

**USULAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KOPI  
DUWARA DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA  
*BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)***

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Luthfi Anggasari

NPM : 2016610047



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2021**

# **USULAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KOPI DUWARA DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA *BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)***

## **SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar  
Sarjana dalam bidang ilmu Teknik Industri

Disusun oleh :

Nama : Luthfi Anggasari

NPM : 2016610047



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI  
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG  
2021**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI  
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN  
BANDUNG**



Nama : Luthfi Anggasari  
NPM : 2016610047  
Jurusan : Teknik Industri  
Judul Skripsi : USULAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KOPI  
DUWARA DENGAN MENGGUNAKAN KERANGKA *BUSINESS  
MODEL CANVAS* (BMC)

**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI**

Bandung, Agustus 2021

**Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri**

6 Sept 2021

(Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T.)

**Pembimbing Tunggal**

(Romy Lorce, S.T., M.T.)



Program Studi Sarjana Teknik Industri  
Jurusan Teknik Industri  
Fakultas Teknologi Industri  
Universitas Katolik Parahyangan

## **Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat**

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Luthfi Anggasari

NPM : 2016610047

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

**“USULAN PERANCANGAN MODEL BISNIS PADA KOPI DUWARA DENGAN  
MENGUNAKAN KERANGKA *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC)”**

adalah hasil pekerjaan saya dan seluruh ide, pendapat atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan jika pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya bersedia menanggung sanksi yang akan dikenakan kepada saya.

Bandung, 10 Agustus 2021

Luthfi Anggasari  
2016610047

## ABSTRAK

Jumlah konsumsi kopi di Indonesia terus meningkat, tahun 2017 jumlah konsumsi kopi sebanyak 4750 kantong hingga tahun 2020 menyentuh pada angka sebanyak 5000 kantong (ICO, 2021). Objek penelitian ini yaitu Kopi Duwara, bisnis yang bergerak pada bidang minuman. Saat ini target penjualan Kopi Duwara belum tercapai, yang dapat disebabkan karena Kopi Duwara merupakan bisnis baru, terdapat kendala pemenuhan bahan baku, proses pemasaran belum maksimal, serta belum terdapat model bisnis yang terstruktur untuk Kopi Duwara, sehingga belum memiliki acuan dalam menjalankan bisnisnya. Oleh sebab itu diperlukan perancangan model bisnis untuk Kopi Duwara, usulan rancangan model bisnis Kopi Duwara dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Dalam merancang model bisnis dilakukan analisis dari lingkungan eksternal dengan menggunakan *Porter's Five Forces Analysis*, selanjutnya berdasarkan hasil yang diperoleh dapat diketahui ancaman persaingan dari bisnis tersebut. Ancaman tersebut dipetakan kedalam *SWOT Analysis* untuk mengetahui faktor lingkungan eksternal dan internal dari bisnis Kopi Duwara. *Value Proposition Canvas* digunakan untuk identifikasi dalam menciptakan dan meningkatkan *value* bagi pelanggan serta memperoleh segmentasi pelanggan yang lebih spesifik. Selanjutnya dilakukan analisis aspek pemasaran dengan *marketing mix*. Berdasarkan penelitian yang dilakukan, Kopi Duwara belum memiliki segmentasi pelanggan yang spesifik. Hal ini berdampak pada kegiatan pemasaran menjadi sulit dilakukan, sehingga dapat menjadi salah satu dampak dari target penjualan yang belum tercapai. Sehingga, diberikan usulan perancangan model bisnis untuk Kopi Duwara dengan merancang segmentasi pasar yang lebih spesifik. Selain itu, Kopi Duwara perlu untuk menambahkan variabel *place* serta *promotion*. Kopi Duwara juga perlu memiliki alternatif *supplier* serta agar Kopi Duwara dapat tetap dekat dengan pelanggan, Kopi Duwara disarankan untuk interaktif dalam menggunakan media social.

## **ABSTRACT**

*The amount of coffee consumption in Indonesia continues to increase, in 2017 the number of coffee consumption as much as 4,750 bags until 2020 touched the number of 5000 bags (ICO, 2021). The object of this research is Kopi Duwara, a business engaged in the beverage sector. Currently, Kopi Duwara's sales target has not been achieved, which can be caused because Kopi Duwara's is a new business, there are obstacles in meeting raw materials, the marketing process is not optimal, and there is no structured business model for Kopi Duwara's, so it doesn't have the desire to run its business. Therefore, it is necessary to design a business model for Kopi Duwara, a proposal for a business model design for Kopi Duwara using the Business Model Canvas (BMC). In designing a business model, an analysis of the external environment using Porter's Five Forces Analysis is carried out, then the competitive threat from the business can be identified. These threats are mapped into a SWOT Analysis to determine the external and internal environmental factors of the Kopi Duwara's Business. The Value Proposition Canvas is used to create and increase value for customers and obtain more specific customer segmentation. Furthermore, an analysis of marketing aspects with the marketing mix is carried out. Based on the research conducted, Kopi Duwara's does not yet have a specific customer segmentation. This has an impact on marketing activities being difficult to carry out, so that it can be one of the impacts of sales targets that have not been achieved. Thus, a business model design proposal for Kopi Duwara was given by designing a more specific market segmentation. In addition, Kopi Duwara needs to add place and promotion variables. Kopi Duwara also needs to have alternative suppliers and so that Kopi Duwara can stay close to customers, Kopi Duwara is advised to be interactive in using social media.*

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Usulan Perancangan Model Bisnis pada Kopi Duwara Menggunakan Kerangka *Business Model Canvas* (BMC)” dengan baik. Penyusunan laporan ini dilakukan dengan melaksanakan penelitian pada Kopi Duwara. Pembuatan skripsi merupakan penerapan ilmu yang didapatkan oleh Penulis serta syarat yang dibutuhkan untuk dapat memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Teknik Industri, Fakultas Teknologi Industri, Universitas Katolik Parahyangan. terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak berikut.

