

**PERENCANAAN BISNIS PADA HOLA CAFE
DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL*
CANVAS**

SKRIPSI

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

Disusun oleh:

Nama : Lawrence Mark Leman
NPM : 2013610055



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG
2018**



**FAKULTAS TEKNOLOGI INDUSTRI
UNIVERSITAS KATOLIK PARAHYANGAN
BANDUNG**



Nama : Lawrence Mark Leman
NPM : 2013610055
Jurusan : Teknik Industri
Judul Skripsi : PERENCANAAN BISNIS PADA HOLA CAFE DENGAN
MENGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Bandung, Juli 2018

Ketua Program Studi Teknik Industri

(Dr. Carles Sitompul, S.T., M.T., MIM)

Pembimbing

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



Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknologi Industri
Universitas Katolik Parahyangan



Pernyataan Tidak Mencontek atau Melakukan Tindakan Plagiat

Saya, yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lawrence Mark Leman

NPM : 2013610055

dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“PERENCANAAN BISNIS PADA HOLA CAFE DENGAN MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS*”

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, 31 Juli 2018

Lawrence Mark Leman
2013610055

ABSTRAK

Pada era globalisasi saat ini dengan berkembangnya sektor industri pangan dan sektor industri pariwisata, kota Bandung merupakan salah satu kota yang berkembang cukup pesat. Melihat peluang tersebut Hola *cafe* ingin mencoba bersaing, Hola *cafe* mulai sejak 6 Februari 2015. Pertumbuhan bisnis kuliner yang terus meningkat menyebabkan persaingan pada bisnis ini semakin ketat. Pada saat ini Hola *cafe* memiliki produk dan nilai yang ditawarkan kepada konsumen, namun tidak memiliki target pasar yang jelas. Hal tersebut membuat pemasaran yang dilakukan kurang efektif dan efisien. Di sisi lain kegiatan operasional di Hola *cafe* masih mengalami banyak masalah, hal ini juga berpengaruh pada kondisi finansial Hola *cafe*, keuntungan yang didapatkan Hola *cafe* masih sangat kecil dan belum mencapai target. Perencanaan bisnis sangat dibutuhkan oleh Hola *cafe* pada saat ini, selain dapat membantu menyelesaikan masalah yang ada perencanaan bisnis juga dapat membuat bisnis yang dijalankan menjadi terarah dan memiliki tujuan yang jelas, sehingga bisnis dapat berjalan dengan baik dan memberikan keuntungan.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk dapat memberikan perencanaan bisnis yang tepat sehingga Hola *cafe* dapat memenuhi keinginan konsumen dan memajukan bisnisnya. Perencanaan bisnis yang akan dilakukan terdiri dari tiga aspek, yaitu aspek pemasaran, aspek operasional, dan aspek finansial. Pada bagian awal penelitian akan dijabarkan kondisi bisnis awal saat ini yang divisualisasikan dengan membuat *business model canvas* awal. Selanjutnya akan dilakukan aspek pemasaran yang terdiri dari *segmenting*, *targeting*, dan *positioning* (STP), dan *marketing mix*. Aspek operasional terdiri dari perencanaan menu, perencanaan peralatan dan fasilitas, dan perencanaan sumber daya manusia (SDM). Aspek finansial terdiri dari identifikasi biaya baru yang muncul dari perencanaan pemasaran dan operasional, serta pembuatan tiga skenario keuangan yaitu skenario keuangan *worst*, skenario keuangan *most likely* dan skenario keuangan *optimistic*. Perencanaan bisnis yang dibuat tersebut akan divisualisasikan kembali dengan membuat *business model canvas* usulan. Alasan penggunaan BMC adalah karena BMC mengaitkan 9 elemen kunci dengan sangat sistematis dan jelas sehingga bisnis yang di jalankan dapat di perbaiki dan di berikan strategi bisnis yang baik dan benar dalam menjalankan bisnisnya.

