

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan pelaksanaan penelitian dan sistematika penulisan laporan penelitian.

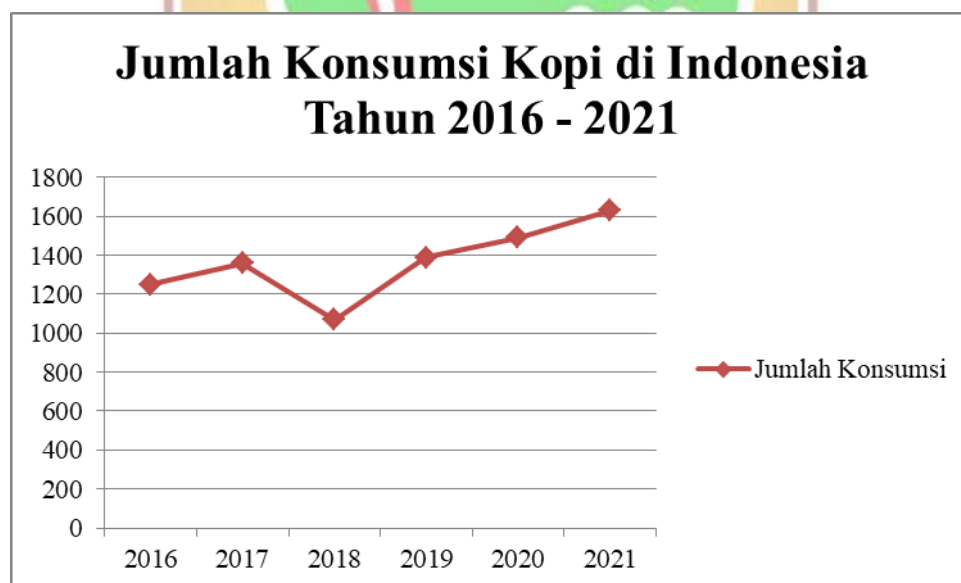
### **1.1 Latar Belakang**

Kemunculan *coffee shop* yang marak pada era *modern* saat ini tumbuh seiring dengan meningkatnya mobilitas dan gaya hidup masyarakat Indonesia. Tahun 2011, merupakan puncak tertinggi nilai pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia, yaitu melebihi angka 15% (Lawrance & Wicaksono). Kedai kopi *modern* di Indonesia pertama dipelopori oleh industri kopi *Starbucks*, pada peringkat kedua *Excelso Cafe* yang merupakan *coffee shop* lokal, dan peringkat ketiga adalah *The Coffee Bean & Tea Leaf*. Merek *coffee shop* lokal yang tidak kalah bersaing dengan merek internasional di Indonesia tersebut telah menyebabkan tren pertumbuhan *coffee shop* di Indonesia meningkat dari tahun ke tahun (Afriyanti, Sintia.; Rasmikayati, 2018).

Kebiasaan minum kopi kini tidak lagi menjadi sebuah kebutuhan serta menahan rasa kantuk, melainkan sebuah gaya hidup di kalangan generasi muda. Minum kopi adalah sebuah *moodboster*, membuat mereka lebih dinamis serta inspiratif dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Selain itu, minum kopi juga dapat bermanfaat bagi kesehatan tubuh. Mengonsumsi kopi juga memiliki efek menguntungkan untuk sejumlah penyakit kronis, termasuk kanker, dan kondisi kardiovaskular, metabolisme, dan neurologis (Grosso dkk., 2017).

Berdasarkan hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (SUSENAS) oleh BPS, permintaan kopi untuk konsumsi rumah tangga pada umumnya berupa kopi bubuk/kopi biji. Selama tahun 2016-2021, konsumsi kopi per kapita selalu

mengalami peningkatan sekitar 2,76% per tahun seperti pada gambar 1. Pada tahun 2016, konsumsi kopi per kapita per tahun sebesar 1.288 kg/kapita/tahun dan meingkat sekitar 4,58% atau menjadi 1.347 kg/kapita/tahun pada tahun 2017. Pertumbuhan konsumsi kopi yang terbilang tidak stabil pada tahun 2016-2018 atau fluktuatif. Sedangkan pada 3 tahun terakhir pertumbuhan konsumsi kopi di Indonesia meningkat secara terus menerus, hal ini dikarenakan perkembangan zaman yang menyebabkan mengkonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup bagi warga Indonesia. Selama periode tersebut, penurunan konsumsi kopi tertinggi terjadi di tahun 2018 sebesar 22,11%, dari 1,366 kg/kapita/tahun pada tahun 2017 menjadi 1.064 kg/kapita/tahun di tahun 2018. Berdasarkan hasil tersebut industri kopi menjadi salah satu industri yang dapat terus berkembang pesat. Adapun faktor-faktor yang juga perlu diperhatikan agar industri kopi tersebut dapat berkembang dengan pesat salah satunya yaitu faktor pemasaran.



