

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL BISNIS
RAMAH LINGKUNGAN CAFE 118**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Rizaldi Pratama

NPM : 2017610219



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

CAFE 118 GREEN MODEL BUSINESS DESIGN AND IMPLEMENTATION

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Rizaldi Pratama

NPM : 2017610219



**PROGRAM STUDI SARJANA TEKNIK INDUSTRI
JURUSAN TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
2022**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Rizaldi Pratama
NPM : 2017610219
Program Studi : Sarjana Teknik Industri
Judul Skripsi : **PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL BISNIS RAMAH LINGKUNGAN CAFE 118**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, 10 April 2022

**Ketua Program Studi Sarjana
Teknik Industri**


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

Pembimbing Pertama

(Dr. Johanna Renny Octavia Hariandja,
S.T.,M.Sc., PDENG)

Dosen Pembimbing Kedua

(Daniel Hermawan,
S.AB.,M.Si.,MBA,)



PERNYATAAN TIDAK MENCONTEK ATAU MELAKUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Rizaldi Pratama

NPM : 2017610219

dengan ini menyatakan bahwa Skripsi dengan Judul:

**PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL BISNIS RAMAH LINGKUNGAN
CAFE 118**

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, 7 April 2022

Rizaldi Pratama

NPM : 2017610219

ABSTRAK

PERANCANGAN DAN IMPLEMENTASI MODEL BISNIS RAMAH LINGKUNGAN CAFE 118

ABSTRAK

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan yang cukup penting dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, terlebih pada masa pandemi ini. Pertumbuhan UMKM di Kota Bandung terbilang cukup pesat, yang mana mendukung dalam pengembalian kondisi ekonomi. Pada masa pandemi ini dapat dikatakan cukup mempengaruhi penjualan UMKM, yang berujung pada penurunan penghasilan. Berkurangnya pemasukan, menjadikan perubahan segi kemasan dengan pemakaian kemasan plastik sebuah alternatif untuk memberikan *profit* yang lebih. Seiring dengan pertumbuhan UMKM yang kian menjamur, menjadikan meningkatnya sampah plastik yang berakibat pada pencemaran lingkungan.

Berdasarkan penelitian, sebanyak 64% konsumen di Indonesia sudah menyadari betapa pentingnya penggunaan kemasan ramah lingkungan. Hal tersebut menjadikan penggunaan kemasan ramah lingkungan sebuah tren yang sudah mulai diterapkan oleh konsumen-konsumen di Indonesia, khususnya Bandung. Dengan begitu, UMKM yang menerapkan konsep *eco-friendly* dapat menarik konsumen-konsumen yang sudah menerapkan dan sadar akan pentingnya penggunaan *green product* (produk ramah lingkungan).

Pada penelitian ini akan dilakukan perancangan dan implementasi model bisnis ramah lingkungan pada Café 118 Bandung. Perancangan dengan melakukan pemetaan *Green Business Model Canvas*, analisis SWOT, dan analisis PESTEL dilakukan untuk dapat diimplementasikan pada Café 118. Implementasi model bisnis yang dirancang dibandingkan untuk mengetahui apakah *green business model* yang dirancang memberikan dampak yang baik bagi lingkungan atau tidak.

Pemetaan BMC, analisis SWOT, dan PESTEL, dapat menunjukkan bahwa model bisnis Café 118 banyak yang merugikan lingkungan. Hal tersebut menunjukkan juga bahwa perancangan model bisnis baru dengan menerapkan *Green Business Model Canvas* dapat memberikan dampak yang baik bagi lingkungan. Implementasi yang telah dilakukan dari *green* bisnis model yang baru ini juga dinilai sudah memberikan dampak yang baik berdasarkan persepsi konsumen.

Kata Kunci: *Green Business Model Canvas, Green Marketing, Green Product, SWOT, PESTEL*

ABSTRACT

DESIGN AND IMPLEMENTATION OF 118 CAFÉ OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY BUSINESS MODEL

ABSTRACT

Micro small and medium enterprises (MSMEs) has an important role in economic growth in Indonesia, especially during this pandemic. The growth of MSMEs in the city of Bandung is quite fast, which supports the return of economic conditions. During this pandemic, it can be said that it has quite affected the sales of MSMEs, which leads to a decrease in income. Reduced income, making changes in terms of packaging with the use of plastic packaging as an alternative to provide more profit. Along with the growth of MSMEs which are more and more, the increase in plastic waste results in environmental pollution.

Based on research, as many as 64% of consumers in Indonesia are aware of the importance of using environmentally friendly packaging. This makes the use of environmentally friendly packaging a trend that has begun to be applied by consumers in Indonesia, especially Bandung. That way, MSMEs that apply the eco-friendly concept can attract consumers who have implemented and are aware of the importance of using green products (environmentally friendly products).

In this study, the design and implementation of an environmentally friendly business model at Cafe 118 Bandung will be carried out. The design by mapping the Green Business Model Canvas, SWOT analysis, and PESTEL analysis was carried out to be implemented in Café 118. The implementation of the designed business model is compared to find out whether the designed green business model has a good impact on the environment or not.

BMC mapping, SWOT analysis, and PESTEL, can show that Café 118's business model is detrimental to the environment. This also shows that the design of a new business model by applying the Green Business Model Canvas can have a good impact on the environment. The implementation of the new green business model is also considered to have had a good impact based on consumer perceptions.

Key Words: *Green Business Model Canvas, Green Marketing, Green Product, SWOT, PESTEL*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian “Perancangan dan Implementasi Model Bisnis Ramah Lingkungan Cafe 118” dengan waktu yang telah ditentukan.

