

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jurusan Administrasi Bisnis
Program Studi Administrasi Bisnis



Tanda Pengesahan Skripsi

Nama : Raga Dhia Pradana
Nomor Pokok : 2013320195
Judul : StartUp Bisnis Rumput

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana
Pada Rabu, 6 Agustus 2019
Dan dinyatakan **LULUS**

Tim Penguji
Ketua sidang merangkap anggota
Sanerya Hendrawan, Ph.D

Sekretaris

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si. : _____

Anggota

Angela Caroline, S.AB., MM. : _____

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si



Universitas Khatolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Start Up Business Rumput

Skripsi

Diajukan untuk Ujian Sidang Jenjang Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis

Oleh

Raga Dhia Pradana

2013320195

Bandung

2020



**Universitas Khatolik Parahyangan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi Administrasi Bisnis**

Terakreditasi A

SK BAN –PT NO: 3949/SK/BAN-PT/Akred/S/X/2019

Start Up Business Rumput

Skripsi

Oleh

Raga Dhia Pradana

2013320195

Pembimbing

Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si

Bandung

2020

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Raga Dhia Pradana
NPM : 2013320195
Jurusan / Program studi : Administrasi Bisnis
Judul : Start Up Bisnis Rumput

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat pihak lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila di kemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 27 July 2020

Raga Dhia Pradana

ABSTRAK.

Nama : Raga Dhia Pradana
NPM : 2013320195
Judul : Start Up Bisnis Rumput

Melihat peluang bekerja di Indonesia yang menurut banyak sumber berada dalam kondisi yang sulit, penulis tergerak untuk ikut andil dalam memecahkan sebuah masalah dengan munculnya sebuah ide bisnis berupa brand café yang dapat memberikan edukasi sekaligus daya dalam berusaha bagi masyarakat *millennials*.

Ide bisnis tersebut didasari atas sebuah metode yang dinamakan *design thinking*. Metode tersebut memiliki konsep *human-centered design* yang artinya ide tersebut berasal dari kebutuhan manusia yang diamati berdasarkan fakta nyata melalui sebuah penelitian eksperimen.

Eksperimen dilakukan melalui lembar wawancara yang dibagikan kepada beberapa café di sekitar Kota Bandung dan dengan menyebarkan kuisioner melalui media *google form* dan diolah secara statistic deskriptif yang menghasilkan beberapa analisis terkait yang dapat dijadikan strategy bagi Rumput dalam berbisnis.

Rumput merupakan sebuah merek bisnis skala mikro yang berlokasi di daerah Sukajadi, Bandung. Secara spesifik, Rumput merupakan sebuah tempat yang menyediakan makanan dan minuman, serta menawarkan fasilitas pendukung lainnya seperti *live music* dan *WiFi*. Salah satu tantangan yang dihadapi oleh bisnis skala mikro seperti Rumput yaitu tidak adanya strategi atau rencana bisnis yang mampu mempertahankan posisi bisnis dalam industri serupa yang saat ini berkembang pesat. Maka dari itu lahirlah sebuah ide dari kondisi kota Bandung yang dijuluki kota kreatif untuk berkolaborasi antar komunitas.

Berdasarkan hasil penelitian ini, Rumput sebaiknya memaksimalkan seluruh kondisi yang dapat menjadi daya saing terhadap industry kreatif agar tetap bertahan di era mendatang, sekaligus menjadi *pioneer* dalam menjadikan café yang aktif dalam berkegiatan dan berkolaborasi.

Kata kunci: Industri Kreatif, UMKM, *Design Thinking*, *Business Model Canvas*, SWOT

ABSTRAK

Nama : Raga Dhia Pradana
NPM : 2013320195
Judul : *Business Start Up Rumput*

Seeing the opportunity to work in Indonesia, which according to many sources is in difficult conditions, the writer was moved to take part in solving a problem by the emergence of a business idea in the form of a brand café that can provide education as well as power in doing business for millennials.