Berdasarkan hasil perencanaan bisnis, didapatkan hasil dari masing-masing aspek. Perencanaan aspek pemasaran menghasilkan target pasar spesifik yaitu pelajar dengan tujuan yang berbeda yang sudah sesuai dengan nilai Hola *cafe* dan strategi pemasaran untuk mencapai target pasar tersebut. Perencanaan operasional menghasilkan kondisi operasional yang lebih baik karena perbaikan yang diberikan seperti perencanaan SDM dilakukan dengan menambah manajer operasional dan pelayan. Perencanaan finansial berdasarkan tiga skenario, menghasilkan profit untuk Hola *cafe*, sesuai harapan pemilik bisnis.

ABSTRACT

In the era of globalization with the development of food industry sector and tourism industry sector, Bandung city is becoming one of the fastest growing cities. Seeing these opportunities Hola cafe wants to try to compete, Hola cafe began operating on February 6 2015. Growing among culinary business continues to increase the competition in this business so the business become very tight. At this time Hola cafe has the products and value offered to consumers, but does not have a clear target market. It makes marketing less effective and efficient. On the other hand operational activities in Hola cafe still experiencing many problems, it also affects the financial condition of Hola cafe, the profit that earned by Hola cafe is still very small and has not reached the target. Business planning is needed by Hola cafe at this time in addition to help solve existing problems business planning can also make a business run into directional and has a clear purpose, so that business can be able to run well and provide benefits to Hola cafe.

The purpose of this study is to be able to provide the right business planning so that Hola cafe can fulfill consumer desires and make the bisnis grow well. Business planning that will be done consists of three aspects, aspects of marketing, operational aspects, and financial aspects. At the beginning of the study will be described the current business conditions that are visualized by creating a business canvas model early. Next will be done marketing aspect consisting of segmenting, targeting, and positioning (STP), and marketing mix. Operational aspects consist of menu planning, equipment and facilities planning, and human resource planning (HR). The financial aspect consists of identifying new costs arising from marketing and new cost arising from operational planning, as well as creating three financial scenarios worst financial scenario, most likely financial scenario and optimistic financial scenario. The business plan that had been created will be re-visualized by creating a proposed business model canvas (BMC). The reason of using BMC is because BMC links the nine key elements systematically and structured so that the business on the run can be improved and given a good business strategy.

Based on the results of business planning, the results obtained from each aspect. Marketing aspect planning generates a specific target market which is student with a different goals, that matches the Hola cafe's value and marketing strategy to achieve the target market. Operational planning results in better operational conditions due to improvements that are provided such as human resource planning. Financial planning makes profits for the company, as per the expectations of the business owner.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas selesainya penelitian yang dilakukan pada skripsi ini. Maksud dari penulisan skripsi ini adalah sebagai salah satu syarat untuk dalam menempuh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Teknologi Industri Program Studi Teknik Industri UNPAR. Penulis sangat mengharapkan bahwa hasil skripsi ini dapat berguna bagi semua pembaca dan dapat memberikan inspirasi untuk teman-teman yang ingin mencoba untuk membuka suatu bisnis.

Penulis juga sangat bersyukur karena skripsi ini dapat selesai dengan baik berkat dukungan dari keluarga, dosen, dan teman-teman. Ketiga pihak tersebut telah membantu penulis untuk lebih fokus dan bersemangat dalam menyelesaikan skripsi ini. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Ceicalia Tesavrita, S.T., M.T. Selaku dosen pembimbing yang sudah dengan sangat baik dalam membimbing proses penyusunan skripsi ini dan meluangkan waktunya untuk melakukan bimbingan.
2. Ibu Hotna Sitorus, S.T., M.M dan Ibu Cindy Marika Amalia, S.T., M.T selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dalam sidang proposal.
3. Pak Fransiscus Rian Pratiko, S.T., M.T., M.I.E. dan Ibu Cindy Marika Amalia, S.T., M.T selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktunya dalam sidang skripsi.
4. Keluarga dan keluarga besar saya yang selalu memberikan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman Teknik Industri, khususnya Harris Jauhari, Yolanda Hartono, Dendy Fernando dan Adrianus Vincent.
6. Teman-teman Teknik Industri Kelas A angkatan 2013 yang telah menjadi teman yang sangat baik selama masa kuliah, dan mendukung saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Teman-teman SMA yang telah memberikan semangat dalam penyusunan skripsi ini.