1. Tuhan Yang Maha Esa atas segala bimbingan serta bantuan-Nya.
2. Kedua Orang Tua yaitu Bapak Drs. Maryoto dan Ibu Teguh Suswati yang telah memberikan dukungan baik moral, materil serta doa-doa yang selalu dipanjatkan untuk Penulis dalam segala kegiatan dan dalam proses penyelesaian kegiatan perkuliahan serta dalam penyusunan skripsi.
3. Bapak Romy Loice, S.T., M.T. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, kesempatan, dukungan serta membantu membimbing dalam proses penyusunan skripsi.
4. Bapak Prof. Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A. dan Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku Dosen Penguji Proposal yang telah meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam sidang proposal.
5. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. dan Bapak Fransiscus Rian Pratikto, S.T., M.T., MIE. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah meluangkan waktunya serta memberikan masukan dalam sidang skripsi.
6. Bapak Victorianus Mahendra da Lopez, S.T., M.M. yang telah meluangkan waktunya serta membantu dalam diskusi.

7. Bapak Alfian, S.T., M.T. dan Bapak Dr. Yogi Yusuf Wibisono, S.T., M.T. selaku Dosen Wali yang memberikan bantuan serta arahan dalam menjalankan kegiatan perkuliahan.
8. Pihak Kopi Duwara yang telah memberikan Penulis kesempatan untuk dapat melakukan penelitian.
9. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk membantu pada proses pengumpulan data dalam penelitian.
10. Dania, Prita, dan Sely teman-teman yang selalu memberikan semangat serta menjadi pendengar segala keluh kesah yang dirasakan oleh penulis dan dalam segala kegiatan diskusi.
11. Tante Wid, Om Min, Dhea, Ghirza, Nadia, Rana, Tiffany, Jeremy, Patrick, Tania, Maureen, Shafira, Difa dan seluruh pihak keluarga, saudara, serta teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu, memberikan semangat, dukungan serta doa-doa kepada Penulis supaya Penulis dapat menyelesaikan Laporan Skripsi di waktu yang tepat.
12. Teman-teman kelas D dan teman-teman Teknik Industri UNPAR yang telah mendukung, serta membantu dalam kegiatan diskusi yang dilakukan dalam penyusunan skripsi.
13. Seluruh staf Fakultas Teknik Industri UNPAR yang telah membantu dalam keperluan administrasi dan hal lainnya.

Penulis sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah disebutkan diatas, tanpa adanya segala bentuk dukungan dan bantuan belum tentu penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka apabila terdapat saran serta kritik yang membangun terkait skripsi ini Penulis sangat terbuka untuk menerima. Semoga penelitian ini dapat tetap memberikan manfaat serta menjadi suatu sumbangsih dalam ilmu Teknik Industri.

Bandung, 10 Agustus 2021

Penulis



# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>I-1</b>
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah.....	I-3
I.3 Batasan dan Asumsi Penelitian .....	I-7
I.4 Tujuan Penelitian .....	I-7
I.5 Manfaat Penelitian .....	I-8
I.6 Metodologi Penelitian .....	I-8
I.7 Sistematika Penulisan .....	I-11
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>II-1</b>
II.1 Bisnis .....	II-1
II.2 Model Bisnis.....	II-1
II.3 <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	II-2
II.4 <i>Porter's Five Forces Analysis</i> .....	II-4
II.5 <i>SWOT Analysis</i> .....	II-6
II.6 <i>Value Proposition Canvas</i> (VPC) .....	II-8
II.7 <i>Marketing Mix</i> .....	II-12
II.8 Perencanaan Bisnis .....	II-14
II.9 Teknik Pengambilan Sampel.....	II-14
<b>BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA</b> .....	<b>III-1</b>
III.1 Profil Objek Penelitian .....	III-1
III.2 Identifikasi dan Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> Awal .....	III-4
III.2.1 Identifikasi <i>Business Model Canvas</i> Saat ini.....	III-5
III.2.2 Evaluasi Blok <i>Value Proposition</i> .....	III-8

III.2.3 Evaluasi Blok <i>Customer Segment</i> .....	III-8
III.2.4 Evaluasi Blok <i>Customer Relationships</i> .....	III-8
III.2.5 Evaluasi Blok <i>Channels</i> .....	III-9
III.2.6 Evaluasi Blok <i>Key Partners</i> .....	III-9
III.2.7 Evaluasi Blok <i>Key Resource</i> .....	III-10
III.2.8 Evaluasi Blok <i>Key Activities</i> .....	III-11
III.2.9 Evaluasi Blok <i>Cust Structure</i> .....	III-11
III.2.10 Evaluasi Blok <i>Revenue Stream</i> .....	III-12
III.3 Analisis <i>Porter's Five Forces</i> .....	III-12
III.4 Analisis SWOT .....	III-20
III.5 <i>Value Proposition Canvas</i> pada Kopi Duwara .....	III-26
III.6 Hubungan antara <i>Value Proposition</i> dengan <i>Customer Segment</i> .....	III-31
III.6.1 <i>Customer Relation Management</i> .....	III-31
III.6.2 <i>Marketing Mix</i> .....	III-32
III.6.3 Hubungan <i>Marketing Mix</i> dengan <i>Value Proposition</i> .....	III-37
III.7 Hubungan antara <i>Key Partners</i> dengan <i>Value Proposition</i> .....	III-37
III.7.1 Perencanaan Lokasi.....	III-38
III.7.2 Perencanaan Fasilitas dan Peralatan .....	III-38
III.7.3 Kegiatan Operasional .....	III-39
III.8 Hubungan antara <i>Cost Structure</i> dengan <i>Revenue Stream</i> .....	III-40
III.9 <i>Usulan Rancangan Business Model Canvas</i> pada Kopi Duwara.....	III-40
III.10 Usulan Rencana Bisnis Kopi Duwara .....	III-43
III.10.1 Usulan Rencana Bisnis Tahun ke-1 .....	III-43
III. 10.2 Usulan Rencana Bisnis Tahun ke-2.....	III-44
<b>BAB IV ANALISIS .....</b>	<b>IV-1</b>
IV.1 Analisis Penggunaan Business Model Canvas .....	IV-1
IV.2 Analisis Penggunaan <i>Porter's Five Forces Analysis</i> .....	IV-2
IV.3 Analisis Penggunaan <i>SWOT Analysis</i> .....	IV-2
IV.4 Analisis Penggunaan <i>Value Proposition Canvas</i> .....	IV-3
IV.5 <i>Value Proposition Canvas</i> pada Kopi Duwara.....	IV-4
IV.5.1 Analisis Blok <i>Customer Jobs</i> .....	IV-4
IV.5.2 Analisis Blok <i>Customer Gains</i> .....	IV-5

