

**PERENCANAAN BISNIS *DRIVE-IN CAFE* DI
JAKARTA MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL*
*CANVAS***

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Paulus Nicholas G.

NPM : 2017610085



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

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Paulus Nicholas G.
NPM : 2017610085
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERENCANAAN BISNIS *DRIVE-IN CAFE* DI JAKARTA
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 14 Agustus 2021

Ketua Program Studi Sarjana Teknik Industri

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

Pembimbing Pertama

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

ABSTRAK

Usaha *cafe* merupakan salah satu usaha yang menarik dan terus berkembang jumlahnya karena ketertarikan yang terus meningkat oleh masyarakat dikarenakan *cafe* dijadikan sebagai tempat *hangout* terutama di Jakarta. Tetapi, pada tahun 2020 terjadi pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak usaha tutup dan *cafe* merupakan salah satunya sehingga orang-orang tidak memiliki tempat *hangout*. Oleh karena itu, hal ini menghasilkan peluang usaha yang baik untuk membuat *cafe* yang inovatif dan dapat menjadi solutif untuk permasalahan pandemi tersebut, yaitu *drive-in cafe* bernama *Go- To Cafe*.

Perencanaan bisnis usaha *cafe* dengan konsep *drive-in* tersebut, maka akan menggunakan *business model canvas* (BMC). Perencanaan bisnis dengan menggunakan BMC tersebut akan dilakukan dengan menganalisis 3 aspek yang menjadi bagian dari BMC, yaitu aspek pasar, operasional, dan finansial. Pembuatan aspek pasar akan membantu mengisi bagian dari *value proposition*, *channels*, *customer segment*, dan *customer relationship*. Pembuatan aspek operasional akan membantu mengisi bagian *key partner*, *key activities*, dan *key resources*. Pembuatan aspek finansial akan membantu mengisi bagian *cost structure* dan *revenue streams*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah terancangnya *business model canvas* untuk *drive-in cafe*. Pembuatan aspek pasar akan menghasilkan analisa industri dengan *Porter's Five Forces* dan analisa SWOT, target pasar *hangout* dan harga sedang, *marketing mix* dengan 7P. Pembuatan aspek operasional akan menghasilkan struktur organisasi, menu makanan dan minuman, pengurusan bahan baku, teknis pemesanan, dan perencanaan operasional untuk *Go- To Cafe*. Pembuatan aspek finansial akan menghasilkan biaya awal *Go- To Cafe*, proyeksi keuangan dengan jumlah penjualan gelas dan peningkatan *sales* per tahunnya, proyeksi laba rugi dengan *income statement*, dan rasio profitabilitas untuk *Go- To Cafe*.

ABSTRAK

Usaha *cafe* merupakan salah satu usaha yang menarik dan terus berkembang jumlahnya karena ketertarikan yang terus meningkat oleh masyarakat dikarenakan *cafe* dijadikan sebagai tempat *hangout* terutama di Jakarta. Tetapi, pada tahun 2020 terjadi pandemi COVID-19 yang menyebabkan banyak usaha tutup dan *cafe* merupakan salah satunya sehingga orang-orang tidak memiliki tempat *hangout*. Oleh karena itu, hal ini menghasilkan peluang usaha yang baik untuk membuat *cafe* yang inovatif dan dapat menjadi solutif untuk permasalahan pandemi tersebut, yaitu *drive-in cafe* bernama *Go- To Cafe*.

Perencanaan bisnis usaha *cafe* dengan konsep *drive-in* tersebut, maka akan menggunakan *business model canvas* (BMC). Perencanaan bisnis dengan menggunakan BMC tersebut akan dilakukan dengan menganalisis 3 aspek yang menjadi bagian dari BMC, yaitu aspek pasar, operasional, dan finansial. Pembuatan aspek pasar akan membantu mengisi bagian dari *value proposition*, *channels*, *customer segment*, dan *customer relationship*. Pembuatan aspek operasional akan membantu mengisi bagian *key partner*, *key activities*, dan *key resources*. Pembuatan aspek finansial akan membantu mengisi bagian *cost structure* dan *revenue streams*.

Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah terancangnya *business model canvas* untuk *drive-in cafe*. Pembuatan aspek pasar akan menghasilkan analisa industri dengan *Porter's Five Forces* dan analisa SWOT, target pasar *hangout* dan harga sedang, *marketing mix* dengan 7P. Pembuatan aspek operasional akan menghasilkan struktur organisasi, menu makanan dan minuman, pengurusan bahan baku, teknis pemesanan, dan perencanaan operasional untuk *Go- To Cafe*. Pembuatan aspek finansial akan menghasilkan biaya awal *Go- To Cafe*, proyeksi keuangan dengan jumlah penjualan gelas dan peningkatan *sales* per tahunnya, proyeksi laba rugi dengan *income statement*, dan rasio profitabilitas untuk *Go- To Cafe*.

ABSTRACT

A cafe business is an interesting business that keeps growing by number because of the growing interest of the people because cafe is being used as a hangout place especially for people at Jakarta. But, at the year 2020 there was a COVID-19 pandemic that is causing a lot of business to close and one of it was cafe and people do not have a hangout place. That is why, this is an opportunity to create an innovative cafe that can also be a solution to the pandemic, which is a drive-in cafe named Go-To Cafe.

Business plan for the cafe business with a drive-in concept will use business model canvas (BMC). Business plan will use BMC by analyzing 3 aspects which is a part of the BMC itself, the 3 aspects would be market aspect, operational aspect, and financial aspect. The making of the market aspect would fulfill the parts of BMC which is value proposition, channels, customer segment, and customer relationship. The making of the operational aspect would fulfill the parts of BMC which is key partner, key activities, and key resources. The making of the financial aspect would fulfill the part of BMC which is cost structure and revenue streams.