8. Teman-teman Team Kaget dan William Limawan yang telah memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Pemilik Hola yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian.
10. Seluruh responden yang meluangkan waktunya pada proses pengumpulan data.

Penulis sangat berterima kasih kepada pihak-pihak yang telah disebutkan di atas. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis menyadari bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna. Penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dan menyempurnakan skripsi ini.

Bandung, 31 Juli 2018

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah.....	I-1
I.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah.....	I-4
I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian.....	I-11
I.4 Tujuan Penelitian.....	I-11
I.5 Manfaat Penelitian.....	I-11
I.6 Metodologi Penelitian.....	I-12
I.7 Sistematika Penulisan.....	I-14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	II-1
II.1 Bisnis.....	II-1
II.2 Perencanaan Bisnis.....	II-1
II.3 <i>Five Forces Porter's Models</i>	II-3
II.4 Analisis SWOT (<i>Strength, Weakness, Opportunities, dan Threats</i>).....	II-4
II.5 Perencanaan Pemasaran.....	II-6
II.5.1 <i>Segmenting, Targeting and Positioning</i>	II-12
II.5.2 <i>Marketing mix</i>	II-7
II.6 Perencanaan Operasional.....	II-8
II.7 Perencanaan Finansial.....	II-9
II.8 <i>Business Model Canvas</i>	II-10
II.9 Wawancara	II-13

II.10	Teknik pengambilan Sampel	II-13
-------	---------------------------------	-------

BAB III DATA DAN PENGOLAHAN DATA..... III-1

III.1	Deskripsi Singkat Bisnis.....	III-1
III.2	Profil Konsumen.....	III-4
III.3	Kondisi Bisnis Saat ini.....	III-8
III.4	Kondisi Pemasaran.....	III-8
III.5	Kondisi Operasional.....	III-12
III.5.1	Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i> Saat Ini ..	III-12
III.5.2	Pengaturan Bahan Baku <i>Hola Cafe</i>	III-14
III.6	Kondisi Finansial.....	III-15
III.6.1	Pendapatan <i>Hola Cafe</i>	III-16
III.6.2	Pengeluaran <i>Hola Cafe</i>	III-16
III.6.3	Laporan Laba-Rugi <i>Hola Cafe</i>	III-21
III.7	<i>Business Model Canvas</i> Awal.....	III-24
III.8	Evaluasi <i>Business Model Canvas</i> <i>Hola Cafe</i>	III-28
III.9	Kompetitor <i>Hola Cafe</i>	III-29
III.10	Analisis Pasar.....	III-33
III.10.1	Analisis <i>Five Forces Porter's Model</i>	III-34
III.10.2	Analisis SWOT.....	III-40
III.11	Costumers Segment.....	III-43
III.11.1	<i>Segmenting</i> dan <i>Targeting</i>	III-43
III.11.2	<i>Marketing Mix</i>	III-49
III.12	Perencanaan Operasional.....	III-53
III.12.1	Perencanaan Struktur Organisasi dan <i>Job Description</i>	III-54
III.12.2	Perencanaan Peralatan dan Fasilitas.....	III-57
III.13	Perencanaan Finansial.....	III-60
III.13.1	Identifikasi Biaya Baru Aspek Operasional.....	III-60
III.13.2	Identifikasi Biaya Baru Aspek Pemasaran.....	III-60
III.13.3	Proyeksi Perhitungan Laporan laba Rugi.....	III-61
III.14	<i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	III-67

BAB IV ANALISIS.....	IV-1
IV.1 Analisis Teknik Pengumpulan Data.....	IV-1
IV.2 Analisis Jangka Waktu Perencanaan Bisnis.....	IV-2
IV.3 Analisis Penggunaan <i>Business Model Canvas</i>	IV-3
IV.4 Analisis Aspek Pemasaran.....	IV-4
IV.5 Analisis Aspek Operasional.....	IV-5
IV.6 Analisis Aspek Finansial.....	IV-6
IV.7 Analisis Perbandingan BMC Awal dan BMC Usulan.....	IV-8
IV.7 Validasi <i>Business Model Canvas</i> Usulan.....	IV-10
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	V-1
V.1 Kesimpulan.....	V-1
V.2 Saran.....	V-2