Proses yang telah dijalankan oleh penulis penuh tantangan, tetapi dengan dukungan, doa, dan bimbingan yang diberikan oleh banyak pihak. Oleh sebab itu penulis menyampaikan terima kasih sedalam-dalamnya kepada pihak yang telah mendukung penulis. Terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Ibu Dr. Johanna Renny Octavia Hariandja, S.T.,M.Sc., PDENG dan Bapak Daniel Hermawan, S.AB.,M.Si.,MBA, atas bimbingan, doa, dan ilmu kepada penulis hingga penelitian ini berakhir.
2. Ibu Dr. Ceicalia Tesavrita, S.T.,M.T. dan Bapak Ignatius A. Sandy, S.Si., M.T., selaku dosen penguji proposal penulis dan telah memberikan masukan dan perbaikan proposal penelitian ini.
3. Orang tua dari penulis yang selalu memberikan dukungan, motivasi, dan doa sehingga penelitian ini dapat selesai.
4. Kepada Rafi Santosa selaku pemilik Cafe 118 karena telah memberikan informasi yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian ini.
5. Ivo vilery putri, Gianni Pramudya, Eristya Budi Dharma, Nisrina Dwianti, Fairuz Rafif Permana, Oswaldy Karsten, Muhammad Naufal, Prisqia Hanifa Deandra Gadis, Joseph Kang, Fanny Fadhilah Ramadhan, Rio Chandra, Michael, Arsenius Chandra, Ivan, rosdiana, Sekar Astari Saraswati, dan Arjun Muhammad Soetedjo selaku teman dekat yang selalu memberikan dukungan dan doa disaat penulis mengalami kesulitan saat melakukan penelitian.

Bandung, Maret 2022

Rizaldi Pratama

DAFTAR ISI

| | |
|--|-------------|
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | ii |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | v |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN | I-1 |
| I.1 Latar Belakang Masalah | I-1 |
| I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah..... | I-8 |
| I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian | I-10 |
| I.4 Tujuan Penelitian | I-11 |
| I.5 Manfaat Penelitian | I-11 |
| I.6 Metodologi Penelitian..... | I-11 |
| I.8 Sistematika Penulisan..... | I-16 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA | II-1 |
| II.1 Business Model Canvas..... | II-1 |
| II.1.1 Customer Segments..... | II-1 |
| II.1.2 Value Propositions | II-1 |
| II.1.3 Channels..... | II-1 |
| II.1.4 Customer Relationships | II-1 |
| II.1.5 Revenue Streams | II-1 |
| II.1.6 Key Resources..... | II-1 |
| II.1.7 Key Activities..... | II-1 |
| II.1.8 Key Partnerships..... | II-1 |
| II.1.9 Cost Structure | II-1 |
| II.2 Model Bisnis Ramah Lingkungan..... | II-3 |
| II.2.1 Green Marketing Strategy | II-3 |
| II.2.2 Green Marketing Mix..... | II-4 |
| II.2.3 Green Marketing Tools..... | II-4 |
| II.3 Analisis SWOT..... | II-5 |
| II.4 Analisis PESTEL..... | II-6 |

| | | |
|--|--|--------------|
| II.5 | UMKM..... | II-8 |
| II.6 | Strategi Bisnis | II-11 |
| II.7 | Pemetaan Pasar (segmentasi, Pasar Sasaran, Pemosisian)..... | II-12 |
| | II.7.1 Segmentasi | II-13 |
| | II.7.2 Pasar Sasaran..... | II-15 |
| | II.7.3 Pemosisian..... | II-16 |
| II.8 | Perbandingan Pendapatan dan Pengeluaran (<i>Benefit Cost Ratio</i>)..... | II-17 |
| BAB III PEMBAHASAN | | III-1 |
| III.1 | Pemetaan Business Model Canvas..... | III-1 |
| III.2 | Pemetaan SWOT | III-2 |
| III.3 | Pemetaan PESTEL | III-4 |
| III.4 | Perancangan Model Bisnis Ramah Lingkungan | III-5 |
| III.5 | Implementasi Model Bisnis Ramah Lingkungan | III-7 |
| III.6 | Evaluasi Hasil Implementasi Model Bisnis Ramah Lingkungan | III-11 |
| III.7 | Prototype Usulan..... | III-16 |
| BAB IV ANALISIS..... | | IV-1 |
| IV.1 | Analisis Perbandingan Model Bisnis..... | IV-1 |
| IV.2 | Analisis Prototyping Dari Evaluasi | IV-2 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... | | V-1 |
| V.1 | Kesimpulan | V-1 |
| V.2 | Saran | V-2 |

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | |
|---|--------|
| Tabel I.1 Persentase Jumlah dari Jenis Sampah | I-3 |
| Tabel I.2 <i>Annual Pollution</i> dari Setiap Jenis Kompor..... | I-6 |
| Tabel II.1 Keuntungan bersih dan hasil penjualan UMKM per tahun | II-12 |
| Tabel III.1 Analisis SWOT Cafe 118..... | III-3 |
| Tabel III.2 Analisis PESTEL Cafe 118..... | III-4 |
| Tabel III.3 Pengeluaran pada Bulan November 2021..... | III-11 |
| Tabel III.4 Pengeluaran Kayu Bakar | III-12 |
| Tabel III.5 Pengeluaran Gas | III-12 |
| Tabel III.6 Pengeluaran Sayuran | III-13 |
| Tabel III.7 <i>Benefit Cost Ratio</i> sebelum..... | III-14 |
| Tabel III.8 <i>Benefit Cost Ratio</i> sesudah..... | III-14 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|--------|
| Gambar I.1 Kemasan plastik untuk <i>take away</i> | I-4 |
| Gambar I.2 Kemasan Ramah Lingkungan | I-5 |
| Gambar I.3 10 Negara yang memiliki polusi udara tertinggi | I-6 |
| Gambar I.4 Data Jejak Karbon Di Indonesia | I-7 |
| Gambar I.5 Metodologi Penelitian | I-14 |
| Gambar II.1 Analisis SWOT | II-10 |
| Gambar III.1 <i>Business Model Canvas</i> Cafe 118 | III-2 |
| Gambar III.2 Rancangan Model Bisnis Ramah Lingkungan | III-5 |
| Gambar III.3 Salah satu contoh jarak <i>supplier</i> lokal buah dan sayuran. | III-6 |
| Gambar III.4 Tungku Daur Ulang dari Drum Bekas | III-7 |
| Gambar III.5 Penggunaan tungku ramah lingkungan | III-8 |
| Gambar III.6 <i>Supplier</i> lokal | III-8 |
| Gambar III.7 Meja Kursi dari Daur Ulang Kayu Peti Kemas | III-9 |
| Gambar III.8 Pengelolaan <i>waste</i> adonan | III-10 |
| Gambar III.9 <i>Green Marketing</i> Cafe 118 di Instagram..... | III-10 |
| Gambar III.10 Wawancara terkait evaluasi..... | III-11 |
| Gambar III.11 Sebagian Isi dari Menu <i>QR Code</i> | III-12 |
| Gambar III.12 <i>QR Code</i> Menu dan Poster Ramah Lingkungan..... | III-13 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran A. Wawancara Persepsi Konsumen | A-1 |
| Lampiran B. Pengeluaran Perbulan | B-1 |

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dijelaskan mengenai tujuan, latar belakang, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi, tinjauan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan. Hal-hal tersebut merupakan pendahuluan yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti lebih lanjut.

