

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang Tugas Akhir yang menjadi dasar bagi penulis untuk melakukan Tugas Akhir. Kemudian terdapat rumusan masalah yang digunakan dalam Tugas Akhir, tujuan Tugas Akhir, dan manfaat yang diharapkan dari Tugas Akhir terhadap objek Tugas Akhir.

#### I.1.1 Penjelasan Permasalahan Disertai Data Pendukung

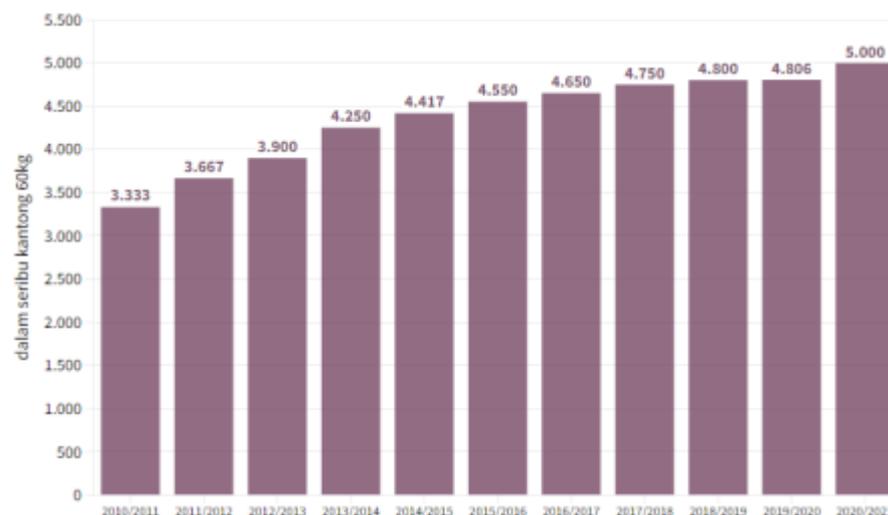
Mulai dari tahun 2017 hingga tahun 2021 *coffee shop* marak dijadikan tempat untuk bersantai dan mengerjakan tugas bagi kalangan remaja sampai dewasa. Bahkan kopi sudah dijadikan kebutuhan para mahasiswa dan pekerja kantoran untung kehidupan sehari-harinya. Karena maraknya usaha kopi ini, *Café* merupakan peluang paling menjajikan dalam dunia bisnis kuliner khususnya Bandung yang dinobatkan sebagai salah satu simbol wisata kuliner (Yayan A. Brilyana, 2022). Kopi berasal dari biji-bijian kemudian dikeringkan dan diseduh untuk dijadikan minuman. Saat ini, dalam dunia bisnis kuliner, kopi tetap menjadi minuman pilihan yang tak kenal oleh zaman. Bahkan, kopi telah mengikuti arus zaman di mana selalu mengikuti inovasi dari zaman ke zaman.

Berkembangnya tren produk kopi menjadikan kopi sebagai sebuah *lifestyle* yang berkembang di masyarakat, terutama pada kalangan muda sampai pekerja. Hal tersebut menunjukkan sebuah eksistensi dari kopi. Banyaknya varian kopi yang ditawarkan membuat orang tertarik untuk membelinya. Mulai dari kopi siap saji namun *fresh*. Maupun kopi langsung di tempat. Untuk saat ini, pebisnis hanya perlu memiliki inovasi untuk membuat bisnis yang mereka jalankan bertahan dengan perkembangan zaman saat ini. Pebisnis kuliner membuat inovasi pada produk atau varian kopi tersebut bertujuan untuk menarik minat masyarakat dalam melakukan sebuah transaksi pembelian. Ditunjukkan perkembangan *café* yang ada di Bandung meningkat pesat dapat dilihat dari gambar I.1.