The business idea is based on a method called design thinking. The method has a human-centered design concept which means the idea originates from human needs that are observed based on actual facts through an experimental study.

Experiments were carried out through interview sheets distributed to several cafes around the city of Bandung and by distributing questionnaires through the Google form media and processed in descriptive statistics which produced several related analyzes that could be used as a strategy for Grass in doing business.

Grass is a micro scale business brand located in Sukajadi, Bandung. Specifically, Grass is a place that provides food and drinks, and offers other supporting facilities such as live music and WiFi. One of the challenges faced by micro scale businesses such as Grass is the absence of a strategy or business plan that is able to maintain a business position in a similar industry that is currently growing rapidly. Thus was born an idea of the condition of the city of Bandung, dubbed the creative city to collaborate between communities.

Based on the results of this study, Grass should maximize all conditions that can be competitive with the creative industry in order to stay afloat in the coming era, as well as become a pioneer in making cafes active in activities and collaborations.

company has.

Keywords: Creative Industry, Design Thinking, Business Model Canvas, SWOT

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat-Nya penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian skripsi yang berjudul “Start Up Bisnis Rumput” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu . Skripsi ini penulis buat dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Administrasi Bisnis pada jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih selama proses penelitian berlangsung, penulis mendapatkan bimbingan, arahan, dukungan, dan saran dari beberapa pihak. Sehingga penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dr. Margaretha Banowati Talim, Dra., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan ilmu arahan, dukungan dan telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberi bimbingan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.
2. Kedua orang tua penulis Adjie Sudarmaji dan Risa Ambarsari yang telah sabar, selalu menyayangi, memberikan semangat, dan mendoakan kepada penulis selama pengerjaan skripsi ini dapat selesai.
3. Bapak Pius Sugeng Prasetyo, Drs., M.Si., Ph.D. selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB., M.Si., selaku ketua program studi Ilmu Administrasi Bisnis.

4. Kepada seluruh dosen pengajar di Universitas Katolik Parahyangan yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh kegiatan studi.
5. Kepada Dinda Prayunita yang selalu menemani penulis dari awal hingga penulisan ini selesai.
6. Kepada sahabat terdekat Garibaldi Owen dan Okie Fauzie yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.
7. Semua pihak Rumpit yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, yang telah dengan tulus memberikan doa dan dukungan hingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Semoga pelaksanaan dan penyusunan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis serta pembaca. Penulis menyadari dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena keterbatasan waktu, tenaga, pengetahuan dan kemampuan yang dimiliki penulis. Penulis mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung, membantu, mendoakan, memberi motivasi memberikan dukungan dan semangat selama penulisan skripsi ini berlangsung.

Bandung, 27 Juli 2020

Raga Dhia Pradana

DAFTAR ISI

BAB 1 RUMUSAN IDE BISNIS	1
1.1	Pendahuluan..... 1
1.2	Latar Belakang Error! Bookmark not defined.
1.2.1	<i>Emphatize</i> 2
1.2.2	<i>Define</i> 4
1.2.3	<i>Ideate</i> 5
1.2.4	<i>Prototype</i> 7
1.2.5	<i>Test</i> 8
BAB 2 KAJIAN TEORITIS	9
2.1	Pengertian Bisnis dan Usaha 9
2.2	Komponen Bisnis 9
2.2.1	Produksi 9
2.2.2	Pemasaran 10
2.2.3	Sumber Daya Manusia..... 10
2.2.4	Keuangan 10
2.3	<i>Design Thinking</i> 11
2.4	Rumusan Strategi Bisnis (<i>Bussiness Model Canvas</i> - BMC)..... 12
2.5	Analisis SWOT 14
BAB 3 METODE PENELITIAN	16
3.1	Metode Penelitian 16
3.2	Metode Pengumpulan Data 16

3.2.1	Wawancara.....	16
3.2.2	Kuesioner.....	17
3.3	Teknik Analisa Data.....	18
3.3.1	<i>Design Thinking</i>	18
3.3.2	<i>Bussiness Model Canvas</i>	18
3.3.3	Analisis SWOT.....	18