IV.5.3 Analisis Blok <i>Customer Pains</i> .....	IV-5
IV.5.4 Analisis Blok <i>Product and Services</i> .....	IV-6
IV.5.5 Analisis Blok <i>Gain Creators</i> .....	IV-7
IV.5.6 Analisis Blok <i>Pain Reliever</i> .....	IV-7
IV.6 Analisis <i>Marketing Mix</i> .....	IV-8
IV.7 <i>Business Model Canvas</i> Usulan Kopi Duwar .....	IV-9
IV.7.1 Analisis <i>Key Partners</i> .....	IV-9
IV.7.2 Analisis <i>Key Activities</i> .....	IV-10
IV.7.3 Analisis <i>Value Proposition</i> .....	IV-10
IV.7.4 Analisis <i>Customer Relationship</i> .....	IV-11
IV.7.5 Analisis <i>Channel</i> .....	IV-11
IV.7.6 Analisis <i>Customer Segment</i> .....	IV-12
IV.7.7 Analisis <i>Cost Structure</i> .....	IV-12
IV.8 Analisis Usulan Rencana Bisnis Kopi Duwara.....	IV-13
IV.8.1 Analisis Usulan Rencana Bisnis Tahun ke-1 .....	IV-14
IV.8.2 Analisis Usulan Rencana Bisnis Tahun ke-2 .....	IV-14
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	<b>V-1</b>
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.1 Saran.....	V-2

**DAFTAR PUSTAKA**

**DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Perbandingan Model Bisnis .....	I-5
Tabel III.1	Rekapitulasi <i>Porter's Five Forces</i> .....	III-20
Tabel III.2	Rekapitulasi Analisis SWOT .....	III-25
Tabel III.3	Rekapitulasi <i>Marketing Mix</i> .....	III-36
Tabel III.4	<i>Timeline</i> Usulan Rencana Promosi.....	III-36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Tingkat Konsumsi Kopi Indonesia .....	I-2
Gambar I.2	Data Penjualan Kopi Duwara Bulan Februari-Maret 2021 .....	I-4
Gambar I.3	Metodologi Penelitian.....	I-9
Gambar II.1	Template <i>Business Model Canvas</i> .....	II-3
Gambar II.2	<i>The Five Forces Model</i> .....	II-5
Gambar II.3	Blok <i>Value Proposition Canvas</i> pada BMC .....	II-9
Gambar II.4	Template <i>Value Proposition Canvas</i> .....	II-11
Gambar II.5	<i>The Four Ps of Marketing Mix</i> .....	II-13
Gambar III.1	Logo Kopi Duwara .....	III-1
Gambar III.2	Contoh Produk Kopi Duwara.....	III-2
Gambar III.3	Daftar Menu Kopi Duwara.....	III-3
Gambar III.4	Tampilan Akun Instagram Kopi Duwara .....	III-4
Gambar III.5	Business Model Canvas Saat ini pada Kopi Duwara .....	III-6
Gambar III.6	Mesin Produksi Kopi Duwara .....	III-11
Gambar III.7	<i>Value Proposition Canvas</i> Kopi Duwara.....	III-28
Gambar III.8	Usulan <i>Business Model Canvas</i> pada Kopi Duwara.....	III-42

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

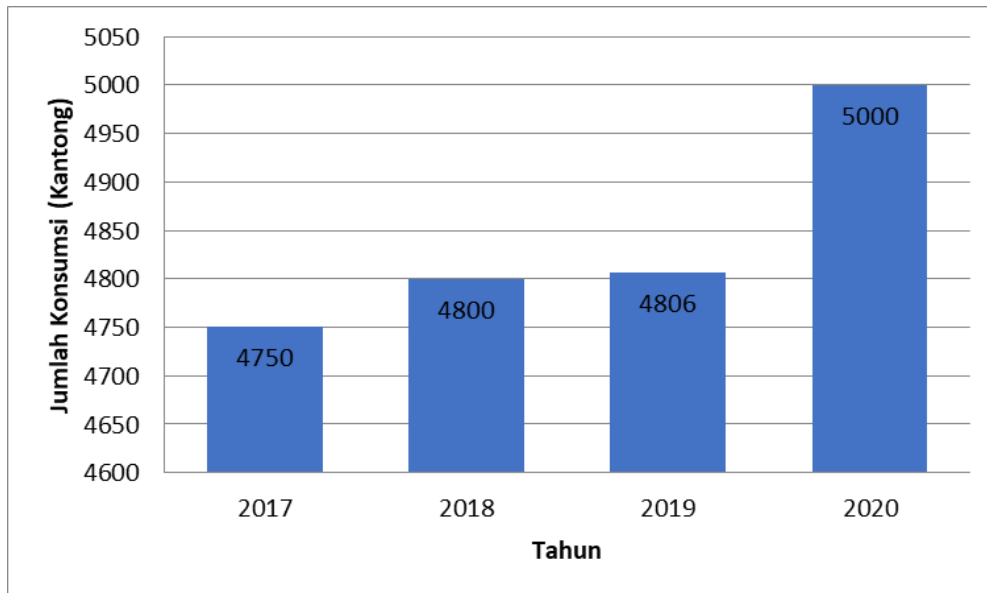
Pada bab pendahuluan ini dibahas mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan dalam melakukan penelitian. Berikut merupakan penjabaran dari setiap sub-bab tersebut.