Gambar I. 1 Jumlah *Café* di Bandung  
Sumber: BPS Jawa Barat (2022)

Dilihat dari gambar I.1 bahwa meningkat pesatnya *café* di Bandung bisa menjadi salah satu faktor bahwa banyaknya minat para masyarakat Bandung terhadap *café* yang dijadikan peluang bisnis untuk pelaku bisnis. Berikut juga merupakan data konsumsi kopi di Indonesia yang dari tahun ke tahun meningkat.



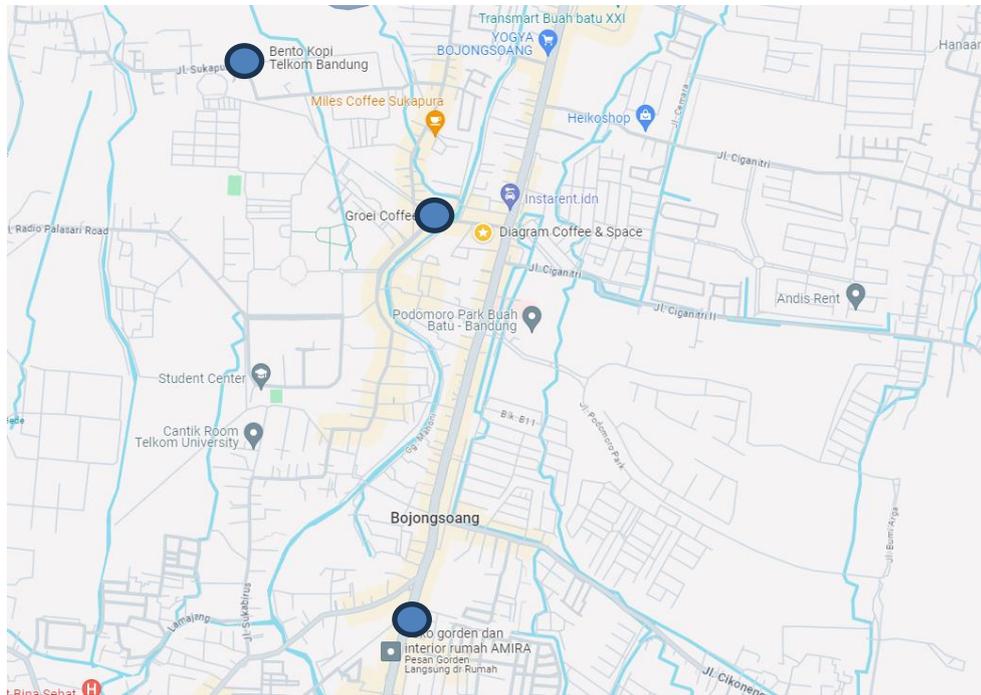
Gambar I. 2 Konsumsi Kopi di Indonesia

Sumber : Website *International Coffee Organization* (International Coffee Organization, 2021)

Dapat dilihat grafik pada gambar I.2 bahwa penikmat kopi di Indonesia naik dari tahun ke tahun sehingga bisnis ini menjadi persaingan yang sangat kuat dan menjaga kualitas pun tidak cukup dilakukan, pelaku bisnis juga harus meningkatkan kualitas, varian kopi, dan membuat konsumen tertarik untuk mencoba kopi yang *fresh* namun siap untuk disajikan.

*Coffee shop* Diagram merupakan *coffee shop* yang berfokus pada penjualan minuman kopi, makanan berat, makanan ringan dengan sistem penjualan berjenis outlet yang di mana setiap konsumen dapat datang langsung ke outlet untuk membeli produk yang dijual. *Coffee shop* Diagram terletak di Jl. Telekomunikasi No.327, Sukapura. Di sekitar daerah jalan tersebut bukan hanya *coffee shop* Diagram *Coffee & Space* saja yang membuka *outlet* tapi ada

banyak pesaing juga. Dengan banyaknya persaingan sangat berpengaruh pada pangsa pasar konsumen, berikut *coffee shop* yang berada di sekitar *coffee shop* Diagram *Coffee & Space* yang dapat dilihat di gambar I.3.