I.1 Latar Belakang Masalah

Semakin memburuknya lingkungan di Indonesia, dengan jumlah UMKM yang semakin meningkat. Diperlukan sebuah perubahan model bisnis, dari yang hanya model bisnis. Dilakukan perubahan menjadi *green business model*. *Green business model* adalah ketika sebagian besar bagian dari bisnis tersebut berubah menjadi konsep *green* (*nordic innovation report*, 2012). Dapat ditarik kesimpulan bahwa banyak bagian dari model bisnis yang diubah dan memiliki *green effect*. Dari *green business model* tersebut, *Business Model Canvas* dapat menjadi *green Business Model Canvas*. Terdapat *green marketing* di dalam *green Business Model Canvas*. *Green marketing* merupakan sebuah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menerapkan konsep yang memperhatikan lingkungan dalam kegiatan pemasaran. *Green business* memiliki 3 basis dasar pengelolaan melalui ekonomi (*profit*), sosial (*people*), dan lingkungan (*planet*) dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan di dunia (Elkington, 1997).

Tren merupakan sebuah gerakan atau kecenderungan, yang diperoleh dari rata-rata perubahan dari waktu ke waktu (Maryati, 2010). Oleh sebab itu tren *green branding* adalah sebuah kecenderungan masyarakat untuk peduli kepada lingkungan. Kebiasaan pemuda di Kota Bandung untuk membeli *green product* telah muncul dan sadar akan pentingnya melindungi lingkungan (Widodo, Rubiyanti, & Nandary, 2015). Menandakan pemuda di Bandung telah mengikuti tren *green branding* sejak 2015. Selain itu, penelitian tersebut memberikan

informasi bahwa pemuda di Kota Bandung telah sadar akan pentingnya menjaga lingkungan.

Kota Bandung saat ini sedang berkomitmen melakukan pengurangan sampah plastik melalui kegiatan Pasar Bebas Plastik dan Ramah Lingkungan (Ma'rup, 2021). Hal ini menunjukkan Kota Bandung telah menganut tren *green branding* dan sadar dengan situasi lingkungan yang sedang memburuk di Indonesia, khususnya di Kota Bandung. Terdapat faktor internal dan eksternal yang membuat pemuda di Kota Bandung sadar akan tren *green branding*. Dari internal, pemuda tersebut telah sadar dengan sendirinya untuk menjaga lingkungan sekitar. Kemudian faktor eksternal, banyaknya dorongan dari luar diri pemuda tersebut. Seperti dorongan dari sekolah atau universitas, orang tua, dan teman yang telah sadar akan pentingnya menjaga lingkungan.

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam tumbuh kembang ekonomi di Indonesia, terlebih lagi dalam situasi pandemi Covid-19 yang berdampak penurunan ekonomi di Indonesia. Tercatat pada tahun 2021, jumlah UMKM di Indonesia telah mencapai nilai 65 juta UMKM yang sedang berjalan di Indonesia. Pada 2016 jumlah UMKM masih pada angka 61.7 juta, 2017 meningkat menjadi 62.9 juta, dan 2018 menjadi 64.2 juta (Christy, 2021). Hal tersebut mendakan jumlah UMKM meningkat setiap tahunnya.

Pada Kota Bandung, pertumbuhan UMKM di Kota Bandung telah mencapai 3.8% (Nizar, 2021). Hal tersebut menunjukkan UMKM sangat cepat bertumbuh demi mengembalikan kondisi ekonomi di Kota Bandung. Oleh sebab itu, pemerintah mendorong pengembangan usaha mikro, kecil, dan menengah sebagai motor ekonomi rakyat yang dapat mendongkrak pertumbuhan ekonomi dan pemulihan ekonomi nasional (Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah, 2020). UMKM sedang dihadapi sebuah masalah yang besar. Masalah tersebut adalah pandemi Covid-19, yang mengakibatkan penurunan penghasilan UMKM. Dengan menurunnya penghasilan, UMKM terpaksa harus memilih kemasan plastik yang membahayakan lingkungan. Tetapi, kemasan plastik dapat menjaga rasa makanan hingga sampai ke pelanggan (Antonius, 2020). Buruknya situasi lingkungan saat ini, disebabkan oleh meningkatnya jumlah sampah, suhu

bumi dan polusi membuat sebagian kalangan masyarakat untuk bergerak mengatasi permasalahan lingkungan ini.

Saat ini, kondisi lingkungan hidup di Indonesia memburuk disebabkan oleh berbagai masalah lingkungan, seperti peningkatan emisi karbon atau kebakaran hutan. Isu tersebut mengakibatkan masyarakat Indonesia tidak mendapatkan hak mereka atas lingkungan hidup yang baik dan sehat, sesuai dengan Pasal 28H ayat (1) Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945. Berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup pada 2020, terdapat penimbunan sampah 34,584,584.16 ton/tahun. Sedangkan, terdapat 15,065,003.84 ton/tahun dengan persentase 43.56% sampah tidak terkelola setiap tahunnya. Hal ini menandakan, sampah belum terkendali dan masyarakat belum peduli tentang sampah yang mereka hasilkan.