### **I. 1 Latar Belakang Masalah**

Bisnis terdiri dari semua aktivitas mencari keuntungan serta perusahaan yang menyediakan barang dan jasa yang diperlukan untuk sistem ekonomi. Beberapa bisnis menghasilkan barang berwujud, seperti mobil, sereal untuk sarapan, serta alat pemutar musik digital. Bisnis lainnya yaitu menyediakan layanan seperti asuransi, jasa penataan rambut, serta hiburan mulai dari acara olahraga hingga konser musik (Boone dan kurtz, 2011). Saat ini sektor industri makanan dan minuman semakin berkembang. Bisnis kuliner merupakan salah satu jenis bisnis yang banyak diminati, sebab bisnis kuliner sering dianggap sebagai bisnis yang mudah untuk dijalani.

Bisnis kuliner mencakup makanan dan minuman, banyak jenis minuman yang ditawarkan oleh pasar, seperti yang berbahan dasar teh, susu, kopi dan lain-lain. Kopi merupakan salah satu jenis bisnis yang sedang berkembang saat ini, hal tersebut disebabkan oleh banyaknya peminat dari minuman kopi ini. Jumlah konsumsi kopi di Indonesia terus cenderung mengalami peningkatan. Meningkatnya jumlah konsumsi kopi di Indonesia dapat dibuktikan berdasarkan pada Gambar 1.1, satuan dalam data tersebut yaitu dalam kantong yang berkapasitas 60 kg. Pada Gambar 1.1 tersebut menunjukkan bahwa jumlah konsumsi kopi di Indonesia terus mengalami kenaikan yaitu pada tahun 2017 hingga tahun 2020. Pada tahun 2017 jumlah konsumsi kopi di Indonesia sebanyak 4.750 kantong. Jumlah konsumsi kopi ini terus meningkat hingga tahun 2020 yang menyentuh pada angka konsumsi sebanyak 5.000 kantong. Berikut

merupakan data dari tingkat konsumsi kopi di Indonesia tahun 2017 hingga tahun 2020.



Gambar I.1 Tingkat Konsumsi Kopi Indonesia  
(sumber : <http://www.ico.org/prices/new-consumption-table.pdf>)

Menurut ICO (2017) dalam Kementerian Perindustrian Republik Indonesia (2017) Indonesia merupakan produsen kopi urutan keempat di dunia, dengan urutan pertama di tempati oleh Brazil, kedua Vietnam, serta yang ketiga adalah Kolombia. Menurut Pusat Data dan Sistem Informasi Kementerian Pertanian di Indonesia pada tahun 2016, konsumsi kopi nasional mencapai pada angka 249.800 ton. Pada tahun 2018, jumlah konsumsi meningkat sampai pada angka 314.400 ton (GoBiz, 2019). Berdasarkan Bisnis.com (2021), Kemenperin memprediksikan bahwa pertumbuhan industri makanan pada tahun 2021 dapat mencapai hingga 4,49 persen, sedangkan untuk industri minuman dapat tumbuh hingga 4,39 persen. Dapat disimpulkan bahwa industri makanan dan industri minuman mencapai pertumbuhan sekitar 4,44 persen pada tahun 2021.

Akibat dari peningkatan konsumsi kopi, banyak yang melihat kopi menjadi suatu peluang untuk membuka bisnis kopi. Kopi Duwara merupakan salah satu yang melihat peluang usaha kopi serta merintis usahanya pada industri kuliner. Adanya peluang besar untuk membuka bisnis kopi ini, menjadikan saat ini semakin banyak penjual kopi, baik yang memiliki toko fisik berupa kedai atau cafe maupun yang menjual kopi hanya secara *online*. Supaya bisnis yang dijalankan oleh Kopi Duwara dapat mencapai tujuan yang diinginkan

serta bisnis Kopi Duwara dapat lebih terarah, maka dalam menjalankan bisnisnya Kopi Duwara memerlukan adanya perancangan model bisnis, sebab perancangan model bisnis merupakan suatu peta dalam menjalankan bisnis.

Perancangan model bisnis pada Kopi Duwara penting dilakukan karena perancangan bisnis merupakan suatu hal dasar dalam menjalankan suatu bisnis yang dapat digunakan sebagai peta atau acuan. Apabila dalam suatu bisnis atau usaha hal dasar yang dapat menjadi acuan dalam menjalankan bisnis tersebut belum ada atau belum baik maka bisnis tersebut dapat menjadi tidak terarah. Apabila bisnis yang dijalankan tidak terarah maka tujuan dari perusahaan tersebut akan sulit untuk dicapai, hal ini dapat berdampak pada usaha yang gagal atau dapat dikatakan hingga dapat mengalami kebangkrutan.

