

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang dilakukannya penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah serta sistematika penulisan laporan penelitian.

1.1 Latar Belakang

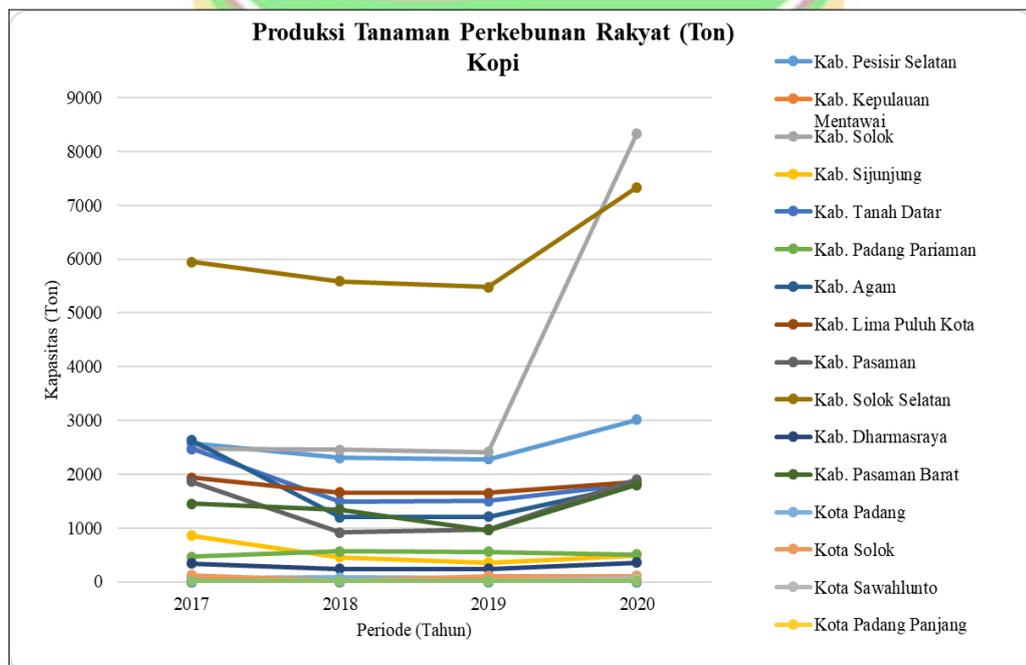
The logo of Universitas Andalas is a circular emblem. At the top, a banner reads "UNIVERSITAS ANDALAS". The center features a green tree with a red flame-like shape at its top. Below the tree, a banner reads "UMMAH KEDJAJAAN". The bottom part of the emblem is decorated with green and yellow floral patterns.

Indonesia merupakan negara yang mempunyai lahan perkebunan dan pertanian yang luas dan dimanfaatkan dengan baik (Kementan, 2020). Indonesia memiliki hasil bumi dari perkebunan dan pertanian yang menopang perekonomian negara salah satunya yaitu kopi (Badan Pusat Statistik, 2019). Indonesia merupakan produsen kopi urutan keempat dunia, setelah Brasil, Vietnam, dan Kolombia; sebagai konsumen berada dalam urutan ketujuh (ICO, 2017). Sementara itu, sebagai produk perkebunan Indonesia, kopi berada di urutan keenam setelah kelapa sawit, karet, gula, teh, dan kakao (Kemenperindag, 2017). Kopi merupakan minuman yang sangat diminati masyarakat di Indonesia bisa dilihat dari *coffee shop* yang tersebar di kota-kota besar dan kedai kopi kecil di pedesaan.

Kopi yang sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia pun memiliki dampak pada petani kopi di Sumatra Barat. Masyarakat Sumatra Barat menganggap bahwa meminum kopi merupakan kebiasaan dan gaya hidup. Kebiasaan ini memberikan dampak meningkatnya kebutuhan kopi bagi masyarakat. Hal tersebut tentunya mengharuskan petani kopi khususnya di daerah Sumatra Barat meningkatkan produksi kopi dari tahun-tahun sebelumnya. Produksi kopi di provinsi Sumatra Barat mengalami peningkatan di tahun 2020 dari tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatra Barat, 2020). Data produksi kopi provinsi Sumatra Barat dapat dilihat pada **Tabel 1.1**.