BAB 4 PROFIL BISNIS RUMPUT 20

4.1	Profil Usaha.....	20
4.2	Visi dan Misi.....	21
4.3	Struktur Organisasi.....	21
4.4	Deskripsi Pekerjaan.....	22
4.4.1	Pemasaran.....	22
4.4.2	Keuangan.....	22
4.4.3	Operasional.....	23
4.4.4	Barista dan Juru Masak.....	23
4.5	Laporan Keuangan.....	24
4.5.1	<i>Set-up Costs</i>	24
4.5.2	Prakira Arus Kas.....	25
4.5.3	Prakira Laba dan Rugi.....	26
4.5.4	Neraca Keuangan.....	26
4.6	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	27

BAB 5 PERENCANAAN DAN PENGEMBANGAN BISNIS RUMPUT 29

5.1	Analisis Lingkungan Eksternal.....	29
5.1.1	Analisis Politik, Ekonomi, Sosial, dan Teknologi (PEST)	

5.1.2	Analisis Pesaing	32
5.2	Analisis Lingkungan Internal	34
5.2.1	Kapabilitas	34
5.2.2	Kondisi Fungsi Bisnis.....	35
5.3	Analisis SWOT	43
5.4	Matriks SWOT.....	43
5.5	Analisis Data Survei.....	44
5.6	<i>Business Model Canvas</i> Versi Pengembangan	45
5.6.1	<i>Customer Segment</i>	46
5.6.2	<i>Value Proposition</i>	47
5.6.3	<i>Channels</i>	47
5.6.4	<i>Customer Relationship</i>	47
5.6.5	<i>Key Activities</i>	47
5.6.6	<i>Key Resource</i>	47
5.6.7	<i>Key Partners</i>	48
5.6.8	<i>Cost Structure</i>	48
5.6.9	<i>Revenue Stream</i>	48
BAB 6 KESIMPULAN		49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		49

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Fakta yang didapatkan dari hasil wawancara 14 responden.	3
Tabel 1.2 Fakta dan penyebabnya yang didapatkan dari hasil wawancara 14 responden.	4
Tabel 1.3 Solusi dari fakta yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap 14 responden.	6
Tabel 4.1 <i>Business Model Canvas</i> Rumput.....	27
Tabel 5.1 Indeks Harga Konsumen / Inflasi di Kota Bandung Januari 2019 hingga Februari 2019.....	30
Tabel 5.2 Informasi dari perusahaan pesaing.	33
Tabel 5.3 Kapabilitas Rumput.....	34
Tabel 5.4 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk dapur.	38
Tabel 5.5 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk bar.	39
Tabel 5.6 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk pembuatan menu kopi.....	40
Tabel 5.7 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk pembuatan menu <i>milk-based</i> ...	41
Tabel 5.8 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk pembuatan menu <i>mocktail</i>	41
Tabel 5.9 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk pembuatan menu <i>smoothies</i>	42
Tabel 5.10 <i>Standar Operational Procedure</i> untuk pembuatan menu teh.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat kewirausahaan di Asia Tenggara 2018.....	3
Gambar 1.2 Proses prototyping Rumput. Tim sedang mendekorasi <i>coffee shop</i> (kiri) dan barista sedang memroses pesanan kopi (kanan).	7
Gambar 2.1 Proses <i>design thinking</i>	11
Gambar 2.2 Contoh <i>Business Model Canvas</i>	14
Gambar 2.3 Alur pembuatan manajemen strategi.	15
Gambar 3.1 Matriks SWOT	19
Gambar 4.1 Logo Rumput.....	20
Gambar 4.2 Struktur organisasi Rumput.....	21
Gambar 5.1 Komponen analisis pesaing.....	33
Gambar 5.2 Wajah instagram Rumput.....	36
Gambar 5.3 Daftar menu Rumput.	37
Gambar 5.4 Grafik keuangan dari penjualan di Rumput.	38