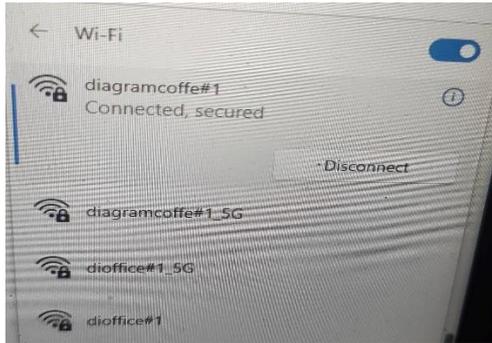


Gambar I. 3 Kompetitor

Gambar I.3 merupakan saingan yang ada di sekitar Diagram *Coffee & Space* yang harus diperhatikan. Dikarenakan tiap *café* memiliki konsep yang sama dengan menyediakan fasilitas di tempat nyaman mungkin, dibutuhkan inovasi yang lainnya untuk selalu tetap bisa bersaing dan menjadi *café* unggulan dibanding *café* lainnya. Berikut ini merupakan kesamaan fasilitas yang dimaksud antar *café* yang ada di sekitar Diagram *Coffee & Space* yang meningkatkan persaingan antar*café* di area terdekat dapat dilihat pada tabel I.1.

Tabel I. 1 Kesamaan Fasilitas Antar Pesaing Sekitar

Nama Café		Kesamaan Fasilitas
Diagram Coffee	Rolun <i>Coffee &amp; Pastry</i>	1. Ketersediaan WiFi 2. Ketersediaan Stop Kontak yang Memadai 3. Tersedia Smoking Area Indoor dan Outdoor 4. Tersedia Non Smoking Area
	Groei Coffee	
	Bento Kopi Telkom Bandung	



Gambar I. 4 Ketersediaan Wifi



Gambar I. 5 Stop Kontak yang Memadai



Gambar I. 6 Smoking Area Indoor



Gambar I. 7 Smoking Area Outdoor



Gambar I. 8 Non Smoking Area

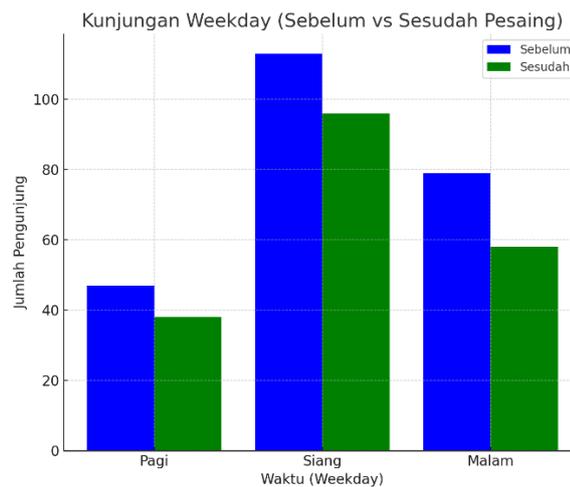
Dari tabel I.1 kita bisa lihat persaingan antar *café* sudah memiliki fasilitas yang sama. Sehingga meningkatkan daya saing yang cukup signifikan antar *café*(Chou, 2018).

Berikutnya dapat dilihat pada tabel I.2 terdapat kekurangan fasilitas dibandingkan dengan pesaing pendatang yang dapat mengancam *competitive advantage* dari *Diagram coffee & space*. Kekurangan fasilitas di *coffee shop* dapat mengurangi *competitive advantage* bisnis tersebut di Indonesia. Berdasarkan analisis SWOT, beberapa kelemahan seperti keterbatasan ruang parkir, keterbatasan promosi, dan pemasaran dapat berdampak negatif pada daya saing *coffee shop*. (Mahbub Junaidi M.E, 2024)