The result of the research that been done is the designed of the business model canvas for drive-in cafe. The making of market aspects will produce Porter's Five Forces and SWOT analysis, market of hangout market and normal price, and marketing mix with 7P. The making of the operational aspect would produce organizational structure, menu for foods and drinks, raw material management, and the technical order at Go- To Cafe. Pembuatan aspek finansial would produce the early cost or capital of Go- To Cafe, financial projection with sales amount and the yearly growth of sales, the profit and loss projection that is calculated by using income statement and profitability ratio which is margin of net profit, gross profit, operation, and also Return on Investment for Go- To Cafe.

KATA PENGANTAR

Puji syukur diucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan bimbingannya yang menyertai dalam proses penelitian skripsi yang berjudul “Perencanaan Bisnis *Drive-in Cafe* di Jakarta Menggunakan *Business Model Canvas*” sehingga penelitian dapat dilakukan dan diselesaikan dengan baik.

Dalam penyusunan skripsi ini tentunya juga ada banyak pihak yang turut membantu dan mendukung penulis. Pada kesempatan ini pula penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang didapatkan kepada seluruh pihak yang terlibat dalam memberikan bantuan serta dukungan baik berhubungan dengan penelitian maupun dalam pengerjaannya. Oleh karena itu, sekali lagi diucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang membantu, khususnya kepada:

1. Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, tuntunan, masukan, dan juga saran selama proses pembuatan dan penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Paulus Sukpto, Ir., M.B.A. dan Loren Pratiwi, S.T., M.T. yang berlaku sebagai dosen penguji proposal yang telah menguji serta memberikan masukan maupun kritik saat sidang proposal.
3. Orang tua dan keluarga penulis atas doa, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian.
4. Nisrina Dwianti sebagai sahabat selama masa kuliah yang selalu membantu, mendukung, dan menyemangati penulis dalam proses penelitian skripsi.
5. Teman-teman yang menetap di Bandung khususnya kepada Johan Lisandy, Fabyola Ristanto, Kenneth Kristofer, Arsenius Arya, Patrick Christian, Timothy Silalahi, dan Muhammad Gulam yang telah memberikan semangat dan dukungan secara terus menerus kepada penulis.
6. Teman-teman kost atau kuliah yang berada di rumahnya masing-masing khususnya Matthew Gunawan, Raka da Gomez, Aldi Surya, Gabriel Benhard, Daniel Djunaidi, Aditya Surjawan, Georgio Edgar, Alvin Benardi, Randy Kristian, Calvin Immanuel, Joel Javier, dan Chrisanto Andatama

atas dukungan dan hiburan-hiburan yang diberikan selama proses penelitian skripsi.

7. Teman-teman SMA Kanisius khususnya kepada Axel Sidharta, Abiyyu Ihsan, Yulianus Rama, Philip Albert, Farrel Cahyo, dan Andri Prabowo yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam pengerjaan skripsi.

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang belum atau lupa disebutkan atas bantuan dan dukungannya dalam proses pengerjaan skripsi. Sebelum diakhiri, penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penulisan dan pengerjaan skripsi ini. Penulis berharap agar penelitian ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya dan bermanfaat juga bagi pembaca.

Jakarta, 13 Agustus 2021



Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah	I-4
I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-9
I.4 Tujuan Penelitian	I-9
I.5 Manfaat Penelitian	I-10
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-10
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Bisnis	II-1
II.2 Perencanaan Bisnis	II-2
II.3 Aspek Pasar dan Bauran Pemasaran.....	II-2
II.3.1 <i>Porter's Five Forces Model</i>	II-3
II.3.2 Analisa SWOT	II-7
II.3.3 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	II-9
II.3.4 Bauran Pemasaran	II-10
II.4 Aspek Operasional dan Legalitas	II-12
II.5 Aspek Finansial.....	II-15
II.6 <i>Business Model Canvas</i>	II-18
BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA	III-1
III.1 Deskripsi Bisnis.....	III-1
III.2 Analisis Pasar	III-2
III.2.1 <i>Benchmark Usaha</i>	III-3

III.2.2 Hasil Wawancara	III-7
III.2.3 Analisis Industri	III-10
III.2.3.1 Identifikasi Industri.....	III-10
III.2.3.2 <i>Porter's Five Forces Model</i>	III-11
III.2.3.3 Analisis SWOT	III-19
III.2.4 <i>Segmenting, Targeting, dan Positioning</i>	III-23
III.2.5 <i>Marketing Mix 7P</i>	III-27
III.3 Analisis Operasional.....	III-29
III.3.1 Struktur Organisasi.....	III-29
III.3.3 Menu Makanan dan Minuman <i>Go- To Cafe</i>	III-32
III.3.3 Pengurusan Bahan Baku pada <i>Go- To Cafe</i>	III-33
III.3.4 Teknis Pemesanan pada <i>Go- To Cafe</i>	III-34
III.3.5 Perencanaan Operasional	III-37
III.4 Analisis Finansial.....	III-38
III.4.1 Perhitungan Biaya Awal <i>Go- To Cafe</i>	III-38
III.4.2 Proyeksi Perhitungan Keuangan.....	III-40
III.4.3 Proyeksi Laba Rugi dan Rasio Profitabilitas	III-43
BAB IV USULAN PERBAIKAN DAN ANALISIS	IV-1
IV.1 Analisis Pemilihan Kerangka Model Bisnis dengan <i>Business Model Canvas</i>	IV-1
IV.2 Perancangan <i>Business Model Canvas</i>	IV-2
IV.3 Analisis Penggunaan <i>Business Model Canvas</i>	IV-4
IV.4 Analisis Jangka Waktu Perencanaan Bisnis.....	IV-6
IV.5 Analisis Aspek Pasar	IV-7
IV.6 Analisis Aspek Operasional	IV-10
IV.7 Analisis Aspek Finansial	IV-11
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	V-1
V.1 Kesimpulan	V-1
V.2 Saran	V-1
DAFTAR PUSTAKA	
RIWAYAT PENULIS	