Sejak awal pandemi Covid-19 melanda Indonesia, membuat masyarakat Indonesia mulai terbiasa untuk berdiam diri di rumah untuk menghindari terjangkit virus Covid-19. Oleh sebab itu sepanjang 2020 berlangsung, pemesanan makanan dan minuman untuk *take away* meningkat (Kompas.com,2021). Tabel I.1 menunjukkan persentase komposisi sampah pada tahun 2020 dan 2021 berdasarkan data dari Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.

Tabel I.1 Persentase Jumlah dari Jenis Sampah

| Peringkat | Sumber Sampah | 2020 (%) | 2021 (%) | Selisih (%) |
|-----------|------------------|----------|----------|-------------|
| 1 | Perniagaan | 8.04 | 19.2 | 11.16 |
| 2 | Perkantoran | 3.47 | 6.71 | 3.24 |
| 3 | Fasilitas Publik | 4.7 | 6.71 | 2.01 |
| 4 | Rumah Tangga | 40.33 | 41.26 | 0.93 |
| 5 | Pasar | 16.89 | 15.66 | -1.23 |
| 6 | Kawasan | 13.53 | 6.42 | -7.11 |
| 7 | Lainnya | 13.04 | 4.04 | -9 |

(sumber: <https://sipsn.menlhk.go.id/sipsn/public/data/komposisi>)

Berdasarkan Tabel I.1, dapat terlihat sampah yang disebabkan oleh sektor perniagaan meningkat sebesar 11.16 % pada tahun 2020 (Kementerian Lingkungan Hidup dan kehutanan, 2020). Persentase tersebut adalah nilai yang paling besar di antara sumber sampah lainnya. *Packaging* merupakan sebuah

elemen penting dalam perdagangan barang, *packaging* dapat membantu untuk menjamin kualitas banyak produk makanan (Wyrwa & Barska, 2017). Oleh sebab itu peningkatan jumlah sampah tersebut berawal dari *tren* pemesanan makanan untuk di *take away*. Padahal kemasan plastik membutuhkan waktu 10 hingga 20 tahun untuk terurai. Gambar I.1 merupakan salah satu contoh UMKM makanan yang menggunakan plastik sebagai kemasan.



Gambar I.1. Kemasan plastik untuk *take away*

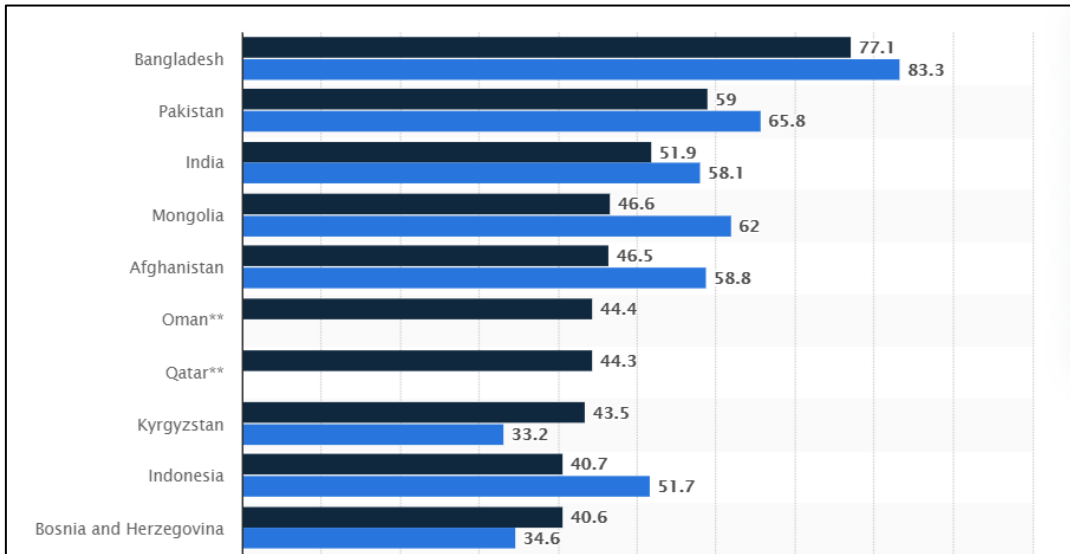
Di Kota Bandung, sudah banyak UMKM yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang telah menerapkan *green marketing*. Salah satunya adalah UMKM makanan yang menjual *pizza* tradisional napoli khas italia ini. UMKM *pizza* ini telah menerapkan *green marketing* dan *green branding* dengan menggunakan *packaging* yang ramah lingkungan. Kemasan ramah lingkungan yang digunakan adalah kertas *kraft*. kertas *kraft* sendiri dikategorikan sebagai kemasan *bio-degradable* (Jones,2017). Gambar I.2 merupakan gambar kemasan *pizza* dengan kertas *kraft* ramah lingkungan yang diterapkan UMKM tersebut.



Gambar I.2 Kemasan Ramah Lingkungan

Pizza tradisional cenderung menggunakan kayu bakar sebagai bahan utama untuk memasak *pizza*. Selain untuk bahan bakar, kayu bakar memberikan rasa yang berbeda dibandingkan dimasak menggunakan kompor lainnya. Bahan bakar tersebut jelas membuat banyak pohon ditebangi, ditambah dengan polusi yang dihasilkan dari pembakaran kayu bakar untuk memasak. Penelitian yang telah dilakukan di Kota Sao Paulo Negara Brazil menunjukkan 307,000 ton kayu telah digunakan untuk membuat *pizza* setiap tahunnya. Penelitian ini dilakukan setelah mengetahui mengurangi jumlah emisi lalu lintas tidak mengurangi polusi yang ada (Pomranz,2020).

Di Indonesia sendiri, kondisi polusinya lebih buruk jika dibandingkan dengan Brazil. Indonesia menempati posisi ke-9 pada 2020 dengan menyumbang 40.7 *micrograms per cubics meter of air*. Berikut adalah *bar chart* negara yang termasuk ke dalam 10 negara dengan nominal polusi tertinggi di dunia berdasarkan *website* statista.