BAB 1

RUMUSAN IDE BISNIS

1.1 Pendahuluan

Pada masa sekarang, Indonesia yang menyandang status negara berkembang tentunya masih memiliki permasalahan negara yang belum terselesaikan. Permasalahan tersebut diantaranya yaitu tingkat kemiskinan yang tinggi, pengangguran, tidak meratanya pendapatan daerah, daya saing terhadap negara lain, dan juga pengelolaan sumber daya manusia yang kurang berkembang. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu sektor industri yang menurut beberapa sumber memberikan kontribusi positif yang signifikan untuk menyelesaikan masalah pada negara berkembang. Menurut sebuah artikel, alasan mengapa UMKM dapat memberikan kontribusi positif adalah karakter dari UMKM di Indonesia yang memiliki kemampuan untuk bertahan dan berkembang selama krisis ekonomi (The Asia Foundation dan Swisscontact., 2000).

Kemampuan berkembang dan bertahan tersebut terjadi karena UMKM memiliki fleksibilitas dalam menyesuaikan proses produksi, dapat berkembang dengan modal sendiri, dapat membayar pinjaman dengan bunga yang tinggi, dan tidak terlalu bergantung pada masalah birokrasi (Rahmana, 2008). Dengan keuntungan ini, Menteri Keuangan Republik Indonesia mengatakan bahwa UMKM memiliki peran penting dalam menumbuhkan tingkat ekonomi Indonesia. Terlepas dari peran pentingnya, seluruh pelaku bisnis UMKM memiliki permasalahan yang sama yakni daya saing. Hal ini di karenakan UMKM kurang memiliki kemampuan untuk mengatur strategi dan hanya terpaku pada ilmu yang belum terbaharukan (Indrawati, 2003). Sebagai tambahan, UMKM juga memiliki masalah keterbatasan tenaga kerja, modal, dan kurangnya pengetahuan sains dan teknologi (Sudaryanto, 2002). Oleh karena itu, pelaku usaha tidak boleh kehabisan akal dan ide dalam mengembangkan bisnis UMKM.

Maka dari itu, berdasarkan *Design thinking* dibuatlah penelitian agar masalah tersebut dapat terpecahkan. *Design thinking* adalah metodologi desain yang memberikan pendekatan berbasis solusi untuk memecahkan masalah. *Design*

thinking ini sangat berguna dalam mengatasi masalah kompleks dengan memahami kebutuhan manusia yang terlibat. Selain itu *design thinking* dibutuhkan untuk membingkai ulang masalah dengan cara yang berpusat pada manusia melalui sesi *brainstorming* serta dengan mengadopsi pendekatan langsung dalam pembuatan ide purwarupa dan pengujian. Lima tahap *design thinking* yang dilakukan penulis yaitu *empathize, define, ideate, prototype, dan test*.