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Pertumbuhan <i>cafe</i> tahun 2012-2015 di Kota Bandung	I-2
Tabel II.1	Jenis-jenis <i>sampling</i>	II-14
Tabel III.1	Wawancara Pertama	III-5
Tabel III.2	Hal-Hal Positif dan Negatif <i>Hola Cafe</i>	III-6
Tabel III.3	Jumlah Karyawan <i>Hola cafe</i>	III-11
Tabel III.4	Jumlah Pendapatan <i>Hola Cafe</i>	III-15
Tabel III.5	Jumlah Biaya Gaji Pegawai <i>Hola Cafe</i>	III-16
Tabel III.6	Laporan Bahan baku makanan dan minuman januari 2017....	III-17
Tabel III.7	Perkiraan Jumlah Pemakaian Air <i>Hola Cafe</i>	III-19
Tabel III.8	Laporan Laba Rugi <i>Hola Cafe</i> Tabel.....	III-20
Tabel III.9	Rasio Keuangan January 2017 – April 2017.....	III-22
Tabel III.10	Komparasi <i>Hola Cafe</i> dan Kompetitornya.....	III-32
Tabel III.11	SWOT <i>Hola Cafe</i>	III-41
Tabel III.12	Segmen pasar <i>Hola cafe</i>	III-45
Tabel III.13	Komparasi 4P <i>Hola cafe</i>	III-52
Tabel III.14	Jumlah Perencanaan Pekerja <i>Hola cafe</i>	III-55
Tabel III.15	Peralatan dan Fasilitas <i>Hola cafe</i> saat ini	III-58
Tabel III.16	Biaya Baru Aspek Operasional <i>Hola Cafe</i>	III-60
Tabel III.17	Biaya Baru Aspek Pemasaran <i>Hola Cafe</i>	III-61
Tabel III.18	Jumlah Konsumen dari Total Kapasitas.....	III-61
Tabel III.19	Perhitungan <i>sales</i> tahun pertama sampai ketiga	III-62
Tabel III.20	<i>Income Statement Worst Scenario</i>	III-62
Tabel III.21	<i>Income Statement Most likely Scenario</i>	III-63
Tabel III.22	<i>Income Statement Optimist Scenario</i>	III-64
Tabel III.23	Rasio Keuangan tahun pertama sampai ketiga	III-66
Tabel IV.1	Perbandingan BMC Awal dan BMC Usulan <i>Hola Cafe</i>	IV-9
Tabel IV.2	Usulan Penerapan <i>Business Model Canvas</i> dan Respon Pemilik Bisnis	IV-10

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1	Peta Lokasi Hola <i>Cafe</i>	I-5
Gambar I.2	Ruangan Hola <i>cafe</i>	I-6
Gambar I.3	Grafik Jumlah <i>customer</i> Hola <i>cafe</i> Januari 2016 – April 2017.....	I-7
Gambar II.1	<i>Five Force Porter's Model</i>	II-3
Gambar II.2	Diagram Analisis SWOT	II-5
Gambar II.3	<i>Business Model Canvas</i>	II-11
Gambar III.1	Logo Hola <i>cafe</i>	III-2
Gambar III.2	<i>Suasana Ruangan Hola cafe</i>	III-2
Gambar III.3	Menu Hola <i>cafe</i>	III-3
Gambar III.4	Facebook Hola <i>cafe</i>	III-9
Gambar III.5	Instagram Hola <i>cafe</i>	III-9
Gambar III.6	Twitter Hola <i>cafe</i>	III-10
Gambar III.7	Promosi Hola <i>cafe</i>	III-12
Gambar III.8	Struktur Organisasi Hola <i>cafe</i>	III-13
Gambar III.9	<i>Business Model Canvas</i> Hola <i>Cafe</i> Saat Ini	III-26
Gambar III.10	Warunk Upnormal.....	III-29
Gambar III.11	<i>What's up cafe</i>	III-30
Gambar III.12	<i>Cafe Madtari</i>	III-30
Gambar III.13	Warung Instamie	III-31
Gambar III.14	Analisis <i>Five Forces Porter's Model</i> Hola <i>Cafe</i>	III-39
Gambar III.15	Perencanaan Struktur Organisasi Hola <i>cafe</i>	III-56
Gambar III.16	Kursi plastik IKEA	III-59
Gambar III.17	<i>Business Model Canvas</i> Hola <i>Cafe</i> Usulan	III-71