Gambar I.3 10 Negara yang memiliki polusi udara tertinggi
 (Sumber : <https://www.statista.com/statistics/1135356/most-polluted-countries-in-the-world/>)

Berdasarkan Gambar I.3, sebaiknya tidak memperburuk polusi di Indonesia dengan menggunakan bahan bakar kayu. Alternatif untuk menggantikan tungku yang berbahan bakar kayu adalah dengan menggantikannya dengan gas atau kompor/oven listrik. Tetapi, suhu yang dibutuhkan untuk memanggang *pizza* berada pada titik 150 hingga 200 derajat Celsius. Menunjukkan bahwa akan membutuhkan listrik yang besar dalam memanggang *pizza* dalam waktu 6 hingga 7 jam. Berikut adalah perbandingan polusi yang dihasilkan dari berbagai macam kompor.

Tabel I.2 *Annual Pollution* dari Setiap Jenis Kompor

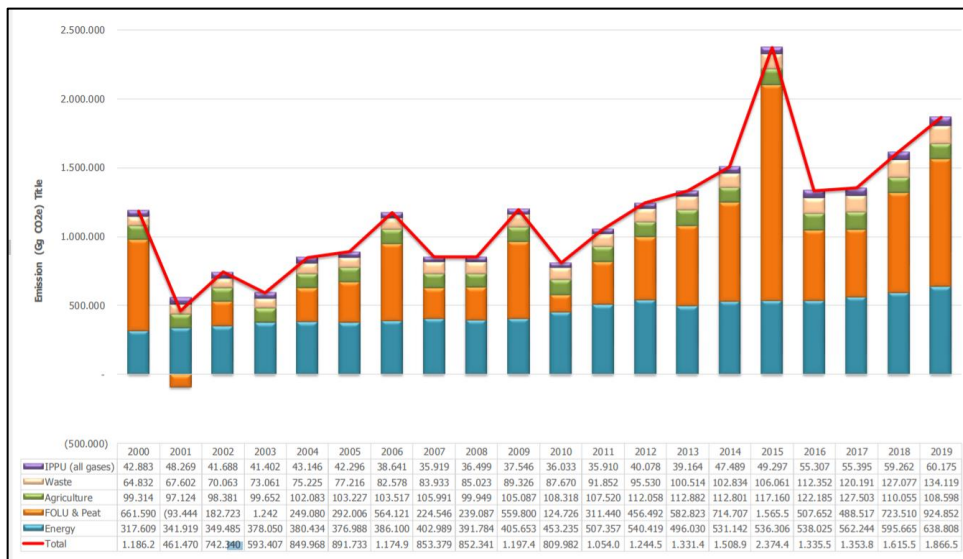
| No. | Jenis Kompor | Annual Pollution (lbs) |
|-----|-------------------------|------------------------|
| 1 | Uncertified Woodstove | 244 |
| 2 | EPA Certified Woodstove | 97 |
| 3 | Pellet Stove | 27 |
| 4 | Oil Furnace | 0.25 |
| 5 | Gas Furnace | 0.17 |
| 6 | Electric Heat | - |

(sumber : <https://deq.utah.gov/air-quality/wood-stove-rebate-program-reduce-emissions>)

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan di Brazil, menunjukan *woodstove* untuk memanggang *pizza* memiliki emisi gas yang sangat kotor dan berpotensi untuk menambah polusi udara. Sedangkan *Cafe pizza* tungku masih menggunakan *woodstove*. Berdasarkan tren *green branding*, hal tersebut dapat memperburuk kondisi polusi udara yang ada di Indonesia.

Pizza konvensional pada umumnya diolah menggunakan sebuah tungku yang berbahan bakar kayu bakar. Hal ini menyebabkan kerugian yang besar ke lingkungan sekitar. Selain dari cara memasak yang merugikan lingkungan, kebanyakan restoran *pizza* besar mendapatkan bahan baku untuk membuat *pizza* dari luar Indonesia yang menyebabkan peningkatan jejak karbon.

Menurut Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan Republik Indonesia, tingkat jejak karbon atau gas rumah kaca pada tahun 2019 adalah 1,866,552 Gg CO₂e. Terjadi peningkatan sebesar 680,324 Gg CO₂e semenjak tahun 2000. Gambar I.4 merupakan gambar rekapitulasi dari peningkatan jejak karbon atau gas rumah kaca berdasarkan laporan inventarisasi gas rumah kaca atau jejak karbon oleh Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan bagian Direktorat Jenderal Pengendalian Perubahan Iklim dan Direktorat Inventarisasi GRK dan MPV.



Gambar I.4 Data Jejak Karbon Di Indonesia

Cafe 118 sendiri berdiri pada 1 Oktober 2021 oleh dua orang. Nama 118 sendiri diambil dari lokasi Cafe 118, yaitu di Jalan Tubagus Ismail 1 no.18. Memiliki

pegawai sebanyak 2 orang. Lokasi cukup kecil hanya bisa menampung sekitar 20 orang. Konsep dekorasi dari Cafe 118 adalah *unfinished*, jadi terlihat seperti bangunan yang belum jadi.

Berdasarkan masalah-masalah yang telah ditemukan terkait limbah plastic, limbah polusi udara dan jejak karbon. Selain hal tersebut, juga meningkatnya jumlah UMKM makanan dan minuman di Indonesia, yang disebabkan oleh pandemi Covid-19. Dan didukung oleh *tren* memesan makanan dan minuman untuk di *take away*. membuat perlunya dilakukan sebuah penelitian terkait penerapan model bisnis ramah lingkungan di Cafe 118.

I.2 Identifikasi dan Perumusan Masalah

Telah banyak dilakukan penerapan model bisnis ramah lingkungan untuk bisnis makanan pada skala global. Hal ini disebabkan oleh industri makanan dan minuman melakukan interaksi intensif dengan lingkungan (Davies & Konisky, 2000). Jika tidak diaplikasikan dapat menyebabkan kondisi lingkungan semakin memburuk. Bisnis makanan telah mendapat banyak dampak buruk dari pandemi Covid-19. Bukti menunjukkan hubungan antar manusia dan akses ke lingkungan makanan telah ditentukan dari kesehatan masing-masing (Chang, Green, & Steve Cummins, 2020).