**Gambar 1.1** Perkembangan Konsumsi Kopi di Indonesia

Peneliti mengambil objek penelitian disalah satu industri kopi yaitu Patua Kopi yang terletak di wilayah Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat. Setelah melakukan wawancara dengan pemilik Patua Kopi yaitu Adam, didapatkan bahwa yang mempengaruhi adanya penjualan yang naik turun pada Patua Kopi salah satunya adalah pemasaran, pemasaran yang ada di Patua Kopi belum memanfaatkan *e-commerce* yang menyebabkan penjualan tidak maksimal dimana

pada bisnis kopi pada umumnya telah menerapkan konsep tersebut yang meningkatkan penjualan. Pemasaran pada Patua Kopi hanya mengandalkan teknik *Word of Mouth* (mulut ke mulut) dan masih terbatas pada wilayah Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat. Pemasaran seperti promosi dan juga *relationship marketing* hanya dilakukan oleh Patua Kopi pada awal awal diluncurkannya Patua Kopi dan berarti kegiatan pemasaran sudah jarang dilakukan lagi dengan anggapan bahwa Patua Kopi sudah dikenal oleh orang banyak. Penjualan dilakukan dengan menggunakan media sosial seperti *Instagram* dan sistem pesan antar yang bisa dilakukan dengan datang langsung ke toko ataupun bisa lewat *e-commerce* seperti Go-jek, Grab, dan juga *Shopeefood* atau dengan datang langsung ke tempat produksi yang berada di wilayah Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat.

Patua Kopi sudah berdiri sejak tahun 2018 dengan memperkerjakan 4 orang karyawan. Patua Kopi berlokasi di jalan Kebon Sirih Barat 1 No 28, Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat. Daerah Khusus Ibukota Jakarta. Lokasi yang berada ditengah perumahan warga dan tidak berada di tepi jalan utama menyebabkan akses calon pembeli ke toko kopi cukup sulit didatangi. Sehingga dalam pencarian lokasi Patua Kopi ini sedikit sulit untuk ditemukan. Selain itu, area parkir yang tidak cukup luas menyebabkan kendaraan pembeli menghambat jalan perumahan. Patua Kopi ini hanya memiliki 1 pemasok biji kopi yang dipasok dari mitra kerja langsung di daerah Jakarta Pusat. Jenis kopi yang di produksi terdiri dari 2 macam, yaitu *espresso beans* dan *specialty beans*. Perbedaan kedua jenis kopi tersebut terletak pada cara penggunaannya, *espresso beans* merupakan biji kopi yang digunakan untuk membuat kopi susu, *americano*, *cafe latte* ,dll. Sedangkan *specialty beans* merupakan biji kopi yang dibuat untuk minuman kopi yang dibuat secara manual seperti V60, *vietnam drip* ,dll. *Specialty beans* merupakan biji kopi yang terdiri dari 100% arabika sehingga dijual dengan harga yang lebih mahal karena dari segi rasa terdapat rasa yang berbeda dari setiap biji kopi yang dihasilkan oleh setiap daerah. *Specialty beans* dijual dengan harga Rp120.000/100gr dan *espresso beans* dijual dengan harga Rp100.000/100gr.

Berikut dapat dilihat pada **Tabel 1.1** Data jumlah produksi pada Patua Kopi tahun 2021.