Tabel 1.1 Data Produksi Kopi Provinsi Sumatera Barat (Sumber: Badan Pusat Statistik Provinsi Sumatera Barat, 2020)

Kota/Kabupaten	Produksi Tanaman Perkebunan Rakyat (Ton)			
	Kopi			
	2017	2018	2019	2020
Kab. Kepulauan Mentawai	0	0	0	0
Kab. Pesisir Selatan	2571	2302	2279	3015
Kab. Solok	2466.8	2455.2	2413	8338
Kab. Sijunjung	854	454.7	355	486
Kab. Tanah Datar	2466.8	1496	1498	1830
Kab. Padang Pariaman	463	564.9	560	505
Kab. Agam	2627	1204	1206	1808
Kab. Lima Puluh Kota	1935.6	1657.2	1653	1862
Kab. Pasaman	1856.84	915	978	1899
Kab. Solok Selatan	5949	5585.3	5477	7329
Kab. Dharmasraya	336.81	242.6	243	353
Kab. Pasaman Barat	1450.35	1345	955	1802
Kota Padang	62	79	66	105
Kota Solok	120.73	11.7	106	107
Kota Sawahlunto	6.5	11	11	60
Kota Padang Panjang	0	6	6.5	22
Kota Bukittinggi	1.03	3.5	3.5	6
Kota Payakumbuh	13.3	13.1	12.5	12
Kota Pariaman	0	0	0	0
Provinsi Sumatera Barat	22291.48	18452.2	17822.5	29539



Gambar 1.1 Produksi Kopi Provinsi Sumatera Barat Tahun 2017-2020

Berdasarkan **Tabel 1.1**, dapat dilihat bahwa terdapat penurunan produksi kopi dari tahun 2017 hingga 2019, namun terdapat peningkatan produksi kopi secara signifikan di provinsi Sumatra Barat dari tahun 2019 hingga tahun 2020 yaitu sebesar 65,74%. Peningkatan ini disebabkan oleh tingginya permintaan kopi baik dari luar negeri maupun dalam negeri. Menurut Nurdianah (2019), mengkonsumsi kopi sudah menjadi gaya hidup masyarakat Indonesia. Berdasarkan data *Euromonitor coffee shop* di Indonesia selalu bertambah setiap tahunnya, bahkan 16% setiap tahunnya.

Permintaan kopi mengalami peningkatan menurut Torga & Spers, (2020), dipengaruhi dua faktor yakni, faktor demografi (populasi) dan pendapatan per kapita. Populasi dunia terus mengalami peningkatan secara logaritmik (*logarithmic scale*) dengan pertumbuhan 5,99% dari tahun 2017 sampai 2022. Dalam memenuhi tingginya permintaan kopi, dibutuhkan peran IKM dalam mengolah biji kopi yang dihasilkan menjadi kopi yang bisa dikonsumsi, produk-produk yang dihasilkan berupa *robusta bean*, *robusta ground*, *arabica natural*, *arabica solok*, *salimpaung*, *salimpaung honey*, *salimpaung natural*, *green bean*, serta minuman kopi. Salah satu IKM di kota Padang yang bergerak dalam pengolahan biji kopi yaitu KINCIU *Roastery*.

KINCIU *Roastery* berlokasi di Jalan Durian Tarung No.6, Pasar Ambacang, Kecamatan Kuranji, Kota Padang, Sumatra Barat. KINCIU *Roastery* didirikan pada tahun 2020 dan sudah memproduksi berbagai macam produk kopi arabica maupun kopi robusta. KINCIU *Roastery* didirikan oleh bapak Erwin Tri Putra dengan tujuan untuk mengenalkan kopi hasil pertanian Sumatra Barat yang rasanya bisa bersaing dengan kopi dari daerah lainnya. Produk yang ditawarkan oleh KINCIU *Roastery* di antaranya yaitu kopi susu *blend*, *arabica specialty roast bean*, *arabica specialty green bean*, *robusta fine*, *robusta premium*, dan lainnya. Kopi *roast bean* dan *green bean* yang ditawarkan juga memiliki cita rasa yang berbeda sesuai dari daerah asal biji kopi yang diambil. KINCIU *Roastery* mengambil bahan dari petani kopi langsung ke daerah penghasil kopi di Sumatra Barat, yaitu Solok, Tanah Datar, Batu Sangkar, dan lainnya untuk diambil biji kopi yang berkualitas untuk diolah kembali.