Meningkatnya kesadaran konsumen akan lingkungan dapat dikaitkan dengan kebiasaan konsumen untuk membeli barang *eco-friendly*, karena konsumen mengetahui kebiasaan mereka dapat meminimalisir atau menambah masalah lingkungan (Kotler, 2014). Meningkatnya kebutuhan akan produk *eco-friendly* menjadi sebuah peluang bisnis untuk perusahaan agar dapat memproduksi produk yang lebih hijau dan bersih. Hal tersebut juga dapat menjadi perusahaan dapat berkontribusi ke lingkungan dengan mengurangi polusi dan meningkatkan keuntungan secara bersamaan (Stuart, 2014).

Berdasarkan riset yang telah dilakukan di Amerika Serikat mengenai kemasan barang yang *sustainable*, konsumsi *green products* telah diprediksi mencapai \$150 Milliar pada 2021. Hal tersebut menandakan *packaging* yang *sustainable* dan ramah lingkungan telah diminati oleh masyarakat global. Karena *green market* di Asia jauh lebih besar dibandingkan Amerika Serikat

(Natakoesoemah & Adiarsi, 2020). Seorang pengusaha perlu melakukan komunikasi yang efektif dengan generasi milenial. Karena generasi tersebut saat ini sangat produktif dan memiliki kemampuan yang kuat untuk membeli barang, sehingga sangat berpotensi untuk ekonomi di masa depan (Hamel, Fenz, & Hofer, 2018). Dan dengan informasi yang kita ketahui saat ini kaum milenial rajin untuk mengunjungi Cafe atau restoran.

Di Indonesia telah dilakukan penelitian (Nielsen,2014) , bahwa 64% konsumen Indonesia tertarik untuk membeli *green products*, merupakan nilai yang besar dibandingkan dengan rata-rata global hanya 55% (Natakoesoemah & Adiarsi, 2020). Dapat dilihat bahwa tren hijau di kalangan milenial membuat banyak perusahaan makanan besar mulai menerapkan kemasan ramah lingkungan. Telah diprediksikan sepertiga total populasi milenial akan menjadi kekuatan utama di dalam tren hijau yang ada di Indonesia (IDN Times,2020). Di Kota Bandung, *green product* memiliki pengaruh dan bermanfaat pada saat pandemi ini. Terbukti bahwa *green product* membantu bisnis berkelanjutan. Walaupun, kunjungan terhadap restoran menurun. Hal ini disebabkan meningkatnya kesadaran masyarakat untuk menggunakan produk kuliner yang ramah lingkungan (Yudawisastra, 2021). Penelitian tersebut menunjukkan sudah terdapat kesadaran masyarakat Indonesia akan *green product* dan bisnis ramah lingkungan.

Maraknya restoran dan UMKM kuliner yang menerapkan konsep ramah lingkungan. Tetapi, hal tersebut masih belum berpengaruh terhadap lingkungan. Karena, berdasarkan data yang telah ditemukan bahwa sampah plastik meningkat dari tahun 2019 ke 2020. Peningkatan jumlah sampah plastik tersebut, merupakan dampak dari pandemi Covid-19. Membuat terjadinya perubahan kebiasaan konsumen UMKM kuliner dalam melakukan pemesanan makanan.

Hal ini membuat pemilik dari Cafe 118 mempunyai sebuah keinginan untuk menjadikan Cafe 118 sebuah UMKM kuliner yang ramah lingkungan. Beliau merupakan seseorang yang sangat peduli lingkungan. Selain kepedulian akan lingkungan, merubah Cafe 118 menjadi sebuah bisnis ramah lingkungan akan menarik target pasar baru. Jadi selain memiliki konsumen yang menyukai *pizza*, terdapat konsumen yang memiliki ketertarikan terhadap konsep ramah lingkungan.

Oleh sebab itu pemilik Cafe 118 memiliki sebuah keinginan menjaga lingkungan pada UMKM kuliner yang sedang dia kelola. Kesadaran lingkungan tersebut, juga berasal dari lingkungan sekitar yang sama peduli akan kelestarian lingkungan. Hal tersebut merupakan faktor internal dari pemilik bisnis ini. Kemudian faktor eksternalnya adalah dari kondisi lingkungan yang memburuk hingga kaum milenial yang merupakan kaum yang rela mengeluarkan uang lebih untuk *green product*. Tetapi keinginan tersebut belum bisa terwujudkan, karena kurangnya informasi dan kemampuan yang dimiliki oleh pemilik Cafe 118 untuk merancang sebuah UMKM yang ramah lingkungan.

Untuk mengetahui sudut pandang baru terhadap penelitian ini dilakukan wawancara terhadap 5 konsumen. Kelima konsumen yang diwawancarai merupakan pengunjung Cafe 118 yang berusia diantara 20 tahun hingga 30 tahun. Dari kelima konsumen tersebut terdapat konsumen yang masih kuliah hingga baru berkeluarga. Konsumen Cafe 118 beranggapan bahwa Cafe 118 baru menerapkan konsep model bisnis ramah lingkungan secara parsial atau tidak sepenuhnya. Menurut pandangan konsumen tersebut, masih banyak aspek pada Cafe 118 yang masih merugikan lingkungan, seperti masih menggunakan kemasan yang tidak ramah lingkungan seperti plastik. Menurut konsumen, oven *pizza* yang saat ini masih sangat mengeluarkan polusi udara yang besar karena berbahan bakar kayu. Konsumen berniat mengeluarkan dana lebih untuk membeli produk di Cafe 118, bila telah menerapkan model bisnis ramah lingkungan, karena konsumen sangat mendukung *green product*.

Jadi berdasarkan wawancara yang telah dilakukan dan didukung oleh penelitian terkait model bisnis ramah lingkungan. Pemilik dan konsumen memiliki pendapat yang sama mengenai pentingnya sebuah UMKM yang ramah lingkungan agar dapat memperbaiki kondisi lingkungan yang semakin memburuk. Setelah identifikasi permasalahan dilakukan, berikut merupakan rumusan masalah dari penelitian ini:

1. Bagaimana rancangan model bisnis ramah lingkungan untuk Cafe 118?
2. Bagaimana evaluasi implementasi model bisnis ramah lingkungan untuk Cafe 118 berdasarkan persepsi konsumen ?