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A Wawancara Responden Profil Konsumen

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini akan dibahas mengenai latar belakang masalah dari penelitian yang akan dilakukan, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan. Bab 1 bertujuan untuk mengetahui dengan jelas masalah apa yang terdapat pada objek penelitian sehingga dapat dibuat rumusan dan tujuan untuk menyelesaikan masalah tersebut.

I. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini dengan berkembangnya sektor industri pangan dan sektor industri pariwisata, kota Bandung merupakan salah satu kota yang berkembang cukup pesat. Perkembangan industri di kota Bandung tersebut memberikan kesempatan kepada para pelaku usaha untuk menjalankan usahanya. Perkembangan kota Bandung menjadikan Bandung sebagai salah satu tujuan wisata yang banyak diminati oleh wisatawan, baik dari dalam negeri dan luar negeri.

Bisnis kuliner merupakan salah satu bisnis yang diminati oleh banyak orang karena bisnis kuliner sering dianggap sebagai bisnis yang mudah untuk dijalani, maka bisnis kuliner mengalami perkembangan yang sangat pesat. Dalam artikel Pikiran Rakyat (2015), Menteri Pariwisata menyatakan bahwa sektor kuliner yang terdapat di Indonesia memberikan kontribusi kepada pendapatan negara sebesar Rp 208,6 triliun dengan rata-rata pertumbuhan sekitar 4,5 % pada tahun 2013 lalu. Sementara jumlah tenaga kerja yang terdapat pada sektor kuliner ini mencapai 3,7 juta orang dengan rata-rata pertumbuhan mencapai 26 %. Menurut Kementerian Perindustrian (2016) Industri makanan dan minuman nasional terus menunjukkan kinerja positif dengan tumbuh mencapai 9,82 persen atau sebesar Rp 192,69 triliun pada 2016.

Pada kota Bandung perkembangan bisnis kuliner sangat berkembang dengan pesat, hal ini dapat dilihat dengan banyaknya cafe dan restoran yang baru buka maupun yang sudah lama bertahan. Pada saat ini banyak konsumen yang menghabiskan waktu di *cafe* sambil menikmati fasilitas yang diberikan

seperti *wifi* dan ruangan dingin, hal ini ditunjukkan dengan data pertumbuhan jumlah *cafe* di kota Bandung. Tabel I.1 menunjukkan data pertumbuhan *cafe* pada tahun 2012 -2015 di kota Bandung.

Tabel I.1 Pertumbuhan *Cafe* Tahun 2012-2015 di Kota Bandung

Tahun	Jumlah
2012	196
2013	235
2014	432
2015	653

(Sumber: Kota Bandung dalam angka 2015)

Data pada Tabel I.1 membuktikan bahwa pertumbuhan *cafe* dan restoran di kota Bandung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun, peningkatan ini menjadikan indikasi bahwa pertumbuhan bisnis kuliner di kota Bandung berkembang dengan pesat dan menjadikan kota Bandung sebagai kota yang memiliki persaingan bisnis dunia kuliner yang sangat pesat. Dikarenakan banyaknya usaha kuliner maka para pelaku bisnis terus bersaing untuk mengeluarkan ide-ide kreatif untuk bisnis kulinernya, mulai dari inovasi makanan pencuci mulut hingga inovasi makanan utama.