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Pembuktian Penelitian.....	I-5
Tabel I.2 Tabel Perbedaan <i>Drive-in Senja</i> dan Lippo Mall Puri	I-7
Tabel I.3 Tabel Kelebihan dan Kekurangan Sistem <i>Drive-in</i> dan <i>Dine Out</i>	I-8
Tabel III.1 Hasil Wawancara 1	III-7
Tabel III.2 Hasil Wawancara 2	III-9
Tabel III.3 Usaha <i>Benchmark</i>	III-20
Tabel III.4 Pemetaan SWOT	III-22
Tabel III.5 Segmentasi Pasar Harga	III-25
Tabel III.6 <i>Marketing Mix 7P</i>	III-29
Tabel III.7 Menu Makanan dan Minuman.....	III-32
Tabel III.8 Matriks RACI	III-37
Tabel III.9 Perencanaan Operasional	III-38
Tabel III.10 Harga Peralatan	III-39
Tabel III.11 Perencanaan Biaya Awal	III-40
Tabel III.12 Skenario Jumlah Penjualan	III-41
Tabel III.13 Skenario Peningkatan Sales	III-42
Tabel III.14 Elemen Perhitungan.....	III-42
Tabel III.15 <i>Income Statement</i> Skenario <i>Pessimistic</i>	III-44
Tabel III.16 <i>Income Statement</i> Skenario <i>Most Likely</i>	III-46
Tabel III.17 <i>Income Statement</i> Skenario <i>Optimistic</i>	III-47
Tabel III.18 Rasio Profitabilitas.....	III-48

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Tabel Proyeksi Peningkatan Jumlah <i>Cafe</i> dari Tahun 2013-2019...	I-1
Gambar I.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia	I-2
Gambar I.3 Metodologi Penelitian	I-10
Gambar II.1 <i>Porter's Five Forces Model</i>	II-3
Gambar II.2 Analisis SWOT	II-8
Gambar II.3 <i>Marketing Mix 4P</i>	II-11
Gambar II.4 Matriks RACI	II-15
Gambar II.5 <i>Business Model Canvas</i>	II-19
Gambar III.1 Logo <i>Go- To Cafe</i>	III-2
Gambar III.2 <i>Drive-in Senja</i>	III-3
Gambar III.3 Lippo Mall Puri <i>Park & Dine</i>	III-4
Gambar III.4 Starbucks Ancol	III-5
Gambar III.5 Bengawan Solo <i>Coffee Ancol</i>	III-6
Gambar III.6 Kopi Lain Hati.....	III-6
Gambar III.7 <i>Porter's Five Forces</i>	III-19
Gambar III.8 Struktur Organisasi <i>Go- To Cafe</i>	III-30
Gambar III.9 <i>Flowchart</i> Teknis Pemesanan	III-36
Gambar IV.1 <i>Business Model Canvas Go- To Cafe</i>	IV-3

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab I akan dijelaskan studi pendahuluan yang dilakukan. Studi pendahuluan yang dilakukan akan memuat latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, dan metodologi penelitian.

I.1 Latar Belakang

Pada zaman sekarang, bisnis dapat dibuka oleh siapapun dan kalangan apapun. Bisnis pun tentu dilakukan dengan tujuan meraup keuntungan sebanyak-banyaknya dari usaha yang dijalankan. Bisnis juga terdapat berbagai macam jenis, salah satu jenis yang cukup terkenal merupakan bisnis yang bergerak di bidang *food and beverages*. Contoh bisnis yang bergerak di bidang *food and beverages* merupakan *cafe*. Definisi kafe adalah “tempat minum yang pengunjungnya dapat memesan minuman, seperti kopi, teh, bir, dan kue-kue atau bisa disebut juga sebagai kedai kopi (<https://kbbi.web.id/kafe>).” Walaupun begitu, *cafe* sekarang memiliki kemiripan yang tinggi dengan restoran karena perbedaannya yang hanya terdapat pada makanan yang disajikan. Berdasarkan data-data yang terdapat di Indonesia, usaha *cafe* merupakan salah satu usaha yang memiliki pertumbuhan yang positif di Indonesia. Berikut pada Gambar I.1 akan menunjukkan pertumbuhan *cafe* yang ada di Indonesia.

Value Sales and Growth of Indonesia's Foodservice by Subsector, 2014
In US\$ Millions

Subsector	2013	2014	2015 ^E	2016 ^F	2019 ^F	% CAGR 2010-14	% CAGR 2015 ^E -19 ^F
Total Consumer Foodservice	33,625.9	36,814.8	39,906.4	43,310.8	56,290.7	8.7	9.0
Full-Service Restaurants	27,486.2	30,022.8	32,465.4	35,152.5	45,423.5	8.5	8.8
Cafés/Bars	3,298.6	3,634.9	3,969.0	4,338.8	5,756.0	9.4	9.7
Fast Food	1,442.8	1,651.3	1,861.1	2,092.8	2,941.5	12.7	12.1
Street Stalls/Kiosks	1,203.6	1,291.9	1,376.4	1,468.7	1,821.1	6.3	7.2
Pizza Consumer Foodservice*	356.8	411.9	474.2	542.5	755.1	11.6	12.3
Self-Service Cafeterias	179.9	196.8	211.7	228.1	288.9	8.9	8.1
100% Home Delivery/Takeaway	14.9	17.1	22.8	29.8	59.8	57.2	27.3

Note: Pizza consumer foodservice is including three sub-sectors (pizza fast food, pizza full-service restaurants and pizza 100% home delivery/takeaway). These sub-sectors are already included in the total fast food, total full-service restaurants and total 100% home delivery/takeaway sectors. Thus, pizza consumer foodservice is not included in the total consumer foodservice value sales.
F: Forecast. E: Estimated. CAGR: Compound Annual Growth Rate.