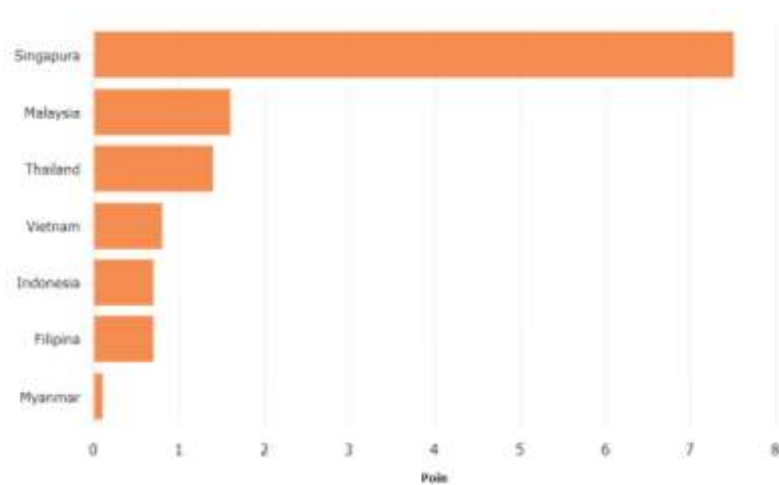
1.1.1 *Emphatize*

Pertumbuhan ekonomi merupakan indikator untuk melihat proses pembangunan ekonomi sebuah negara. Memiliki pertumbuhan ekonomi yang tinggi dan juga berkelanjutan adalah sebuah keharusan bagi kelangsungan pembangunan ekonomi dan peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat negara. Bagian yang mempunyai andil besar dalam pembangunan ekonomi adalah pengusaha melalui penciptaan inovasi, lapangan kerja, dan kesejahteraan. Dunia usaha yang dibangun wirausaha atau *entrepreneur* akan mendorong perkembangan sektor-sektor produktif. Semakin banyak suatu negara memiliki *entrepreneur*, maka pertumbuhan ekonomi negara tersebut akan semakin tinggi (Schumpeter, 1934).

Menurut sejarah sendiri, dukungan dari wirausaha yang tangguh merupakan kunci dari keberhasilan pembangunan yang diraih oleh negara-negara maju di kawasan Eropa dan Amerika. Amerika telah menempatkan wirausaha sebagai *corner stone* dalam pelaksanaan pembangunan ekonomi negara (Kuratko & Hodgetts, 1989) Dengan perbandingan pengusaha dan karyawan di Indonesia yang masih timpang, ditambah dengan banyaknya pengangguran, penulis bermaksud membuat sebuah bisnis yang dapat merespon masalah-masalah tersebut.

Gambar 1 menunjukkan bahwa Indonesia masih berada pada posisi ke-5 dalam jumlah populasi pengusaha di negara-negara ASEAN. Hal ini disebabkan oleh mental masyarakat Indonesia dan sulitnya bantuan modal (Hartono & Hartomo, 2014). Selain itu, Presiden Republik Indonesia, Joko Widodo, dalam acara Jambore Himpunan Pengusaha Muda Indonesia

(HIPMI) Perguruan Tinggi se-ASEAN juga menegaskan bahwa bangsa Indonesia memiliki ketakutan dalam berkompetisi.



Gambar 1.1 Peringkat kewirausahaan di Asia Tenggara 2018.
(Sumber: U.S. News & World Report, 2019)

Melalui sebuah wawancara, penulis bermaksud menggali sudut pandang anak muda yang menjadi tonggak perubahan bagi negara Indonesia mengenai permasalahan lapangan pekerjaan. Wawancara kepada masyarakat nyata dilakukan untuk memvalidasi sekaligus mengetahui permasalahan tersebut. Proses wawancara berlangsung pada tanggal 20 Juli 2020. Data terlampir dari 14 responden yang telah berpartisipasi menunjukkan bahwa generasi millennial lebih memilih untuk bekerja baik itu dalam bentuk pekerjaan tetap maupun sampingan, dibandingkan menjadi wirausaha. Pemilihan tersebut didasari pada fakta bahwa jumlah lapangan pekerjaan yang sedikit, tingginya persaingan kerja, rendahnya pengalaman kerja masyarakat, dan tingginya persyaratan dalam bekerja (Tabel 1.1).

Tabel 1.1 Fakta yang didapatkan dari hasil wawancara 14 responden.

No.	Fakta
1.	Lapangan pekerjaan yang sedikit
2.	Persaingan kerja yang tinggi
3.	Rendahnya pengalaman kerja pada masyarakat
4.	Persyaratan dalam bekerja yang tinggi

1.1.2 Define

Direktur Jendral dari UNESCO (*United Nation Educational, Science, and Cultural Organization*), Irina Bokova, mengumumkan bahwa Kota Bandung masuk dalam jajaran Kota Kreatif di Dunia dalam kategori bidang desain (National Geographic, 2015). Kota Bandung juga menjadi tempat bagi 2,5 juta penduduk yang memiliki hasrat kewirausahaan yang tinggi dan memiliki jiwa-jiwa kreatif dan inovatif karena populasinya didominasi oleh para pemuda. Statusnya sebagai Kota Kreatif menjadikan Kota Bandung seringkali ditunjuk menjadi tuan rumah dari berbagai macam kegiatan *event*, loka karya, konferensi, dan festival (UNESCO, 2015).