KINCIU *Roastery* melibatkan lima orang tenaga kerja diantaranya yaitu satu orang pemilik, satu orang manajer, satu orang *roaster*, dan dua orang *crew* karyawan. KINCIU *Roastery* memiliki satu bangunan yang mencakup kantor, ruang produksi dan *stand coffee shop*. KINCIU *Roastery* memiliki satu mesin *roaster*, dua mesin *grinding* kecil, satu mesin *grinding* besar, dan satu *sealer* besar untuk menunjang proses produksi.

KINCIU *Roastery* mampu memproduksi kopi sebanyak 2,8 ton pada tahun 2020 dan 3 ton pada tahun 2021. Data penjualan secara lengkap dapat dilihat pada **Lampiran A**. Proses produksi kopi dilakukan dengan beberapa tahapan yaitu penyortiran biji kopi, proses *roasting*, proses *grinding*, dan diakhiri dengan pengemasan. Proses penyortiran dilakukan untuk menyeleksi biji kopi yang cacat sehingga biji kopi yang cacat tidak mengubah cita rasa kopi yang akan diproduksi. Proses penyortiran biji kopi masih dilakukan secara manual, yaitu dengan melihat fisik biji kopi secara langsung. Kualifikasi yang digunakan oleh KINCIU yaitu warna dan bentuk. Warna yang dianggap tidak sesuai klasifikasi adalah biji kopi yang memiliki warna yang tidak seragam seperti terlalu pucat ataupun terlalu pekat atau gosong. Sedangkan bentuk biji kopi yang tidak sesuai yaitu biji kopi yang memiliki retakan, pecah, atau bentuk yang tidak sempurna. Perbandingan biji kopi yang sesuai dan tidak sesuai dengan kualifikasi dapat dilihat pada **Gambar 1.2** dan **Gambar 1.3**.



Gambar 1.2 Biji Kopi Lulus Kualifikasi



Gambar 1.3 Biji Kopi Tidak Lulus Kualifikasi

Proses selanjutnya adalah proses *roasting* yang dilakukan dengan memanggang biji kopi di mesin *roasting* selama 15 menit dan mendinginkan biji kopi selama 15 menit. Biji kopi yang sudah di-*roasting* sebagian akan masuk ke mesin *grinding* untuk digiling halus dan sebagian biji kopi lainnya akan langsung dikemas. Biji kopi yang telah melalui proses *grinding* akan dikemas langsung atau ditambahkan gula dan susu sebelum dikemas. Proses pengemasan produk kopi dilakukan dengan memasukkan hasil produk ke kemasan sesuai variannya, kemudian di-*press* menggunakan *sealer*. Produk yang sudah dikemas nantinya akan langsung disalurkan atau dimasukkan ke dalam gudang penyimpanan.

Harga kopi kemasan yang ditawarkan oleh KINCIU *Roastery* sangat beragam mulai dari harga Rp 40.000,- hingga Rp 160.000,- per kemasan untuk varian *robusta*, dan Rp 55.000,- hingga Rp 360.000,- per kemasan untuk varian *arabica*. Harga produk yang ditawarkan ditentukan berdasarkan survei pasar dan aspek manajemen KINCIU *Roastery*. Berikut adalah salah satu contoh produk KINCIU *Roastery* dapat dilihat pada **Gambar 1.4**.