Source for all: Euromonitor International, 2016.

Gambar I.1 Tabel Proyeksi Peningkatan Jumlah Cafe dari Tahun 2013-2019.
(sumber: <https://marketeers.com/mencicip-bisnis-restoran-indonesia-di-2019/>)

Berdasarkan Gambar I.1 diatas, dapat dilihat bahwa *cafe* memiliki pertumbuhan yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Pertumbuhan jumlah *cafe* naik dengan jumlah yang cukup signifikan per tahunnya. Hal ini menunjukkan bahwa *cafe* merupakan sebuah usaha yang diminati oleh banyak orang untuk didatangi. Berdasarkan Danang Sugianto (2019), pembukaan gerai kedai kopi / *coffee shop/ cafe* meningkat sebesar kurang lebih 2000 secara jumlah mulai dari tahun 2016 – 2019. Dilansir dari bisnis.com, usaha kedai kopi diproyeksikan akan meningkat sebesar 20% pada tahun 2020. Usaha *cafe* ini merupakan sebuah usaha yang sangat diminati oleh masyarakat, terutama di Jakarta. Masyarakat Jakarta memiliki ketertarikan yang cukup tinggi dengan *cafe*, terutama untuk golongan anak muda yang sangat menyukai *coffee shop/cafe* ini. *Cafe* mayoritas didatangi oleh anak-anak muda dengan tujuan untuk berkumpul, mengobrol, mengerjakan tugas, dan kegiatan-kegiatan lainnya.

Walaupun begitu, pada tahun 2020 terjadi pandemi COVID-19 yang merupakan sebuah pandemi yang terjadi pada seluruh dunia. Indonesia merupakan salah satu negara yang terkena dampaknya secara signifikan dalam berbagai aspek, baik budaya, ekonomi, sosial, dan aspek-aspek lainnya. Aspek yang terkena dampaknya secara signifikan merupakan aspek ekonomi. Pada data berikut di Gambar I.2 akan ditampilkan pertumbuhan ekonomi oleh Indonesia mulai dari Kuartal 1 tahun 2018 sampai Kuartal 2 tahun 2020.



Gambar I.2 Pertumbuhan Ekonomi Indonesia
(sumber: <https://tirto.id/bagaimana-covid-19-mengubah-ekonomi-indonesia-asean-fWjv>)

Berdasarkan data yang dipaparkan di Gambar 1.2, dapat dilihat nilai pertumbuhan ekonomi Indonesia sangat menurun pada tahun 2020. Pada kuartal 2 tahun 2020 dapat dilihat bahwa ekonomi Indonesia mulai bernilai minus. Hal ini dikarenakan adanya peraturan yang dibuat oleh pemerintah terkait pembatasan sosial yang ada dan dilarangnya orang-orang untuk berkumpul. Masyarakat yang terbiasa makan di restoran atau berkumpul di *cafe* menjadi dilarang dan tidak diperbolehkan untuk membatasi penyebaran virus dengan pembatasan sosial tersebut. Peraturan pemerintah ini menyebabkan banyaknya usaha yang mulai tutup dikarenakan usaha-usaha tersebut yang tidak bisa mendapatkan keuntungan yang cukup untuk menutup dan membayar biaya-biaya operasional yang diperlukan oleh usaha yang dijalankan. *Cafe* sendiri pun merupakan salah satu usaha yang memiliki jumlah usaha tutup yang banyak yang terdapat pada Jakarta. Dilansir dari jakarta.bisnis.com, Jakarta kurang lebih memiliki restoran dengan jumlah sebesar 9000an restoran dimana 1000an restoran/*cafe* tersebut tutup permanen dan restoran/*cafe* tersebut bukan termasuk restoran yang terdapat dari *mall*. Di Jakarta, *cafe* yang terletak di dalam *mal* memiliki jumlah sebesar 4000an dan sebagian besar juga tutup. Hal ini dikarenakan *cafe* tersebut tidak bisa membayar biaya operasional akibat aturan pemerintah yang ditetapkan. Kota Jakarta yang tadinya dipenuhi restoran dan juga *cafe* sekarang menjadi sangat sedikit dikarenakan banyaknya usaha yang tutup dikarenakan biaya-biaya yang tidak tertutupi.

Oleh karena itu, masalah ini menghasilkan peluang usaha yang baik untuk membuat *cafe* yang memiliki konsep yang inovatif. Konsep inovatif ini akan membuat usaha *cafe* memiliki ruang-ruang privasi untuk pengunjung yang ada sehingga pengunjung tidak perlu bertemu dengan pengunjung lain yang tidak dikenal. Konsep inovatif ini merupakan *drive in cafe*. Tetapi sebelum dibuat, penelitian akan didukung dengan analisis terhadap beberapa aspek dan disertai dengan perencanaan bisnis yang tepat untuk pembuatan usaha ini. Usaha membutuhkan perencanaan bisnis yang tepat dikarenakan modal usaha yang dibutuhkan akan berjumlah cukup besar dikarenakan besarnya lahan yang dibutuhkan untuk menjalankan usaha. Penelitian ini dilakukan dikarenakan secara subjektif, usaha memiliki prospek yang baik. Usaha ini merupakan suatu hal yang solutif untuk masalah terbatasnya tempat berkumpul untuk anak-anak muda dikarenakan pengunjung tidak perlu berinteraksi dengan pengunjung lain yang

tidak dikenal. Usaha ini juga solutif untuk anak muda dikarenakan mempermudah anak muda untuk berinteraksi sosial pada kala pandemi. Alasan lain yang mendukung pembuatan usaha ini dapat dilihat berdasarkan gambar 2 yang menunjukkan bahwa ekonomi Indonesia yang sedang menurun akibat pandemi. Penelitian akan mencakup analisis terhadap usaha yang dijalankan bahwa akan layak atau tidak dan akan disertai dengan perencanaan bisnis untuk usaha tersebut.

Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), model bisnis mendeskripsikan bagaimana sebuah usaha membuat, memberikan, dan menangkap sebuah nilai. Pembuatan model bisnis dengan baik akan menghasilkan tujuan yang lebih terstruktur dan menyesuaikan dengan prioritas yang telah dibuat. Perencanaan bisnis serta pembuatan model bisnis juga membantu untuk merincikan detail-detail yang dibutuhkan seperti modal dan mengurangi kemungkinan gagalnya dibuat usaha tersebut. Pembuatan usaha *drive-in cafe* memiliki resiko yang cukup tinggi dimana usaha membutuhkan modal yang cukup besar karena ukuran lahan yang akan digunakan untuk usaha akan lebih besar dibanding *cafe* biasa. Oleh karena itu, usaha membutuhkan perencanaan bisnis dan model bisnis yang baik. Penelitian untuk usaha akan dilakukan dengan analisis beberapa aspek dan perencanaan bisnis untuk melihat proyeksi bisnis kedepannya. Perencanaan bisnis pun akan dilakukan dengan menggunakan *Business Model Canvas*. Menurut Osterwalder & Pigneur (2010), *business model canvas* adalah sebuah kerangka model bisnis yang berbentuk kanvas yang terdiri atas 9 blok, yaitu *key partners*, *key activities*, *key relationship*, *value proposition*, *customer relationships*, *channels*, *customer segments*, *cost structure*, dan *revenue streams*. Selain *business model canvas*, terdapat kerangka model bisnis lain yang dapat digunakan untuk membuat model bisnis tetapi pada penelitian ini tetapi kerangka yang dipilih adalah BMC. BMC dipilih karena BMC akan membantu penyusunan seluruh komponen usaha dengan baik dimana masing-masing komponen saling mendukung satu sama lain.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Sebelum dilakukan pengidentifikasian masalah, akan dilakukan pengecekan terkait penelitian yang berhubungan terlebih dahulu. Dari penelitian-penelitian yang sudah dibuat sebelumnya, terdapat beberapa penelitian yang

membahas mengenai bisnis serupa, yaitu *cafe*. Berikut pada tabel I.1 merupakan jurnal-jurnal yang berhubungan dengan penelitian.

Tabel I.1 Pembuktian Penelitian

No	Penelitian	Pembahasan	Metode	Proses Penelitian dan Output
1	Nha Truc (2017), “ <i>Business Plan for Existing Venture: Papu Cafe</i> ”	Penelitian membahas terkait industri kopi di daerah Finland dan tren dalam meminum kopi sehingga bisa dibuatnya <i>business plan</i> yang baik untuk usaha <i>cafe</i> .	Metode yang digunakan menggunakan analisa pasar untuk mengetahui pasar yang ada seperti dengan SWOT, analisa operasional, dan juga analisa finansial seperti <i>break even analysis</i> .	Penelitian dilakukan dengan baik dan terstruktur dimana dilakukan proses-prosesnya dengan berurut. Penelitian tidak menggunakan <i>business model canvas</i> . Output merupakan <i>business plan</i> untuk <i>Papu Cafe</i>
2	Revano Rakha Dharmawan (2019), “RENCANA USAHA COFFEE SHOP DENGAN PENERAPAN SISTEM PELAYANAN DINE-IN & DRIVE THRU DI KABUPATEN BOGOR”	Penelitian membahas terkait usaha <i>coffee shop</i> yang dibuat dengan sistem dine-in & drive thru yang terletak di kabupaten Bogor.	Metode yang digunakan dalam penelitian adalah dilakukannya pengumpulan data terkait aspek produk seperti nama, logo dan tempat usaha, aspek pemasaran seperti media yang digunakan untuk pemasaran, aspek fisik seperti luas bangunan, aspek operasional seperti struktur organisasi, dan aspek finansial seperti <i>cash flow</i> .	Penelitian dilakukan dengan terstruktur dan berurut dan juga lengkap untuk masing-masing aspeknya. Penelitian tidak disertai dengan <i>business model canvas</i> . Output merupakan rencana untuk usaha <i>coffee shop</i> dengan mempertimbangkan berbagai aspek.

(lanjut)

Tabel I.1 Pembuktian Penelitian (lanjutan)

No	Penelitian	Pembahasan	Metode	Proses Penelitian dan Output
3	Fred Mado (1965), "AMF's Automated Drive-in Restaurant"	Penelitian membahas terkait pembuatan restoran yang memiliki sistem <i>drive-in</i> sehingga mempermudah pelayanan dalam restoran.	-	Penelitian menjelaskan sistem <i>drive-in</i> yang dibuat. Sistem <i>drive-in</i> yang dibuat dibuat dengan otomasi dimana hasil produk yang diberikan dapat memiliki kualitas yang sama dan dapat disajikan dengan cepat.
4	Kenneth. T. Jackson (1985), "The Drive-in Culture of Contemporary America: The Drive-in Culture of Contemporary America"	Buku menjelaskan terkait budaya <i>drive-in</i> pada negara Amerika kontemporer.	-	Buku menjelaskan budaya-budaya <i>drive-in</i> yang ada pada negara Amerika seperti usaha-usaha yang berkonsep <i>drive-in</i> . Usaha-usaha tersebut seperti teater, <i>shopping center</i> , usaha-usaha yang berada di dalam trailer dan berbagai usaha lainnya.