**Tabel 1.1** Data Jumlah Produksi di Patua Kopi tahun 2021 (Patua Kopi, 2021).

No	Bulan	Jenis Kopi		Total (Kg)/ Tahun
		<i>Espresso Beans</i>	<i>Specialty Beans</i>	
1	Januari	21456	1656	23112
2	Februari	22770	1710	24480
3	Maret	22932	1296	24228
4	April	21582	1584	23166
5	Mei	20754	1656	22410
6	Juni	21024	1998	23022
7	Juli	23004	1512	24516
8	Agustus	21528	1962	23490
9	September	23832	1998	25830
10	Oktober	20952	1926	22878
11	November	22104	1620	23724
12	Desember	19980	1746	21726

Pada **Tabel 1.1** tampak jelas bahwa produksi kopi yang terbesar adalah jenis *espresso beans*. *Espresso beans* adalah jenis kopi yang paling diunggulkan dan paling diminati konsumen karena *espresso beans* dapat digunakan pada minuman yang banyak digemari oleh kalangan masyarakat dan bisa digunakan untuk membuat berbagai macam minuman. Produksi kopi pada tahun 2021 mengalami penjualan yang naik turun. Hal ini dapat terjadi karena kondisi ekonomi yang sulit dengan adanya pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak *cafe* ditutup yang mengakibatkan permintaan menurun.

Banyaknya perusahaan yang menghasilkan produk sejenis di wilayah Kecamatan Menteng, Jakarta Pusat membuat Patua Kopi sulit untuk mempertahankan posisi produknya. Semakin banyak perusahaan yang menghasilkan *roasted beans* maka semakin banyak pula pilihan bagi pelanggan atau konsumen untuk dapat memilih *roasted beans* yang berkualitas dan sesuai dengan yang diharapkannya. Pesaing dari Patua Kopi terdapat 8 industri, yaitu



Anomali Coffee, Kopi Kenangan, Pigeonhole Coffee, Giyanti Coffee, Kopi Toko Djawa, Kopi Tuku, Gramasi Coffee, Saudagar Coffee. Dilihat dari perbandingan jumlah produksinya, pesaing dari Patua Kopi memproduksi kopi yang lebih banyak dibandingkan dari Patua Kopi sendiri, contohnya industri Pigeonhole Coffee, Giyanti Coffee dan Kopi Toko Djawa.

Berikut dapat dilihat pada **Tabel 1.2** Perbandingan Volume Produksi Patua Kopi dengan Pesaingnya.

**Tabel 1.2** Perbandingan Volume Produksi Patua Kopi dengan Pesaingnya (Pigeonhole Coffee, Giyanti Coffee, Kopi Toko Djawa dan Patua Kopi, 2021).

Bulan	Jumlah Produksi (Kg)			
	Pigeonhole Coffee	Giyanti Coffee	Kopi Toko Djawa	Patua Kopi
Januari	100815	81612	38486	23112
Februari	101094	81464	38202	24480
Maret	100356	81546	39248	24228
April	100450	81686	38486	23166
Mei	100560	81026	38464	22410
Juni	100446	81068	38408	23022
Juli	100944	81284	39064	24516
Agustus	100422	81486	39202	23490
September	100886	80848	38828	25830
Oktober	100248	81026	39648	22878
November	100126	80684	39978	23724
Desember	100352	81442	40164	21726

Berdasarkan **Tabel 1.2** dapat dilihat bahwa industri Pigeonhole Coffee memproduksi paling banyak diantara industri kopi yang lain dengan total produksi 1.207kg pada tahun 2021. Jumlah penjualan di Patua Kopi terdapat naik turun di setiap bulannya, hal ini dikarenakan adanya peraturan yang mengharuskan *cafe* untuk buka dengan kapasitas hanya 50% dan jam operasional juga di batasi. Berikut dapat dilihat pada **Tabel 1.3** data penjualan kopi di Patua Kopi.