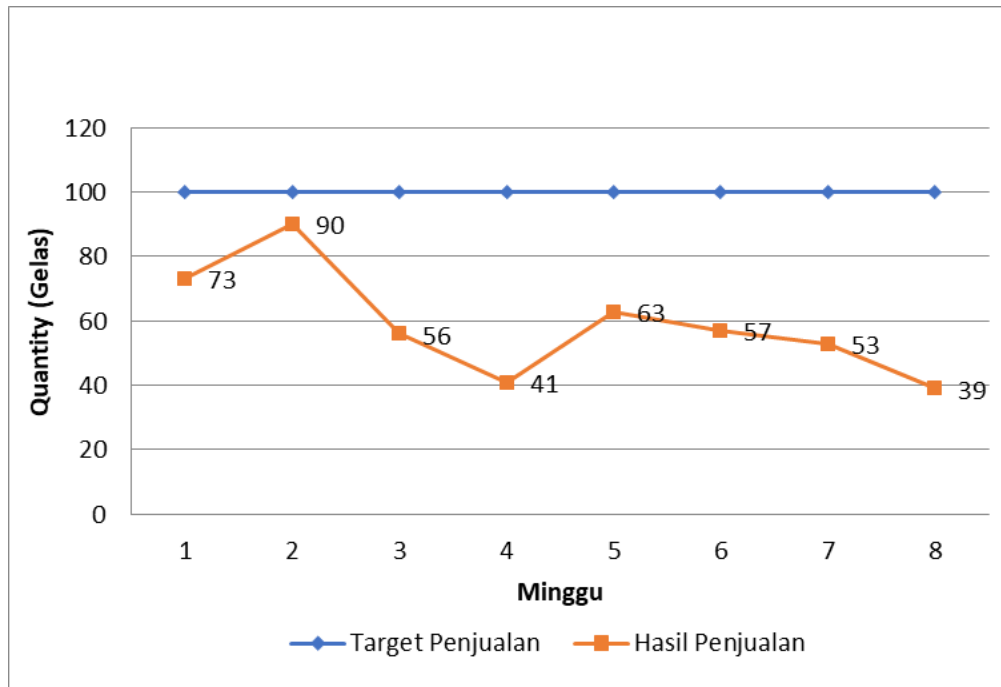
Menurut Osterwalder dan Pigneur (2010) menyatakan bahwa model bisnis merupakan model yang mendeskripsikan bagaimana sebuah organisasi menciptakan, menyampaikan serta menangkap nilai yang ingin dibawanya secara rasional. Dalam melakukan perancangan bisnis terdapat beberapa model bisnis yang dapat membantu dalam melakukan perencanaan bisnis. Model bisnis penting dibuat sebab model bisnis dapat digunakan sebagai alat komunikasi dengan berbagai pihak. Selain itu, model bisnis juga merupakan *blueprint* atau prototipe yang dapat digunakan dalam memberikan suatu gambaran sederhana terkait dengan bisnis tersebut.

## **I. 2 Identifikasi dan Rumusan Masalah**

Kopi Duwara merupakan salah satu bisnis kuliner yang yang bergerak pada bidang minuman. Saat ini Kopi Duwara belum memiliki pegawai, sehingga segala aktivitas operasional masih dijalankan sendiri oleh *owner*, baik dari pemesanan bahan baku hingga penjualan. Hingga saat ini Kopi Duwara sudah berjalan sekitar dua bulan, namun Kopi Duwara merasakan adanya kendala. Berdasarkan hasil wawancara dengan *owner*, kendala utama yang dirasakan oleh *owner* berupa target penjualan yang masih belum pernah tercapai. Kopi Duwara menetapkan target penjualan sebanyak 100 gelas/minggu. Namun, hasil penjualan yang diperoleh Kopi Duwara masih dibawah target penjualan yang telah ditetapkan. Target penjualan yang belum tercapai ini menggambarkan bahwa Kopi Duwara tidak dapat memenuhi target penjualan yang telah ditetapkan. Data penjualan dari Kopi Duwara dari bulan Februari hingga bulan



Maret pada tahun 2021 dapat dilihat pada Gambar I.2. Data tersebut dalam satuan gelas atau *cups*.



Gambar I.2 Data Penjualan Kopi Duwara Bulan Februari-Maret 2021

Berdasarkan Gambar I.2. data penjualan Kopi Duwara tersebut, dapat dilihat bahwa sejak awal berjalannya Kopi Duwara, Kopi Duwara belum pernah mencapai target penjualan yang ditetapkan. Pada minggu ke-1 Kopi Duwara menghasilkan sebanyak 73 gelas. Pada minggu ke-2 hasil penjualan Kopi Duwara ternyata meningkat menjadi sebanyak 90 gelas. Pada minggu ke-4 hingga minggu ke-4 Kopi Duwara hasil penjualan terus menurun. Hasil penjualan dari Kopi Duwara pada minggu ke-3 mencapai sebanyak 56 gelas, sedangkan pada minggu ke-4 penjualan Kopi Duwara sebanyak 41 gelas. Hasil penjualan dari Kopi Duwara pada awal bulan Maret atau pada minggu ke-5 penjualan kembali meningkat dari yang sebelumnya, yaitu penjualan mencapai sebanyak 63 gelas. Namun, pada minggu ke-6 hingga minggu ke-8 hasil penjualan Kopi Duwara kembali semakin menurun hingga mencapai pada angka 39 gelas pada minggu ke-8.

Target penjualan Kopi Duwara yang belum tercapai ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa faktor penyebab belum tercapainya target penjumlahan Kopi Duwara yaitu dapat disebabkan oleh Kopi Duwara merupakan bisnis yang baru berjalan, sehingga belum banyak masyarakat yang mengetahui

Kopi Duwara. Kopi Duwara belum maksimal dalam proses pemasaran sehingga sulit untuk memperoleh pelanggan serta belum terdapat perancangan bisnis yang terstruktur untuk Kopi Duwara, sehingga belum adanya acuan dalam menjalankan bisnisnya. Selain itu, Kopi Duwara memiliki kendala terkait penyediaan bahan baku yaitu bahan baku yang dipesan kepada *supplier* tidak dapat segera sampai serta tidak memiliki kepastian waktu pengiriman. Hal ini dapat berdampak pada proses produksi dari Kopi Duwara sehingga kegiatan operasional Kopi Duwara terhambat.