Setelah dilakukan pengecekan, telah diketahui bahwa tidak ada secara spesifik penelitian yang membahas usaha *cafe* dengan konsep *drive-in* sehingga dirasakan perlu untuk membahas dan meneliti lebih dalam terkait konsep tersebut. Selanjutnya, penelitian yang dilakukan dapat diidentifikasi dan dirumuskan beberapa masalah berdasarkan latar belakang yang telah dibuat. Masa pandemi menyebabkan banyaknya peluang usaha dan salah satunya merupakan *drive-in cafe*. Menurut CNN (2020), masyarakat tidak akan semudah itu pergi keluar untuk *hangout* walaupun sudah selesai aturan-aturan pemerintah yang telah dilaksanakan dikarenakan ketakutan akan pandemi. Oleh karena itu, *drive-in cafe* dapat menjadi solusi untuk orang-orang yang ingin keluar tetapi tidak berani untuk keluar dan bertemu dengan orang-orang yang tidak dikenal. *Drive-in cafe* dengan nama *Go-To Cafe* ini akan memiliki konsep yang sama dengan *cafe* dimana akan

menyediakan *food and beverages* tetapi akan memiliki tempat yang sangat berbeda untuk pengunjung. Tempat untuk pengunjung merupakan kendaraan masing-masing dimana Go-To Cafe akan menyediakan lahan parkir yang cukup luas. Pembuatan Go-To Cafe yang berkonsep *drive-in* ini akan menjadi solusi untuk orang-orang yang tidak berani bertemu dengan orang-orang yang tidak dikenalnya dan sekaligus dapat menikmati suasana *cafe* di mobil. Go-To Cafe ini akan mengutamakan kualitas *food and beverages* serta *ambience* dari *cafe*. *Ambience* akan menjadi faktor yang krusial dikarenakan *ambience* yang kurang dapat menyebabkan pengunjung bosan berada di *cafe*. Oleh karena itu, *ambience* yang baik pun akan menjadi salah satu *selling point* dari Go-To Cafe.

Usaha yang menggunakan konsep *drive-in* sudah terdapat beberapa yang berlokasi di daerah sekitar Jakarta tetapi memiliki konsep yang sedikit berbeda dengan usaha yang ingin dijalankan. Contoh usaha yang mirip adalah *Drive-in Senja* yang terletak di Alam Sutera dan juga *drive-in* untuk Lippo Mall Puri. Konsep usaha kurang lebih sama akan mengutamakan sistem *drive-in*. Tabel I.2 akan menunjukkan perbedaan antara kedua usaha tersebut.

Tabel I.2 Tabel Perbedaan *Drive-in Senja* dan Lippo Mall Puri

	<i>Drive-in Senja</i>	Lippo Mall Puri
Gambar	 <p>(sumber: https://mediaindonesia.com/humaniora/334768/acara-perdana-drive-in-senja-alamсутera-diiikuti-hampir-200-mobil)</p>	 <p>(sumber: http://lippomallpuri.com/park&dine)</p>
Jenis Usaha	Teater atau Sinema disertai dengan makanan-makanan kecil	Variasi restoran yang terdapat pada mall tersebut
Harga	Rp 212.000-Rp. 265.000	Rp. 100.000-150.000
Lokasi Usaha	Lahan kosong	Parkiran Mall

Pada tabel diatas, dapat dilihat *benchmark* dari *drive-in cafe* yang ingin dibuat, dimana kurang lebih memiliki konsep usaha yang sama. Dengan adanya konsep *drive-in* ini menyebabkan orang-orang yang ingin keluar dan melakukan kegiatan selama pandemi seperti makan dapat dilakukan dengan adanya pembatas untuk bersosialisasi atau berdekatan dengan orang lain, yaitu mobil. Oleh karena itu, dapat dilihat kelebihan yang dimiliki oleh sistem *drive-in* tetapi sistem tersebut tentu memiliki kelemahan juga yang dapat dilihat dari tabel perbedaan antara sistem *drive-in* dengan *dine out*. Menurut *Dictionary by MerriamWebster*, *dine out* adalah makan di tempat selain rumah sedangkan definisi *drivein* menurut *Dictionary by Merriam-Webster*, adalah sebuah tempat yang mengakomodasikan makanan atau jasa lainnya yang diberikan pada pelanggan dalam kendaraannya masing-masing. Berdasarkan definisi keduanya, dapat dilihat perbedaan yang jelas antara keduanya. Dengan begitu, kedua konsep akan dibandingkan dengan mengetahui kelebihan dan kekurangannya masing-masing terkait masalah yang terjadi. Kelebihan dan kekurangan tersebut didapatkan berdasarkan definisi yang telah ditulis, observasi langsung pada usaha-usaha *benchmark*, dan juga wawancara kepada 10 orang yang pernah mengunjungi masing-masing usaha *benchmark* tersebut. Berikut pada Tabel I.3 yang menunjukkan kelebihan dan kelemahan dari sistem *drive-in*.

Tabel I.3 Tabel Kelebihan dan Kekurangan Sistem *Drive-in* dan *Dine Out*

No	<i>Drive-in</i>	<i>Dine out</i>
Kelebihan	<ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya kontak secara dekat dengan pengunjung lain • Adanya ruang pribadi dikarenakan adanya pembatas antar pengunjung (kendaraan) 	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki tempat yang lebih luas untuk melakukan kegiatan seperti makan • Tempat dapat digunakan untuk melakukan berbagai aktivitas seperti <i>meeting</i>, mengerjakan tugas, dan berbagai macam kegiatan.
Kekurangan	<ul style="list-style-type: none"> • Tempat untuk melakukan kegiatan seperti makan yang kurang luas • Membutuhkan lahan yang lebih luas untuk pembuatan usaha 	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya kontak secara dekat dengan pengunjung lain • Tidak ada ruang pribadi karena tidak adanya batas,