**Tabel 1.3** Data Penjualan Patua Kopi (Patua Kopi, 2021).

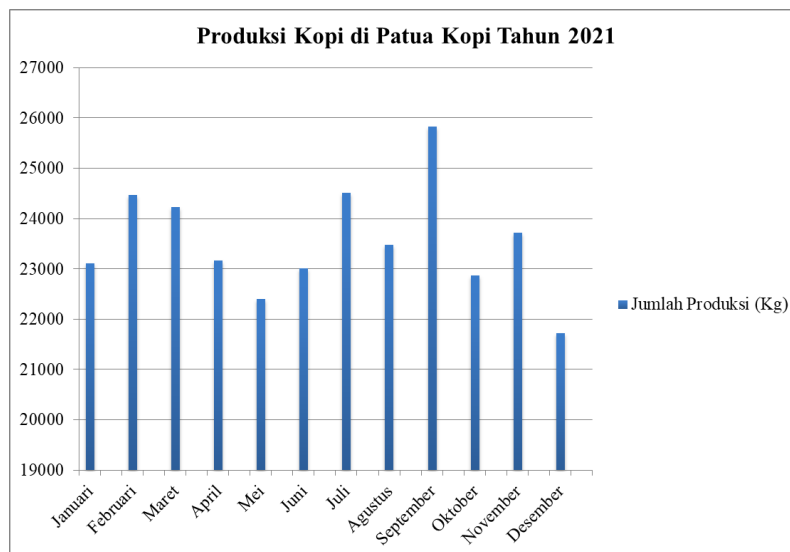
No	Bulan	Jenis Kopi		Total (Kg)/ Tahun
		<i>Espresso Beans</i>	<i>Specialty Beans</i>	
1	Januari	21240	1440	22680
2	Februari	22554	1494	24048
3	Maret	22716	1080	23796
4	April	21366	1368	22734
5	Mei	20538	1440	21978
6	Juni	20808	1782	22590
7	Juli	22788	1296	24084
8	Agustus	21312	1746	23058
9	September	23616	1782	25398
10	Oktober	20736	1710	22446
11	November	21888	1404	23292
12	Desember	19764	1530	21294

**Tabel 1.4** Data Perbandingan Penjualan Pesaing (Pigeonhole Coffee, Giyanti Coffee, Kopi Toko Djawa dan Patua Kopi, 2021).

Bulan	Jumlah Produksi (Kg)			
	Pigeonhole Coffee	Giyanti Coffee	Kopi Toko Djawa	Patua Kopi
Januari	100615	81412	38286	22680
Februari	100894	81264	38002	24048
Maret	100156	81346	39048	23796
April	100250	81486	38286	22734
Mei	100360	80826	38264	21978
Juni	100246	80868	38208	22590
Juli	100744	81084	38864	24084
Agustus	100222	81286	39002	23058
September	100686	80648	38628	25398
Oktober	100048	80826	39448	22446
November	99926	80484	39778	23292
Desember	100152	81242	39964	21294

Berdasarkan **Tabel 1.3** dapat dilihat bahwa data penjualan kopi di Patua Kopi pada tahun 2021 mengalami penjualan yang naik turun. Pada bulan September, total penjualan kopi sebesar 25,4kg dan mengalami penurunan paling besar sebanyak 4,1kg.

Sedangkan pada **Tabel 1.4** dapat dilihat bahwa pesaing dari Patua Kopi yaitu Pigeonhole Coffee, Giyanti Coffee dan Kopi Toko Djawa didapatkan bahwa penjualan terhitung stabil karena pada Pigeonhole Coffee, Giyanti Coffee dan Kopi Toko Djawa hanya berbanding 0,2kg dengan data produksi di setiap bulannya. Sedangkan pada Patua Kopi berbanding sekitar 1-5kg dan mengalami naik turun di setiap bulannya. Penurunan penjualan kopi di Patua Kopi pada tahun 2021 terakhir dapat dilihat grafiknya pada **Gambar 1.2**.



**Gambar 1.2** Data Produksi Kopi di Patua Kopi Tahun 2021

Berdasarkan **Gambar 1.2** dapat disimpulkan bahwa penjualan di Patua Kopi mengalami naik turun pada tahun 2021. Penurunan penjualan dapat disebabkan karena kekurangan-kekurangan yang dimiliki oleh Patua Kopi. Pada tahun 2021 promosi menjadi semakin jarang dilakukan oleh Patua Kopi, dengan anggapan bahwa Patua Kopi ini namanya sudah terkenal di wilayah Kecamatan Menteng. Sehingga pasar yang membeli hanya orang-orang itu saja serta kurangnya memperhitungkan tempat penjualan yang strategis. Apabila kondisi tersebut berlangsung secara terus menerus maka Patua Kopi akan mengalami kerugian.