Tabel I. 2 Kekurangan Fasilitas Antar Pesaing Sekitar

Nama <i>cafe</i>		Kekurangan Fasilitas
Diagram <i>Coffee &amp; Space</i>	Rolun <i>Coffee &amp; Pastry</i>	1. Memiliki ruang parkir lebih luas 2. Konten media sosial memiliki lebih banyak <i>followers</i> 3. Memiliki Staff Ahli bidang kreatif dan <i>content creator</i>
	Groei <i>Coffee</i>	1. Memiliki ruang parkir lebih luas 2. Memiliki fasilitas hiburan <i>billiard</i>
	Bento Kopi Telkom Bandung	1. Memiliki luas lokasi yang lebih luas

Berikutnya terdapat penurunan jumlah kedatangan pelanggan disaat datangnya para pesaing baru yang di mana membuktikan bahwa para pendatang baru menjadi ancaman Diagram *Coffee & Space* dapat dilihat pada gambar I.9.



Gambar I. 9 Penurunan Jumlah Kedatangan Pelanggan

Sehingga penulis ingin menambahkan beberapa inovasi untuk meningkatkan *competitive advantage* antara bisnis *Café* di area Diagram *Coffee & Space*. Berikut ini merupakan pembahasan yang ingin dibahas oleh penulis:

1. *Customer Segment*

Mulai dari segmen pelanggan yang dituju ingin diperluas yang awal hanya para mahasiswa dan siswa yang mengerjakan tugas di tempat, ditambah menjadi para mahasiswa, siswa, dan penikmat kopi yang ingin membeli kopi *fresh* siap saji. Hal ini ingin dibahas penulis dikarenakan lokasi yang cocok di daerah ramai dan pelanggan yang sibuk

2. *Value Propositions*

Nilai yang ditawarkan ditambah. Nilai yang ditawarkan perusahaan sekarang hanya memfokuskan bagian pelayanan di tempat yang memiliki kesamaan bahkan kurang dari segi fasilitas.

3. *Customer Relationships*

Hubungan antara pelanggan dan *café* yang kurang kuat terhadap fasilitas yang disediakan secara *online*. Kurangnya informasi dan pendekatan dengan *customer* mengenai menu yang sangat diminati dan disukai. Tidak ada program loyalitas untuk pelanggan tetap.

4. *Channel*

Manfaatkan media sosial dan kerjasama dengan suatu instansi untuk promosi dan mengadakan *event*.

5. *Key Resources*

Meningkatkan kualitas layanan dan efisiensi operasional Diagram *Coffee & Space* melalui penguatan tim kreatif dan penambahan POS siap saji. Dengan sumber daya manusia yang tepat dan teknologi yang mendukung, Diagram *Coffee & Space* ini dapat memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan, meningkatkan kepuasan, dan loyalitas mereka serta memperkuat posisinya di pasar yang kompetitif.