Industri kreatif dapat diartikan sebagai kumpulan aktivitas ekonomi yang terkait penciptaan atau penggunaan pengetahuan dan informasi. Secara sederhana, Departemen Perdagangan RI mendefinisikan industri kreatif sebagai industri yang berbasis dan berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan, dan bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan melalui penciptaan dan pemanfaatan daya kreasi dan daya cipta individu tersebut (Setiawan, 2012). Industri kreatif sendiri terbagi dalam 16 sub-sektor, termasuk fashion, fotografi, kuliner, dan musik. Bagi penulis, bidang-bidang dalam industri kreatif tersebut merupakan sebuah celah untuk menarik generasi millennial dalam memunculkan bakat dan keterampilan mereka, yang nantinya dapat meningkatkan jumlah pengusaha dan juga memperluas lapangan pekerjaan di industri kreatif.

Pertanyaan yang muncul selanjutnya adalah “Apakah generasi millennial sadar akan hal ini?”. Sayangnya, berdasarkan hasil analisis wawancara terhadap generasi millineal (Tabel 2), tidak ada satupun responden yang menyinggung industri kreatif sebagai sebuah solusi. Maka dari itu, edukasi terkait industri kreatif dibutuhkan agar generasi millineal lebih kreatif dan terampil, sekaligus memiliki opsi lain dalam bekerja.

Tabel 1.2 Fakta dan penyebabnya yang didapatkan dari hasil wawancara 14 responden.

No.	Fakta	Penyebab
1.	Lapangan pekerjaan yang sedikit	Kurangnya minat sebagai pengusaha dikarenakan pengetahuan dan relasi dalam membuka usaha yang rendah
2.	Persaingan kerja yang tinggi	Bandung sebagai ibukota Jawa Barat kerap dijadikan masyarakat wilayah utama lain sebagai tujuan pencarian kerja.
3.	Rendahnya pengalaman kerja pada masyarakat	Budaya / hobi kumpul-kumpul bagi masyarakat yang kuat
4.	Persyaratan dalam bekerja yang tinggi	Rendahnya pengetahuan atas industri yang terjadi di Indonesia

1.1.3 Ideate

Pada sub-bab *define*, ditemukan sebuah kata kunci utama dalam menyelesaikan masalah pengangguran di Kota Bandung, yaitu edukasi. Edukasi memiliki pengertian sama dengan pendidikan, yang menurut KBBI artinya “proses pengubahan sikap dan tata laku seseorang atau kelompok orang dalam usaha mendewasakan manusia melalui upaya pengajaran dan pelatihan; proses, cara, perbuatan mendidik”. Edukasi sendiri secara umum memiliki tiga bentuk yaitu, formal, non-formal, dan informal. Edukasi formal berhubungan dengan sekolah dan pelatihan, non-formal berkaitan dengan komunitas dan organisasi, sedangkan informal berhubungan dengan lingkungan keluarga, kerabat, dan pekerjaan (Dib, 1988). Dalam hal ini, penulis memiliki hipotesis bahwa generasi millennial kurang mendapatkan edukasi non-formal yang terhubung dengan sektor-sektor dalam industri kreatif. Selain itu, sistem edukasi formal di Indonesia yang memiliki jadwal penuh dalam sehari mengurangi kesempatan bagi millennial dalam mendapatkan edukasi non-formal. Dengan asumsi tersebut serta setelah melalui proses diskusi dan *brainstorming*, penulis memiliki ide untuk

menyisipkan edukasi non-formal ketika millennial menghabiskan waktu senggangnya.