Menurut Atkinson (2014), semua bisnis mulai pada titik yang sama, sebuah ide adalah kunci utama yang menentukan kesuksesan suatu bisnis, hampir setengah dari seluruh bisnis gagal pada 3 tahun pertama, sebuah ide yang ingin berhasil harus digabungkan dengan semangat pengusaha yang tinggi, bila tidak akan menjadi sia-sia, akan menjadi sia-sia bila seorang pengusaha memaksakan produk dan jasa untuk dipasarkan tanpa memperhatikan penelitian dan perencanaan ke depannya. Pelaku bisnis yang sukses adalah para pelaku usaha yang berani mengambil tantangan dan mampu untuk mengatasi masalahnya.

Menurut Muchtar (2010), keberhasilan dari sebuah bisnis ternyata tergantung pada penerapan perencanaan bisnis yang dihasilkan. Berdasarkan perencanaan bisnis yang dibuat maka dapat juga mencerminkan visi dan misi yang telah direncanakan perusahaan telah berjalan sesuai harapan perusahaan. Terdapat beberapa manfaat dari perencanaan bisnis, pertama perencanaan bisnis akan memudahkan pelaku usaha dalam menetapkan langkah yang

strategis bagi perusahaan, kedua akan memudahkan hubungan kerja sama dengan investor dan mitra bisnis perusahaan, ketiga dapat mengevaluasi perencanaan yang dibuat, apakah perencanaan yang dibuat sudah tepat atau tidak tepat.

Perencanaan bisnis harus harus digambarkan serta dituliskan, tujuannya adalah agar perencanaan bisnis yang dibuat terstruktur dan sistematis sehingga mudah dipahami dan dimengerti, perencanaan bisnis yang digunakan adalah *business model canvas (BMC)*. *Business model canvas* merupakan sebuah alat untuk mendeskripsikan, menganalisis, dan mendesain model bisnis (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Sebuah model bisnis memuat tidak hanya uang dan konsumen, melainkan memuat kesembilan komponen dari bisnis yang menjadi kesatuan, sehingga dapat menjadi teknik yang kuat bagi sebuah organisasi untuk bekerja, *Business model canvas* akan menjelaskan sembilan area dari model bisnis, di antaranya *value proposition, channels, customer relationship, customer segments, key resource, key partners, key activities, cost structure, dan revenue streams*.(Clark, Osterwalder dan Pigneur, 2012)

Pada kenyataannya tidak semua bisnis kuliner berjalan dengan baik, walaupun para pelaku bisnis sudah melontarkan ide-ide menarik. Menurut *small business association* (2012) Sebanyak 30% dari bisnis baru gagal mencapai tahun keduanya, sementara 50% gagal mencapai tahun ke lima. Banyak di antara para pelaku bisnis kuliner hanya mampu bertahan 1 sampai 2 tahun, dan akhirnya terhenti karena mengalami kerugian. Hal ini disebabkan oleh tidak adanya perencanaan bisnis yang baik, rendahnya sistem operasional yang ada dan termasuk rendahnya sistem SDM, produk dan jasa yang ditawarkan tidak menarik bagi konsumen.

Sebuah bisnis yang baik adalah bisnis yang dapat memberikan keuntungan bagi pemiliknya. Selain modal, produk, dan sumber daya perlu adanya perencanaan bisnis yang tepat agar dapat memberikan keuntungan bagi pelaku bisnis. Perencanaan bisnis dianggap penting karena perencanaan bisnis dapat merencanakan langkah-langkah apa saja yang harus dilakukan agar bisnis yang ada lebih terarah dan sistematis sehingga membantu proses pelaksanaan bisnis, selain menjadi panduan dalam menjalankan bisnis, perencanaan bisnis juga dapat untuk memberikan gambaran hasil di masa depan, sehingga pelaku bisnis dapat melakukan perhitungan serta melakukan antisipasi.