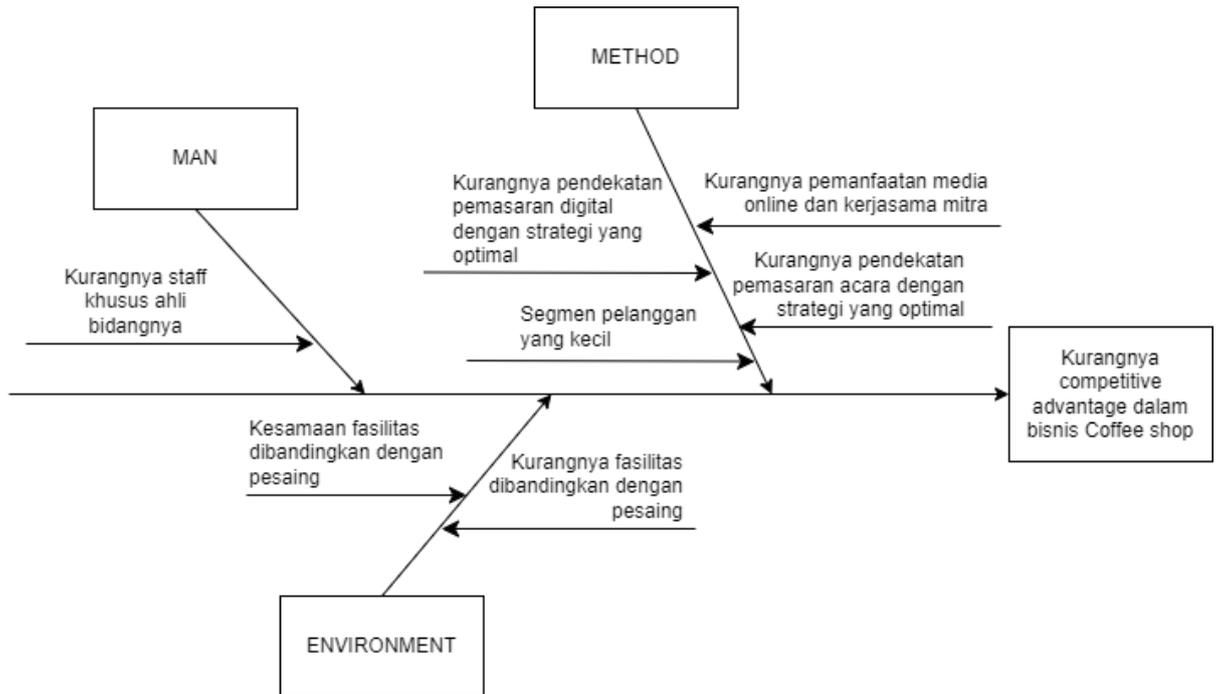
6. *Key Activities*

Meningkatkan kualitas layanan, efisiensi operasional, dan kepuasan pelanggan. Seleksi mitra yang tepat, penyewaan tempat untuk acara khusus, dan perawatan rutin peralatan semuanya berkontribusi pada penciptaan pengalaman pelanggan yang positif dan berkelanjutan. Melalui pendekatan yang terstruktur dan berfokus pada kualitas, Diagram *Coffee & Space* dapat memperkuat posisinya di pasar dan terus berkembang dalam industri yang kompetitif

7. *Key Partnerhip*

Melakukan kerja sama dengan mitra kebutuhan untuk membuat langkah strategis yang dapat membawa banyak manfaat bagi Diagram *Coffee & Space*.

### I.1.2 Analisa Akar Permasalahan Menggunakan *Fishbone*



Gambar I. 10 Fishbone Diagram

Berdasarkan permasalahan di atas, Diagram *Coffee & Space* perlu melakukan evaluasi model bisnisnya untuk dapat bersaing, bertahan, dan unggul di industri *Coffee Shop* Kabupaten Bandung. Evaluasi model bisnis tersebut diharapkan dapat membantu Diagram *Coffee & Space* dalam menjalankan bisnisnya menjadi lebih baik dari sebelumnya dan diharapkan dapat menjadi unggulan dalam bisnis *Coffee Shop*.

### I.1.3 Alternatif Solusi

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi melalui diagram *fishbone*, berikut merupakan alternatif solusi dari permasalahan tersebut, lihat tabel I.1.

## I.2 Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang didapatkan dalam proposal ilmiah ini berdasarkan latar belakang di atas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses bisnis yang ada dengan melihat kerangka *business model canvas* eksisting saat ini pada Diagram *Coffee & Space*?
2. Bagaimana cara melihat potensi perusahaan menggunakan analisis SWOT pada Diagram *Coffee shop*?
3. Bagaimana strategi pengembangan model bisnis dari Diagram *Coffee & Space*?
4. Bagaimana perancangan usulan model bisnis yang sesuai untuk Diagram *Coffee & Space* dengan menggunakan *business model canvas*?