Berdasarkan identifikasi awal tersebut maka kendala yang terjadi pada Kopi Duwara tidak hanya pada satu aspek saja, kendala Kopi Duwara yang terjadi adalah pada aspek pemasaran serta aspek operasional. Maka apabila dilakukan perbaikan hanya pada bagian strategi pemasaran saja belum cukup. Kopi Duwara belum memiliki perancangan model bisnis yang terstruktur, sehingga diperlukan perancangan model bisnis, dengan adanya perancangan model bisnis ini maka dapat melihat berbagai aspek. Hal tersebut disebabkan bagian internal dari Kopi Duwara masih mengalami kendala, sehingga diperlukan perbaikan dari internal terlebih dahulu supaya apabila terjadi masalah atau kendala pada bagian eksternal dapat lebih mudah untuk dideteksi atau ditangani. Terdapat berbagai model bisnis yang dapat digunakan dalam membantu melakukan perancangan model bisnis, Tabel I.1 berikut merupakan beberapa perbandingan *tools* model bisnis.

Tabel I.1 Perbandingan Model Bisnis

	<i>Business Model Canvas (BMC)</i>	<i>Patrick Staehler's Business Model</i>	<i>Objectives, Goals, Strategies, Measures (OGSM)</i>
Penerapan	Bisnis yang sudah beroperasi atau Bisnis baru.	Bisnis yang sudah beroperasi.	Bisnis baru.
Fokus	Pengusaha, pelanggan, dan mitra atau <i>partners</i> .	Gaya kepemimpinan, gaya hubungan, dan nilai yang disampaikan kepada pelanggan.	Tujuan atau visi dalam strategi bisnis dan pemasaran serta cara mencapainya.

lanjut

Tabel I.1 Perbandingan Model Bisnis (lanjutan)

	<i>Business Model Canvas</i> (BMC)	<i>Patrick Staehler's Business Model</i>	<i>Objectives, Goals, Strategies, Measures</i> (OGSM)
Kelebihan	Mudah diterapkan, dimengerti, dan dikomunikasikan dibanding dengan model bisnis lainnya, fleksibel serta berfokus pada <i>value proposition</i> bagi pelanggan.	Menggambarkan hubungan antar komponen.	Komponen <i>measure</i> dapat digunakan sebagai tolak ukur efektivitas strategi serta mudah dipahami disemua tingkatan organisasi.
Kekurangan	Hubungan antar komponen model bisnis tidak terlihat secara langsung.	Sulit untuk dikomunikasikan kepada tingkat bawah perusahaan.	Terlalu fokus pada visi, sehingga kurang mempertimbangkan aspek lain seperti pelanggan.
Sumber	Business Model Toolbox	Kastelle, T. (2012)	Chaffey, D. (2021)

Berdasarkan perbandingan model bisnis pada Tabel I.1 tersebut, maka yang lebih sesuai digunakan dalam penelitian ini adalah *Business Model Canvas*. *Business model canvas* merupakan kanvas yang umum digunakan serta mudah untuk dipahami atau dimengerti oleh orang lain. Selain itu, *business model canvas* merupakan kanvas yang cukup fleksibel, artinya adalah kanvas ini mudah untuk dilakukan perubahan atau dilakukan revisi apabila di masa mendatang terjadi adanya perubahan terkait dengan perusahaan atau bisnis yang sedang dijalani. *Business model canvas* merupakan kanvas yang cukup detail, hal tersebut dikarenakan dalam *business model canvas* terdapat empat area utama yaitu *customers*, *offer*, *infrastructure* serta *financial*. Keempat area utama tersebut mencakup sembilan blok bagian yang dapat menggambarkan komponen-komponen penting dalam menjalankan suatu bisnis.

Terdapat beberapa kendala yang dirasakan oleh Kopi Duwara seperti yang telah dijabarkan sebelumnya, maka Kopi Duwara membutuhkan perancangan model bisnis secara mendetail yaitu dengan menggunakan *business model canvas*. Oleh sebab itu, penelitian Kopi Duwara ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan usulan rancangan model bisnis dengan *business model canvas* (BMC). Dengan adanya perancangan model bisnis yang

terstruktur maka diharapkan Kopi Duwara dapat memenuhi target penjualan yang ditetapkan. Selain itu, pada Kopi Duwara kedepannya dapat membuat perencanaan bisnis secara lebih detail dengan dapat melakukan perencanaan operasional, perencanaan pemasaran serta perencanaan keuangan.

Sejak bisnis Kopi Duwara berdiri, belum terdapat perancangan model bisnis tertulis serta terstruktur. Perancangan model bisnis dapat digunakan oleh Kopi Duwara sebagai acuan atau peta dalam menjalankan bisnis yang jelas bagi Kopi Duwara. Berdasarkan penelitian awal yang telah dilakukan oleh peneliti serta identifikasi masalah yang terjadi, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut.

1. Bagaimana model bisnis yang dilakukan Kopi Duwara saat ini dan evaluasi model bisnis tersebut?
2. Bagaimana usulan perancangan model bisnis untuk Kopi Duwara dengan menggunakan *Business Model Canvas*?

### **I. 3 Batasan dan Asumsi Penelitian**

Dalam melakukan penelitian pada Kopi Duwara terdapat batasan masalah serta asumsi yang digunakan. Berikut merupakan pembatasan masalah pada penelitian Kopi Duwara.