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Sebuah penelitian memerlukan adanya penyederhanaan masalah, yang bertujuan untuk memberikan arah yang lebih jelas dan meningkatkan fokus terhadap masalah yang telah diidentifikasi. Dilakukanlah pembatasan dari masalah yang diidentifikasi dan asumsi yang dibuat. Batasan pada penelitian yang dilakukan adalah bahwa penelitian ini hanya dilakukan pada September 2021 hingga Maret 2022. Setelah melakukan pembatasan terhadap masalah yang teridentifikasi pada penelitian. Asumsi yang ditentukan untuk mendukung dan mempermudah penelitian adalah Masyarakat Kota Bandung yang tertarik untuk membeli pizza dan tertarik terhadap keadaan lingkungan.

I.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menyelesaikan masalah berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan. Tujuan dari penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Membuat rancangan model bisnis ramah lingkungan untuk Cafe 118.
2. Mengevaluasi implementasi model bisnis ramah lingkungan yang telah diterapkan untuk Cafe 118.

I.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dibuat adalah memberikan sebuah usulan untuk Cafe 118 sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan perusahaan untuk memperbaiki atau membenahi sistem yang sudah diterapkan dengan usulan yang telah diberikan. Usulan yang dibuat akan diberikan setelah penelitian yang dilakukan telah mencapai kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan. Berikut merupakan manfaat dari penelitian yang dilakukan:

1. Penelitian ini akan memetakan potensi dari *green business model* yang diterapkan.
2. Penelitian ini akan membantu Cafe 118 dalam merancang *green business model*.

I.6 Metodologi Penelitian

Pada metodologi penelitian, akan dijelaskan tahapan - tahapan yang akan dilalui untuk melakukan penelitian demi menjawab permasalahan dan tujuan penelitian yang sudah dirumuskan. Tahapan metodologi penelitian dibuat untuk membuat penelitian yang lebih terstruktur dan terarah. Berikut merupakan tahapan yang digunakan dalam melakukan penelitian

1. Penentuan Topik Penelitian

Topik ditentukan berdasarkan masalah yang muncul di lingkungan sekitar. Dan peneliti berniat untuk menyelesaikan permasalahan tersebut dengan ilmu yang telah peneliti kuasai.

2. Studi lapangan

Pada awalnya, studi lapangan dilakukan di Cafe 118. Tujuan studi lapangan ini adalah untuk mengamati kondisi Cafe 118, dan melakukan observasi dari segi bisnis, industri, dan lingkungan.

3. Identifikasi dan Rumusan Masalah

Berikutnya adalah melakukan identifikasi dan perumusan masalah pada Cafe 118. Identifikasi dan perumusan masalah ini dilakukan pada saat studi lapangan di Cafe 118. Setelah menemukan permasalahan di Cafe 118, akan dilakukan perumusan terhadap masalah tersebut.

4. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Perlunya meningkatkan fokus dalam penelitian menyebabkan perlunya dilakukan pembatasan. Selain itu, pembatasan dapat memperjelas arah penelitian. Kemudian dilakukan asumsi untuk membantu penelitian ini.

5. Tujuan Penelitian

Setelah pembatasan masalah dan penentuan asumsi dilakukan. Berikutnya diperlukan sebuah tujuan untuk penelitian ini. Tujuan penelitian ini bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yang ditemukan pada saat tahap pengidentifikasian dan perumusan masalah.

6. Studi Literatur

Diperlukannya teori-teori untuk mendukung penyelesaian penelitian ini. Teori-teori ini dapat membantu dalam penyelesaian masalah yang telah ditemukan, agar dapat mencapai tujuan dari penelitian ini.

7. Pemetaan *Business Model Canvas*

Hal pertama yang dilakukan dalam mengatasi permasalahan yang telah diidentifikasi adalah dengan melakukan pemetaan *Business Model Canvas*. Poin-poin yang perlu diperhatikan adalah *customer segment*, *value propositions*, *channels*, *customer relationships*, *revenue streams*, *key activities*, *key resources*, *key relationships*, dan *cost structure*.

8. Pemetaan SWOT

Untuk membuat sebuah model bisnis ramah lingkungan. Diperlukan sebuah analisis kondisi saat ini dari bisnis terkait. Jadi metode yang digunakan adalah SWOT untuk mengidentifikasi kondisi atau posisi objek bisnis saat ini.

9. Pemetaan PESTLE

Selain SWOT diperlukan metode PESTLE untuk mengidentifikasi faktor eksternal yang berpengaruh ke objek bisnis. Di mana PESTLE dapat mengidentifikasi banyak faktor yang memengaruhi jalannya sebuah bisnis. Dari aspek politik, ekonomi, sosial, teknologi, lingkungan, dan hukum. Jadi pemetaan ini dapat membantu dalam proses pembuatan model bisnis ramah lingkungan.

10. Perancangan Model Bisnis Ramah Lingkungan

Merancang *Business Model Canvas*. Selanjutnya, menambahkan aspek-aspek terkait lingkungan, contohnya mencari distributor dan supplier yang jaraknya dekat dengan lokasi bisnis sebagai upaya mengurangi jejak karbon. Perancangan model bisnis ramah lingkungan ini merupakan sebuah inovasi.

11. Implementasi Model Bisnis Ramah Lingkungan

Setelah menyelesaikan model bisnis ramah lingkungan. Akan dilakukan sebuah pengimplementasian langsung ke objek penelitian. Cafe 118 merupakan objek penelitian yang akan dilakukan implementasi ini.