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat perbedaan di antara sistem *drive in* maupun *dine in* untuk usaha yang bergerak di *food and beverages*. Berdasarkan perbedaan yang ditampilkan pada tabel tersebut, dapat diketahui juga bahwa terdapat beberapa yang menjadi kelebihan dari sistem *drive-in* terutama pada masa pandemi ini maupun sebelum pandemi. Usaha ini pun sudah ada pada negara-negara lain sebelum adanya pandemi dan tetap bisa berjalan dengan lancar sampai sekarang. Oleh karena itu, usaha ini merupakan suatu usaha yang dapat diasumsikan memiliki prospek yang cukup baik untuk dibuat dan dilakukan dengan kelebihan-kelebihan yang ada. Usaha sendiri pun dibuat berdasarkan celah dari masalah yang sedang berlangsung, yaitu pandemi COVID-19 ini dimana orang-orang kesulitan untuk mencari tempat yang dapat digunakan sebagai wadah untuk melakukan interaksi sosial tanpa bertemu dengan orang-orang yang tidak dikenal. Usaha pun akan dibuat perancangan bisnis nya yang akan menggunakan *Business Model Canvas*. Identifikasi masalah sudah dilakukan dan dapat dirumuskannya masalah yang telah ditemukan. Perumusan masalah ini akan kurang lebih merangkum berdasarkan masalah-masalah yang sudah ditulis di identifikasi. Oleh karena itu perumusan masalah yang diangkat adalah bagaimana model bisnis dari *Go- To cafe* berdasarkan kerangka dari *Business Model Canvas*?

I.3 Batasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Batasan masalah dan asumsi penelitian akan mencakup pembatasan dari masalah-masalah yang ada dan asumsi-asumsi yang ada terkait penelitian yang dilakukan. Bagian ini dibuat guna membuat penelitian menjadi lebih terarah, terstruktur, dan juga terfokus. Batasan masalah yang ditentukan adalah penelitian yang dilakukan hanya dilakukan sampai tahap perencanaan model bisnis dan tidak diimplementasikan. Selanjutnya akan dibuat asumsi-asumsi yang ada pada penelitian. Asumsi dari penelitian adalah biaya-biaya yang digunakan untuk bahan baku tidak berubah dan biaya terkait penyewaan atau pembelian tanah memiliki nilai yang fluktuatif dan akan menggunakan harga terbaru.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian untuk perencanaan bisnis *drive-in cafe* ini memiliki tujuan. Tujuan akan menjawab perumusan masalah yang telah ditulis. Tujuan yang

ditentukan adalah merancang model bisnis yang tepat untuk *Go-To cafe* dengan menggunakan kerangka *Business Model Canvas*.

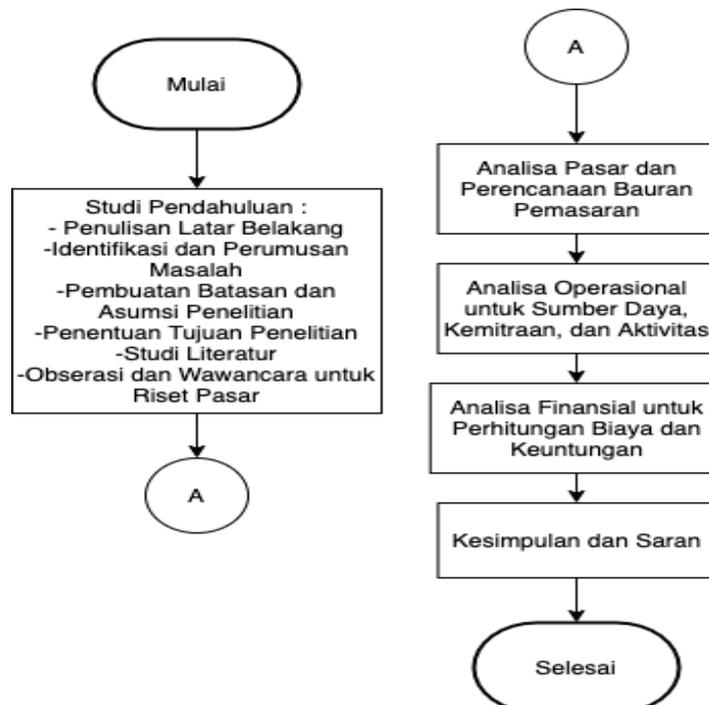
I.5 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca. Manfaat dari penelitian yang diharapkan bisa didapatkan adalah sebagai berikut.

1. Peneliti dan pembaca mendapatkan ilmu-ilmu teori tentang pembuatan dan perancangan bisnis.
2. Peneliti dan pembaca mendapatkan gambaran secara langsung tentang pembuatan dan perancangan bisnis *drive-in cafe*.
3. Penelitian dapat menjadi referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

I.6 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian akan kurang lebih menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam penelitian. Tahapan penelitian pun harus dilakukan secara sistematis terutama untuk perencanaan bisnis *drive-in cafe* yang ingin dibuat. Berikut pada gambar I.3 merupakan metodologi penelitian yang telah dibuat.



Gambar I.3 Metodologi Penelitian

1. Studi Pendahuluan

Tahap pertama dalam penelitian merupakan studi pendahuluan yang terdiri atas beberapa bagian, yaitu penulisan latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, pembuatan batasan dan asumsi penelitian, penentuan tujuan penelitian, dan observasi dan wawancara untuk riset pasar. Latar belakang dibuat dengan penjelasan mengapa penelitian ini dilakukan yang disertai dengan data-data yang mendukung serta metode yang digunakan untuk penelitian. Identifikasi masalah dilakukan dengan menemukan masalah-masalah yang ada serta penyebabnya dengan melakukan observasi. Perumusan masalah akan merumuskan masalah-masalah yang ditemukan. Identifikasi dan perumusan masalah juga dilakukan dengan wawancara terkait produk *benchmark* dan sekaligus menentukan kelebihan dan kekurangan dari solusi yang ingin diangkat. Batasan dan asumsi penelitian ditulis guna menghasilkan penelitian yang memiliki cakupan yang tidak terlalu luas. Tujuan penelitian ditulis berdasarkan perumusan masalah yang telah dibuat. Tujuan penelitian merupakan solusi dari perumusan masalah. Studi literatur merupakan literatur-literatur yang digunakan dalam penelitian Observasi dan wawancara dilakukan untuk pasar dari penelitian yang ingin dilakukan dan mendapatkan data terkait pasar tersebut.