Gambar 1.4 Kopi *Roastbean* KINCIU

KINCIU *Roastery* melakukan promosi dan penjualan produk melalui *offline* dan *online*. Promosi dan penjualan *online* hanya dilakukan melalui *social media* berupa Whatsapp Messenger. Pemilik KINCIU *Roastery* melakukan promosi dengan cara mengunggah poster KINCIU *Roastery* melalui status Whatsapp Messenger. Promosi *offline* dilakukan oleh KINCIU *Roastery* dengan mengikuti *event* kopi seperti *event cupping* kopi (Proses mengobservasi rasa sebelum kopi dituang ke dalam cangkir para penikmat kopi) dengan komunitas penggemar kopi. Kegiatan promosi lainnya juga berupa pelatihan IKM berbasis *roaster* yang dilakukan di hotel Truntum pada tanggal 19 hingga 21 Oktober 2022. KINCIU *Roastery* juga melakukan penjualan *offline* KINCIU *Roastery* dengan cara memasarkan produk dengan menyalurkan dan menjual ke kota-kota di Sumatra Barat dengan melakukan kerjasama dengan hotel dan *coffee shop* di kota-kota besar yang ada di Sumatra Barat sebagai pemasok kopi. KINCIU *Roastery* juga melakukan penjualan secara *offline* di gerai milik KINCIU *Roastery*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik KINCIU *Roastery*, yaitu Pak Erwin Tri Putra, dia menjelaskan beberapa kendala dan masalah yang dihadapi KINCIU *Roastery* dalam menjalankan bisnisnya. Kendala pertama yaitu terdapat pengurangan jumlah mitra dari segmen pembeli produk kopi KINCIU *Roastery* yang mengakibatkan fluktuasi pada penjualan KINCIU *Roastery* selama tahun 2022. Daftar mitra yang bekerja sama dengan KINCIU *Roastery* dapat dilihat pada **LAMPIRAN D**. Media promosi yang dimiliki oleh KINCIU hanya berupa Whatsapp Messenger dan akun Instagram dengan *username* @kinciu.coffee.Roastery. Penggunaan sosial media Instagram sebagai media promosi KINCIU *Roastery* dilakukan secara tidak maksimal yang dapat dilihat dari unggahan akun Instagram dengan rentang waktu yang cukup lama antar unggahan. Saat ini, KINCIU *Roastery* hanya memasok produk mereka kepada pelanggan/kenalan yang sudah ada dari lama. Kendala tersebut terjadi dikarenakan kurangnya penjualan yang disebabkan oleh kurang dikenalnya kopi KINCIU secara meluas di kota Padang.

Kendala kedua yaitu KINCIU *Roastery* tidak banyak memiliki pemasok tetap untuk memasok biji kopi. Biji kopi yang dipakai untuk bahan baku produksi kebanyakan diambil langsung dari petani kopi di daerah Sumatra Barat. Saat ini terdapat tujuh pemasok tetap yang memasok bahan baku ke KINCIU. Sistem pemesanan bahan baku adalah *pre-order* sehingga jumlah bahan baku yang dikirim setiap bulannya tidak tetap. Hal tersebut dipengaruhi oleh ketersediaan bahan baku yang dimiliki oleh pemasok saat pemesanan dilakukan, yang sewaktu-waktu dapat terpengaruh karena gagal panen. Daftar pemasok yang menjalin kerja sama dengan KINCIU *Roastery* untuk saat sekarang ini dapat dilihat pada **Tabel 1.2**.

Tabel 1.2 Pemasok Bahan Baku Kopi

Pemasok	Lokasi	Jenis Kopi	Banyak (Kg)
Camintoran	Solok selatan	Robusta	50-100
ALCO	Kota Padang	Arabica	10
Solok Rajo	Kota Solok	Arabica	50
Salimpaung	Tanah Datar	Robusta	50
Tabek Patah	Tanah Datar	Arabica	10
Talu	Pasaman Barat	Arabica	10
Situjuah	Lima Puluh Kota	Robusta	50

Kendala ketiga yaitu kualitas hasil produksi yang tidak sesuai. Kendala ini disebabkan oleh kendala kedua yaitu pasokan bahan baku yang kurang berkualitas sehingga menyebabkan berkurangnya bahan baku yang akan diproduksi. Kurangnya bahan baku akan menyebabkan penurunan jumlah produksi. Selain itu, bahan baku yang kurang sesuai akan memberikan dampak pada kualitas produk yang dihasilkan, yaitu tidak menghasilkan rasa kopi yang konsisten. Kendala tersebut diperoleh berdasarkan hasil wawancara dengan Bapak Erwin Tri Putra selaku pemilik KINCIU *Roastery*.