Persaingan bisnis pada bidang kedai kopi sangat sengit menuntut perusahaan untuk terus mengembangkan kreatifitas, ide serta keunikan yang

menjadi salah satu upaya menarik pelanggan. Bisnis yang kreatif akan menghasilkan inovasi-inovasi yang menjadi keunggulan dan berdaya saing dalam menghadapi kondisi saat ini dan masa depan. Langkah dalam menentukan strategi bisnis yang sesuai guna meningkatkan pendapatan salah satunya dengan melakukan inovasi pada model bisnis. Menurut Amit dan Zott (2012), inovasi model bisnis merupakan alat kompetitif yang berpotensi kuat meningkatkan keunggulan kinerja perusahaan yang berkelanjutan. Menurut Magretta (2002), Model bisnis yang baik tetap penting untuk setiap kesuksesan organisasi, baik itu usaha baru atau pemain yang sudah mapan lewat sebuah nilai yang ditawarkan kepada pelanggan

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan permasalahan yang terjadi di Patua Kopi, yaitu persaingan dari usaha dengan produk sejenis yang meningkat, dan menurunnya penjualan. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan, pemilik Patua Kopi menginginkan usaha yang didirikannya dapat terus bertahan dan berkembang. Oleh karena itu, antara permasalahan yang ditemui dan keinginan dari pemilik usaha memiliki penyelesaian masalah yang sejalan. Berdasarkan hal tersebut, dirasa perlu untuk mengevaluasi model bisnis yang diterapkan oleh Patua Kopi saat ini. Evaluasi akan dapat membantu Patua Kopi dalam mengidentifikasi peluang untuk meningkatkan kinerja bisnis, menggali kelemahan yang perlu diperbaiki dan mengarahkan strategi bisnis yang lebih baik.

Penelitian ini menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan analisis SWOT dalam mengevaluasi Bisnis Model Patua Kopi. Secara umum, BMC dan analisis SWOT saling melengkapi dalam perencanaan strategis bisnis. Dalam hal ini, BMC membantu mengidentifikasi elemen inti dari model bisnis, sedangkan analisis SWOT tentang faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kesuksesan model bisnis. Sebagai contoh, kekuatan yang diidentifikasi dalam analisis SWOT dapat dihubungkan dengan elemen-elemen kunci BMC saat ini, seperti proposisi nilai atau segmen pelanggan, untuk mengidentifikasi aspek yang menjadi keunggulan kompetitif. Begitu pula, kelemahan yang diidentifikasi dalam analisis SWOT dapat dipetakan ke komponen-komponen tertentu dalam BMC,



menyoroti area yang membutuhkan perbaikan atau inovasi yang diperlukan. Quantitative Strategic Planning Matrix (QSPM) merupakan metode untuk melakukan evaluasi pilihan alternatif secara objektif, menetapkan daya tarik relative dari tindakan alternatif yang layak dan memutuskan strategi mana yang terbaik.

Dengan menggunakan kedua kerangka kerja ini secara bersama-sama, Patua Kopi dapat mengembangkan strategi bisnis yang lebih baik. Pendekatan terintegrasi ini memungkinkan Patua Kopi untuk memanfaatkan kekuatan mereka, mengatasi kelemahan, memanfaatkan peluang, dan mengurangi ancaman, sehingga menghasilkan strategi bisnis yang lebih efektif dan berkelanjutan. Strategi bisnis yang dihasilkan nantinya akan memperbaharui element-element inti bisnis Patua Kopi dalam model bisnis saat ini, menjadi element-element ini bisnis yang diperbaharui, yang akan dituangkan di dalam BMC usulan.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merumuskan perbaikan model bisnis bagi keberlanjutan bisnis Patua Kopi.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu memberikan rekomendasi pembaharuan model bisnis untuk meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis Patua Kopi.

## **1.4 Batasan Masalah**

Batasan masalah pada penelitian ini yaitu penelitian ini membahas aspek produksi dan aspek pemasaran pada Patua Kopi.

## 1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

### BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisikan tentang latar belakang, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan dan sistematika penulisan dari penelitian.

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan mengenai teori-teori yang terkait dengan penelitian yang berasal dari jurnal, buku maupun sumber informasi lainnya.

### BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini berisikan tentang langkah-langkah atau tahapan pengumpulan data dan teori yang digunakan dalam penelitian.

### BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab ini berisi mengenai pengolahan data yang dilakukan menjadi tiga bagian yaitu pembuatan model bisnis canvas saat ini, evaluasi model bisnis saat ini, dan penggambaran model bisnis usulan.

### BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang tahapan-tahapan dalam perumusan strategi pada Patua Kopi. Tahapan-tahapan perumusan strategi yaitu tahap input, tahap pencocokan, dan tahap keputusan. Setelah didapatkan hasil strategi alternatif dari hasil perumusan strategi, kemudian strategi digambarkan menjadi model bisnis rekomendasi dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

### BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan saran-saran untuk penelitian selanjutnya.