1. Penelitian dilakukan hanya terkait dengan perancangan bisnis dengan menggunakan model bisnis *Business Model Canvas*.
2. Penelitian yang dilakukan hanya sampai pada tahap pemberian usulan dan tidak sampai pada tahap implementasi.

Pada penelitian Kopi Duwara terdapat asumsi yang digunakan. Asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah tidak terdapat perubahan pada Kopi Duwara selama penelitian dilakukan.

### **I. 4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada rumusan masalah Kopi Duwara yang telah dibahas, maka dapat diketahui tujuan dari penelitian ini. Terdapat beberapa tujuan dari penelitian yang dilakukan pada Kopi Duwara, berikut merupakan tujuan penelitian dari Kopi Duwara.

1. Mengetahui model bisnis saat ini pada Kopi Duwara serta identifikasi permasalahan terkait model bisnis tersebut.

2. Memberikan usulan untuk Kopi Duwara terkait perancangan model bisnis dengan menggunakan model bisnis *Business Model Canvas*.

### **I. 5 Manfaat Penelitian**

Penelitian pada Kopi Duwara yang dilakukan diharapkan mampu memberikan dampak positif serta manfaat dalam menjalankan bisnis pada Kopi Duwara. Manfaat penelitian Kopi Duwara yang diperoleh harus dapat menjawab tujuan dari penelitian Kopi Duwara. Berikut merupakan manfaat dari penelitian Kopi Duwara.

1. Peneliti dapat mengembangkan serta menerapkan ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah terkait dengan perancangan bisnis.
2. Memberikan referensi bagi *owner* terkait dengan model perancangan bisnis yang dapat digunakan sebagai acuan dalam menjalankan bisnis Kopi Duwara.
3. Bagi penelitian selanjutnya dapat digunakan sebagai dasar atau referensi penelitian.
4. Bagi para pembaca dapat memberikan referensi pembelajaran dalam mengetahui proses perancangan bisnis sebagai panduan ketika akan berbisnis.

### **I. 6 Metodologi Penelitian**

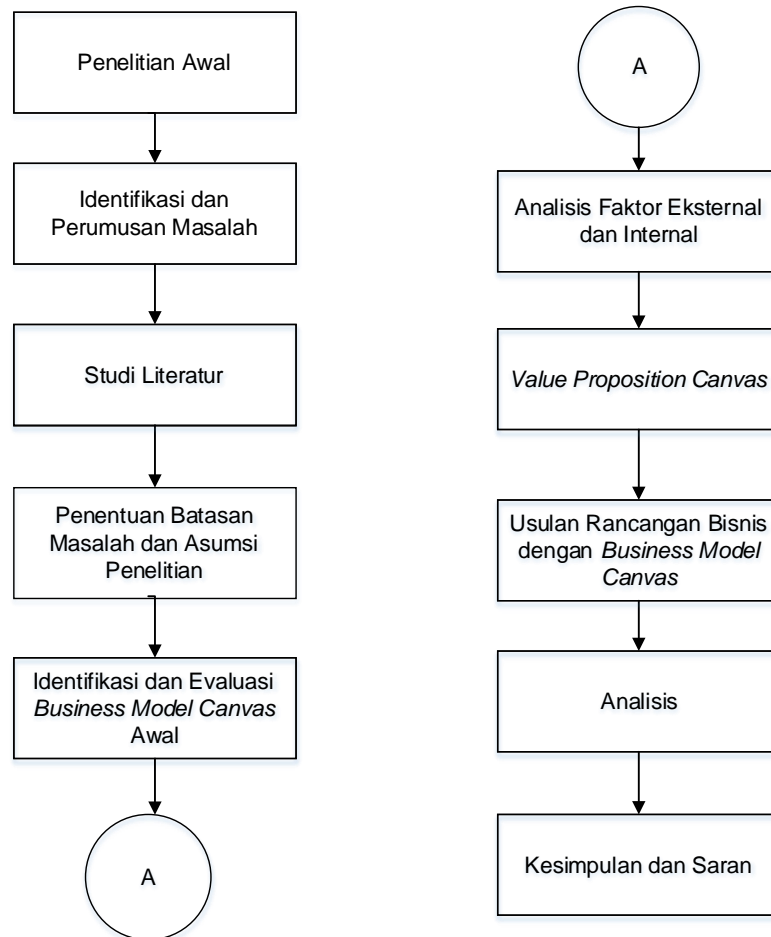
Metodologi Penelitian merupakan gambaran dari langkah-langkah yang akan dilakukan pada saat melaksanakan penelitian dari mulai tahap penelitian awal hingga pada tahap pemberian kesimpulan serta saran. Metodologi penelitian dapat membantu dalam proses penelitian supaya penelitian yang dilakukan dapat lebih terstruktur dan sistematis. Gambar metodologi penelitian dari penelitian yang dilakukan dapat dilihat pada Gambar I.3.

Berdasarkan Gambar I.3, maka dapat dijabarkan untuk setiap langkahnya. Berikut merupakan penjabaran langkah-langkah yang digunakan pada saat penelitian berdasarkan Gambar I.3.

#### **1. Penelitian Awal**

Pada tahap penelitian awal terkait dengan beberapa hal yang mendasari dilakukannya penelitian. Penelitian awal dilakukan dengan mencari serta mengetahui permasalahan yang dialami oleh Kopi

Duwara. Untuk mengetahui gambaran awal mengenai permasalahan maka dilakukan wawancara dengan *owner* dari Kopi Duwara.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

## 2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Pada tahap identifikasi dan perumusan masalah dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang terjadi pada Kopi Duwara. Berdasarkan masalah yang teridentifikasi tersebut maka dapat dirancang menjadi rumusan masalah.