Berdasarkan kendala yang ada, KINCIU *Roastery* harus menentukan suatu perencanaan strategi untuk menghadapi permasalahan-permasalahan yang terjadi. Perencanaan strategi ini akan menjadi suatu keunggulan bagi perusahaan untuk bersaing dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Maka dari itu diperlukannya

pembenahan pada model bisnis KINCIU *Roastery*. Data mengenai hasil wawancara *Business Model Canvas* saat ini dapat dilihat pada **Lampiran B**.

Perancangan model bisnis dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) untuk menganalisis model bisnis KINCIU *Roastery* saat ini dan memberikan rancangan model bisnis baru yang akan dijalani untuk ke depannya. Strategi bisnis yang baru ditetapkan setelah mengevaluasi strategi bisnis yang ada pada saat ini dengan *Business Model Canvas*. Strategi bisnis terpilih akan menjadi suatu keunggulan bagi KINCIU *Roastery* untuk bersaing dalam lingkungan yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, model bisnis yang tepat diperlukan bagi KINCIU *Roastery* untuk menghadapi kondisi tersebut sehingga dapat mengembangkan bisnisnya.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang dapat disimpulkan dalam penelitian ini adalah bagaimana melakukan perencanaan strategi bisnis yang tepat dalam upaya peningkatan dan pengembangan bisnis KINCIU *Roastery*.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang model bisnis baru dan tepat untuk KINCIU *Roastery* berdasarkan model bisnis yang ada pada saat ini dengan menggunakan metode *Business Model Canvas*.
2. Menentukan strategi yang tepat untuk pengembangan bisnis pada KINCIU *Roastery*.



1.4 Batasan Masalah

Batasan masalah yang ditetapkan dalam penelitian ini, yaitu:

1. Penelitian hanya dilakukan hingga perancangan strategi bisnis dan perancangan model bisnis baru.
2. Strategi bisnis yang dirancang merupakan adaptasi dari kondisi dan keadaan saat penelitian dilakukan.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam pembuatan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

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

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

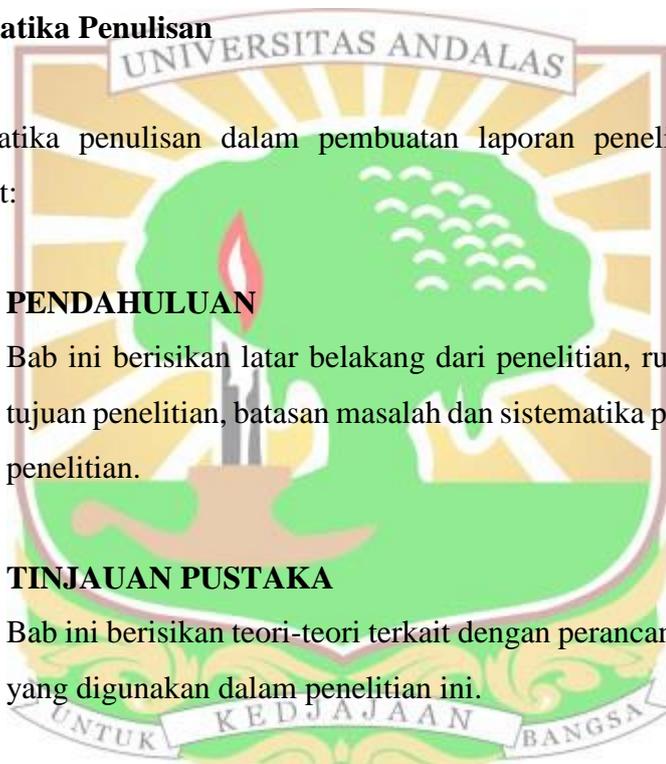
Bab ini berisikan teori-teori terkait dengan perancangan dan metode yang digunakan dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan langkah-langkah sistematis dari tahapan yang dilakukan selama melakukan penelitian, dimulai dari awal hingga akhir penelitian ini.

BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Bab data ini berisikan data yang dibutuhkan pada penelitian ini dan pengolahan data serta penggambaran *business model canvas* usulan



BAB V ANALISIS

Bab ini berisikan analisis mengenai model bisnis yang dijalankan saat ini, evaluasi business model canvas usulan serta perbandingan model bisnis saat ini dengan model bisnis usulan.

BAB VI PENUTUP

Bab ini berisikan kesimpulan dari hasil penelitian serta saran untuk penelitian selanjutnya.