12. Evaluasi Hasil Implementasi Model Bisnis Ramah Lingkungan

Mengevaluasi hasil implementasi model bisnis ramah lingkungan dengan cara melakukan wawancara ke konsumen tentang implementasi yang telah dilakukan. Konsumen memberikan usulan untuk memperbaiki implementasi yang telah dilakukan

13. *Prototyping* Usulan

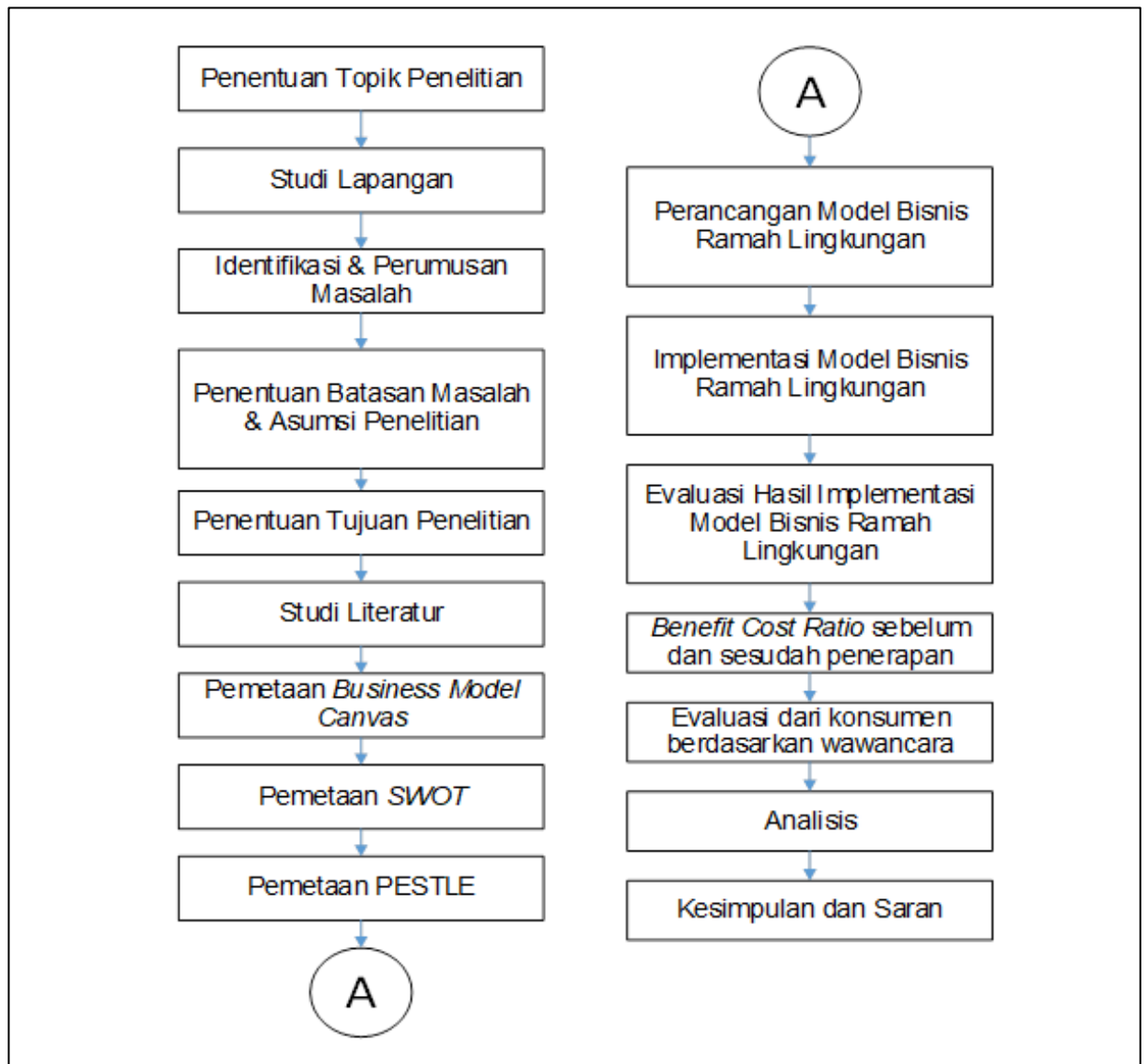
Setelah melakukan evaluasi terhadap konsumen tentang implementasi yang telah dilakukan. Diperlukan sebuah prototype untuk menerapkan usulan yang diberikan oleh konsumen Cafe 118. Prototype tersebut dapat menjadi saran yang baik untuk Cafe 118 terapkan.

14. Analisis

Pada bagian ini akan dilakukan analisis dari hasil implementasi *green Business Model Canvas* dengan *Business Model Canvas* yang sebelumnya. Dari analisis ini dapat terlihat dampak-dampak apa saja yang terjadi ke Cafe 118 dan lingkungan sekitarnya.

15. Kesimpulan dan Saran

Tahap terakhir dari penelitian ini adalah membuat kesimpulan dan saran. Dari kesimpulan dapat dilihat apakah tujuan yang telah ditulis sesuai dengan hasil dari penelitian ini. Kemudian kesimpulan berisikan rangkuman dari pengolahan data pada penelitian ini. Selain kesimpulan, terdapat saran yang perlu diberikan mengenai penelitian lanjutan yang akan dilakukan atau saran untuk objek penelitian.



Gambar I.5 Metodologi Penelitian

I.7 Sistematika Penulisan

Subbab ini akan menjelaskan mengenai penyajian laporan penelitian skripsi. Penyajian akan dipaparkan sebagai berikut.

1. BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini akan membahas tentang latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, pembatasan masalah dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian, dan sistematika penulisan.

2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi mengenai kumpulan konsep dasar dan teori yang akan mendukung penelitian skripsi ini.

3. BAB III PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan pengumpulan data dan pengolahan data yang telah diambil di lapangan pada saat penelitian, berdasarkan kumpulan konsep dasar dan teori yang telah didapat.

4. BAB IV ANALISIS

Bab ini memiliki isi hasil dari analisis untuk permasalahan yang telah dilakukan penelitian berdasarkan hasil dari pengolahan data yang telah dilakukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab terakhir ini berisi mengenai hasil dari kesimpulan dari pengolahan data dan analisis yang telah dilakukan berdasarkan tujuan dari penelitian. Selain hal tersebut, pada bab ini diberikan saran untuk pengembangan kepada perusahaan dan penelitian selanjutnya.