Pemilihan edukasi non-formal disebabkan oleh fleksibilitas dan cara pengajaran *open-system* yang memberikan pelajar sebuah fleksibilitas dan otonomi untuk menentukan program pilihan, waktu, dan tempat sesuai kondisi masing-masing pelajar (Dib, 1988). Maka dari itu dipilihlah event berupa pengalaman consumer & sebagai sarana edukasi non-formal yang dapat secara efektif disampaikan apabila terdapat tempat berkumpul yang dapat memfasilitasi millennial. Saat ini, *coffee shop* merupakan trend bagi generasi tersebut. Millennial mendominasi tamu dari gerai-gerai *coffee shop* yang baru bermunculan. Kondisi ini tentu saja memberikan peluang bagi para pegiat industri kreatif dalam memanfaatkan *coffee shop* sebagai wadah edukasi non-formal untuk generasi millennial. Kegiatan ini diharapkan mampu memberikan pengaruh bagi millennial terhadap pilihan bekerja sebagai wirausaha dalam industri kreatif. Berikut merupakan solusi yang ditawarkan penulis dengan melihat fakta-fakta yang ada.

Tabel 1.3 Solusi dari fakta yang didapatkan dari hasil wawancara terhadap 14 responden.

No.	Fakta	Penyebab	Solusi
1.	Lapangan pekerjaan yang sedikit	Kurangnya minat sebagai pengusaha dikarenakan pengetahuan dan relasi dalam membuka usaha yang rendah	Memberikan edukasi dan akses berjejaring untuk dapat mendapat wawasan agar dapat membuka usaha sendiri
2.	Persaingan kerja yang tinggi	Bandung sebagai ibukota Jawa Barat kerap dijadikan masyarakat wilayah utama lain sebagai tujuan pencarian kerja.	Merangkul masyarakat dan komunitas lokal.

3.	Rendahnya pengalaman kerja pada masyarakat	Budaya / hobi kumpul-kumpul bagi masyarakat yang kuat	Memberikan event-event pelatihan yang berkolaborasi juga dengan komunitas lokal.
4.	Persyaratan dalam bekerja yang tinggi	Rendahnya pengetahuan atas industri yang terjadi di Indonesia	Pengenalan masyarakat terhadap industri kreatif.

1.1.4 *Prototype*

Sebagai permulaan, maka penulis membuat sebuah *coffee shop* yang diberi nama “Rumput” atau Rumah Putih. Nama tersebut dipilih karena menggambarkan rumah tempat usaha yang dominan berwarna putih dan memiliki rumput yang memenuhi rumah tersebut. Di bawah ini adalah beberapa gambar mengenai proses *prototyping* Rumput.



Gambar 1.2 Proses *prototyping* Rumput. Tim sedang mendekorasi *coffee shop* (kiri) dan barista sedang memroses pesanan kopi (kanan).

1.1.5 Test

Selanjutnya, proses kolaborasi dilakukan dengan komunitas Bandung Indie Energy. Komunitas ini bergerak pada industri kreatif, tepatnya pada sektor musik dan dipimpin oleh sebuah band asal Bandung yang bernama Everbeat. Aktivitas yang dijalankan Bandung Indie Energy adalah *collective-performance* dengan mengajak band baru untuk mendapatkan pengalaman tampil di muka publik dan *sharing-session* perihal dunia musik. Bandung Indie Energy juga memiliki dokumentasi sendiri sebagai bentuk pengumpulan data pengalaman. Dalam acara perdana, Rumput mengundang Everbeat sebagai penggagas komunitas dan dua band baru yakni Laser Gun dan Space Submarine. Berikut merupakan video saat acara berlangsung:

- < Dokumentasi Everbeat: [Bandung Indie Energy, Everbeat.mp4](#)
- < Dokumentasi Laser Gun: [Bandung Indie Energy, Laser Gun.mp4](#)
- < Dokumentasi Space Submarine: [Bandung Indie Energy, Yellow Submarine.mp4](#)