2. Analisa Pasar dan Perencanaan Bauran Pemasaran

Tahap kedua merupakan analisa pasar dan perencanaan bauran pemasaran. Analisa pasar dan perencanaan bauran pemasaran dilakukan dengan terstruktur. Analisa pertama yang dilakukan adalah analisa industri untuk penelitian yang dilakukan dengan menggunakan Porter's Five Forces Model dan juga analisa SWOT untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan internal maupun eksternal dari usaha yang ingin dijalankan. Analisa SWOT juga akan dibantu dengan dilakukannya pencarian usaha-usaha *benchmark* yang berhubungan dengan penelitian. Setelah itu akan dilakukan juga proses STP agar dapat dilakukannya segmentasi serta target dan posisi untuk pasar dari usaha yang ingin dijalankan dan diakhiri dengan dilakukannya bauran pemasaran yang menggunakan *marketing mix 7P*.

3. **Analisa Operasional untuk Sumber Daya, Kemitraan, dan Aktivitas**
Tahap ketiga merupakan analisa operasional. Analisa operasional akan menganalisa hal-hal yang berhubungan dengan operasional. Hal-hal tersebut berupa struktur organisasi dari perusahaan serta proses yang dibutuhkan dan teknis pemesanan. Struktur organisasi akan dibuat dan dijelaskan masing-masing bagian atau divisi terkait tugas dan tanggung jawabnya masing-masing. Proses yang dibutuhkan dapat berupa pengurusan bahan baku dan teknis akan menjelaskan teknis pemesanan secara rinci dan bertahap. Pembuatan matriks RACI juga dilakukan untuk memperjelas tanggung jawab dari masing-masing bagian terkait kegiatan dari teknis pemesanan dan diakhiri dengan rangkuman perencanaan operasional. Analisa operasional akan mengisi blok BMC bagian *key partners*, *key activities*, dan *key resources*.
4. **Analisa Finansial untuk Perhitungan Biaya dan Keuntungan**
Tahap keempat merupakan analisa finansial. Analisa finansial akan menganalisa biaya-biaya awal terlebih dahulu seperti modal yang dikeluarkan, operasional selama 3 bulan. Setelah itu finansial juga melakukan proyeksi keuangan untuk masing-masing skenario yang dibuat *income statement* nya untuk masing-masing. Setelah itu maka dapat dilanjutkan untuk perhitungan rasio profitabilitas. Analisa finansial akan mengisi blok BMC bagian *cost structure* dan *revenue streams*.
5. **Kesimpulan dan Saran**
Tahap terakhir merupakan kesimpulan dan saran. Kesimpulan akan ditulis berdasarkan tujuan yang telah dibuat. Kesimpulan akan menjawab tujuan dari penelitian yang dilakukan dan saran ditulis guna memberikan hal-hal informatif yang berguna untuk dilanjutkannya penelitian dan membantu orang lain yang memiliki penelitian yang serupa.

I.7 Sistematika Penulisan

Penulisan skripsi untuk perencanaan bisnis *drive-in* cafe dengan menggunakan *business model canvas* ini akan terbagi menjadi 5 bagian. Bagian-bagian tersebut akan dimulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, pengumpulan dan pengolahan data, analisis, dan kesimpulan dan saran. Berikut penjelasan untuk masing-masing bagian.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab I ini akan dijelaskan terkait pendahuluan dari penelitian yang dilakukan. Hal-hal yang dijelaskan pada pendahuluan merupakan latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, batasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Hal-hal tersebut merupakan pendahuluan dari penelitian yang dilakukan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab II ini akan dijelaskan mengenai teori-teori yang dibutuhkan dalam pengerjaan penelitian. Teori-teori tersebut berupa bisnis, perencanaan bisnis, aspek pasar dan bauran pemasaran beserta *tools* nya seperti *Porter's Five Forces Model* sampai ke *segmenting, targeting, dan positioning*, aspek operasional beserta *tools*, aspek finansial, dan *business model canvas*.

BAB III PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bab III ini akan dijelaskan mengenai pengumpulan dan pengolahan data. Dimana pada bagian ini akan dilakukan analisa 3 aspek untuk mengisi *business model canvas*. 3 aspek tersebut merupakan aspek pasar, operasional, dan finansial. Analisa aspek-aspek tersebut juga dilakukan berdasarkan *tools* nya masing-masing seperti aspek pasar terdapat analisa SWOT, untuk aspek operasional terdapat struktur organisasi, dan aspek finansial terdapat biaya-biaya dan proyeksi keuangan untuk *Go- To Cafe*. Aspek-aspek tersebut dibutuhkan untuk mengisi seluruh bagian dari *business model canvas* dari *value proposition* sampai dengan *revenue streams*.

BAB IV ANALISIS

Pada bab IV ini akan dilakukan analisis terhadap pengolahan data yang dilakukan. Bab IV ini juga akan melakukan perancangan untuk *business model canvas* berdasarkan data-data yang sudah didapatkan dari masing-masing aspek. Analisis akan menganalisa pemilihan kerangka model bisnis dengan *business model canvas*, penggunaan *business model canvas*, jangka waktu perencanaan bisnis, aspek pasar, aspek operasional, dan aspek finansial.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab V ini akan dilakukan pembuatan kesimpulan dan saran. Kesimpulan akan menjawab perumusan masalah yang telah dibuat pada bab I. Saran akan dibuat untuk pelaksanaan *Go- To Cafe* dan penelitian selanjutnya.