Tabel I. 3 Alternatif Solusi

No	Akar Masalah	Solusi
1	<p>Kurangnya pendekatan pemasaran digital dengan strategi yang optimal</p> <p>Segmen pelanggan yang kecil</p> <p>Kurangnya pemanfaatan media online dan kerjasama mitra</p> <p>Kurangnya pendekatan pemasaran acara dengan strategi yang optimal</p>	Perancangan model bisnis
2	Kurangnya staff khusus ahli bidangnya	Penambahan tenaga kerja
3	Kurangnya fasilitas dibanding pesaing	Strategi pemasaran

### I.3 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dilakukannya Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Memetakan *business model canvas* Diagram *Coffee & Space* eksisting
2. Mengidentifikasi potensi usaha dengan analisis SWOT
3. Merumuskan strategi pengembangan model bisnis pada Diagram *Coffee & Space*
4. Mengusulkan *business model canvas* Diagram *Coffee & Space*

### I.4 Manfaat Tugas Akhir

Manfaat dilakukannya Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Membantu mengevaluasi dan mengembangkan bisnis Diagram *Coffee & Space* dengan memberikan rancangan model bisnis usulan
2. Tugas Akhir ini dapat memberikan referensi model bisnis untuk industri sejenis

### I.5 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ada di proposal ilmiah ini adalah sebagai berikut:

1. Tugas Akhir ini hanya sampai pada tahap usulan dan tidak sampai pada tahap implementasi
2. Tugas Akhir ini berfokus kepada model bisnis Diagram *Coffee & Space*
3. Tugas Akhir ini tidak membahas secara mendetail tentang aspek finansial karena perusahaan tidak mengizinkan untuk memberikan data finansial perusahaan untuk dianalisis
4. Tugas Akhir ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh pelaku bisnis

## **I.6 Sistematika Penulisan**

Sistematika penulisan pada Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I Pendahuluan**

Bab ini berisi uraian penjelasan mengenai latar belakang masalah, alternatif solusi, perumusan masalah yang bertujuan untuk menyelesaikan masalah dengan sistem integrasi yang terdiri dari manusia dengan material, mesin, informasi dan energi, tujuan Tugas Akhir, manfaat Tugas Akhir, dan sistematika penulisan.

### **BAB II Landasan Teori**

Bab ini berisi tentang kajian literatur yang relevan untuk melakukan Tugas Akhir terhadap permasalahan dan juga dibahas beberapa Tugas Akhir yang telah dilakukan sebelumnya.

### **BAB III Sistematika Penyelesaian Masalah**

Bab ini menjelaskan langkah-langkah Tugas Akhir untuk menyelesaikan masalah dengan metode yang dipilih sebelumnya. Penyelesaian masalah merupakan urutan langkah-langkah yang akan dilakukan oleh penulis dalam menyelesaikan permasalahan yang ada secara rinci yang meliputi tahapan merumuskan masalah, menyusun model Tugas Akhir, mengembangkan model, mengidentifikasi dan melakukan operasional variabel, menyusun kuesioner, merancang pengumpulan dan pengolahan data, dan merancang analisis pengolahan data dalam rangka perancangan sistem terintegrasi untuk penyelesaian masalah.

### **BAB IV Pengumpulan dan Pengolahan Data**

Bab ini membahas spesifikasi rancangan ditentukan berdasarkan data dan proses rancangan yang dilakukan sesuai dengan tahap yang telah dijabarkan pada sistematika perancangan. Bauran dari tahapan ini adalah hasil rancangan yang sesuai dengan spesifikasi yang telah ditetapkan dan merupakan perancangan usulan dari permasalahan yang diselesaikan.

### **BAB V Analisis**

Bab ini berisi analisis verifikasi rancangan yang dihasilkan dan validasi atas model bisnis yang diusulkan. Selain itu, juga berisi rencana implementasi atas usulan

### **BAB VI Kesimpulan dan Saran**

Bab ini merupakan kesimpulan yang di dapat dari Tugas Akhir yang telah dilakukan dan saran untuk Tugas Akhir selanjutnya.