bulan Agustus 2020.