## 3. Studi Literatur

Tahap studi literatur ini berkaitan dengan dasar-dasar teori yang berguna dalam penelitian yang digunakan sebagai pedoman bagi peneliti dalam melakukan penelitian. Dasar teori yang digunakan adalah terkait dengan bisnis, model bisnis, *Business Model Canvas*,

*Porter's Five Forces Analysis, SWOT Analysis, Value Proposition Canvas, Marketing Mix* serta perencanaan bisnis.

4. Penentuan Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Pada tahap ini berkaitan dengan pemberian batasan masalah serta asumsi yang digunakan dalam melakukan penelitian. Batasan serta asumsi masalah dibutuhkan untuk dapat lebih memfokuskan serta membantu mempermudah penelitian.

5. Identifikasi dan Evaluasi *Business Model Canvas* Awal

Pada tahap ini dilakukan penggambaran model bisnis saat ini dari bisnis Kopi Duwara. Penggambaran model bisnis untuk Kopi Duwara dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). Setelah dilakukan pemetaan awal ini, selanjutnya dilakukan evaluasi terkait model bisnis yang dijalankan saat ini oleh Kopi Duwara. Pada tahap evaluasi ini dilakukan evaluasi perancangan model bisnis yang dijalankan oleh Kopi Duwara dengan menggunakan *Business Model Canvas*.

6. Analisis Faktor Eksternal dan Internal

Pada tahap ini dilakukan analisis terkait dengan faktor lingkungan eksternal serta internal dari Kopi Duwara. Analisis ini dilakukan dengan bantuan beberapa *tools* seperti *Porter's Five Forces* dan *Analysis SWOT*.

7. *Value Proposition Canvas*

Pada tahap ini dilakukan identifikasi dalam menciptakan dan meningkatkan *value proposition* untuk pelanggan. Identifikasi dilakukan dengan melakukan pengambilan data dari sudut pandang pelanggan, yang selanjutnya dapat dijadikan acuan dalam memberikan solusi oleh pihak dari Kopi Duwara.

8. Usulan Rancangan Model Bisnis dengan *Business Model Canvas*

Pada tahap ini dilakukan perancangan model bisnis untuk Kopi Duwara. Perancangan model bisnis ini dilakukan supaya seluruh aktivitas bisnis yang dijalankan oleh Kopi Duwara dapat berjalan secara terstruktur. Usulan rancangan model bisnis yang diberikan berdasarkan hasil yang diperoleh dari *Porter's Five Forces Analysis, SWOT Analysis, Value Proposition Canvas* serta *Marketing Mix*.

9. Analisis

Pada tahap ini dilakukan analisis dari hasil pengolahan data pada penelitian yang telah dilakukan pada Kopi Duwara. Analisis dalam penelitian ini dilakukan terkait dengan hasil dari perancangan model bisnis yang sebelumnya telah dirumuskan.

10. Kesimpulan dan Saran

Pada tahap ini, berkaitan dengan kesimpulan dari penelitian Kopi Duwara yang telah dilakukan. Sedangkan untuk saran merupakan saran yang dapat diberikan oleh peneliti terhadap Kopi Duwara sebagai objek penelitian, serta saran kepada pembaca maupun peneliti selanjutnya.

### **I. 7 Sistematika Penulisan**

Dalam melakukan penelitian, tentunya diperlukan sistematika penulisan laporan. Sistematika yang digunakan dalam penulisan laporan penelitian ini adalah sebagai berikut.

## **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini membahas mengenai mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian serta sistematika penulisan laporan penelitian.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Pada bab ini berisi mengenai teori-teori yang digunakan terkait dengan penelitian yang dilakukan yang menjadi dasar dalam pengolahan data. Teori yang digunakan diperoleh berdasarkan studi literatur. Teori dalam penelitian ini berkaitan dengan bisnis, model bisnis, *Business Model Canvas*, *Porter's Five Forces Analysis*, *SWOT Analysis*, *Value Proposition Canvas*, *Marketing Mix*, perencanaan bisnis serta teknik pengumpulan sampel.

## **BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA**

Pada bab ini berisi mengenai data yang telah dikumpulkan untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data. Pengolahan data dilakukan dengan memetakan model bisnis awal dari Kopi Duwara dengan menggunakan kerangka



*Business Model Canvas*, selanjutnya berdasarkan pemetaan tersebut dilakukan evaluasi terkait model bisnis yang yang dijalankan saat ini pada Kopi Duwara. Setelah dilakukan evaluasi, dilakukan pengamatan faktor eksternal dan internal dengan menggunakan *Porter's Five Forces Analysis* serta *SWOT Analysis*. Selanjutnya, digunakan *Value Proposition Canvas* untuk mengetahui *value proposition* serta *customer segment* secara lebih detail dari Kopi Duwara. Setelah dilakukan pengolahan data dengan *tools* tersebut, selanjutnya dilakukan pengolahan terkait dengan hubungan antar blok yang terdapat pada *Business Model Canvas*. Berdasarkan hal itu, maka diperoleh usulan perbaikan dari perancangan model bisnis pada Kopi Duwara, serta dapat diberikan juga usulan perencanaan bisnis yang dapat menjadi bahan pertimbangan oleh Kopi Duwara.

#### **BAB IV ANALISIS**

Pada bab ini berisi analisis yang diperoleh dari pengolahan data yang sebelumnya telah dilakukan. Analisis yang dilakukan berkaitan dengan penggunaan *Business Model Canvas*, *Porter's Five Forces Analysis*, *SWOT Analysis*, *Value Proposition Canvas*, *Marketing Mix*, usulan *Business Model Canvas* serta analisis usulan rencana bisnis yang diberikan untuk Kopi Duwara.

#### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini berisi mengenai kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan sebelumnya. Selain itu, pada bab ini berisi mengenai saran yang diberikan untuk perusahaan, pembaca maupun untuk penelitian selanjutnya.