Para pelaku bisnis yang terus melakukan inovasi kemungkinan dapat bertahan bila menggabungkan inovasinya dengan perencanaan bisnis yang tepat, salah satu bisnis *cafe* yang sedang berkembang di kota Bandung adalah *Hola cafe*. *Hola cafe* berlokasi di Jl. Tubagus Ismail no.5B, Bandung. *Hola cafe* merupakan *cafe* dengan keunikan tersendiri yang sudah berjalan satu tahun lebih. *Hola cafe* menawarkan variasi menu berupa macam-macam makanan seperti indomie, nasi goreng, roti bakar, serta macam-macam minuman dan makanan penutup dengan segala varian rasa.

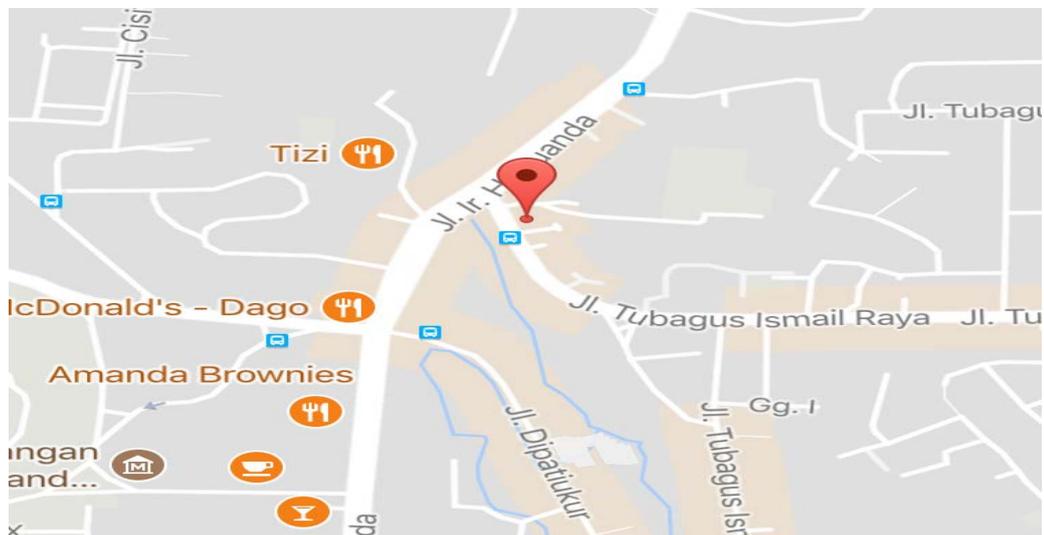
Bisnis ini dipilih sebagai objek penelitian karena masalah yang ada dan perbaikan yang ingin dilakukan dengan membuat perencanaan bisnis yang lebih sistematis. Perencanaan bisnis ini dilakukan oleh pemilik bisnis untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keluhan akan keberlangsungan bisnis ini. Harapannya dengan berkembangnya bisnis ini maka dapat meningkatkan kualitas bisnisnya, sehingga dapat menghasilkan profit. Ketatnya persaingan usaha di bidang kuliner memacu *Hola cafe* untuk terus mampu bertahan di usaha tersebut.

I.2 Identifikasi Masalah dan Perumusan Masalah

Langkah awal proses identifikasi masalah dilakukan dengan melakukan pengamatan, setelah dilakukan pengamatan singkat, banyak terdapat masalah yang terlihat seperti sering terjadi *miss* komunikasi, sehingga dilakukan pengamatan lebih lanjut dan wawancara kepada pemilik sehingga didapatkan masalah yang ada di *Hola cafe*. Pada persaingan industri kuliner saat ini, pemilik *Hola cafe* merasakan sulitnya untuk dapat bersaing dan mempertahankan usahanya. Hal ini dikarenakan banyaknya masalah yang timbul pada *Hola cafe*, baik masalah operasional maupun masalah pemasaran dan masalah finansial. Usia *Hola cafe* sudah lebih dari satu tahun, tetapi pemilik merasakan belum mendapatkan keuntungan dari pendapatan *Hola cafe*, maka sangat besar peluang *Hola cafe* untuk gagal bersaing dipasar dengan *cafe* lainnya. *Hola cafe* mulai beroperasi pada tanggal 6 bulan Februari 2015. Dari mulai menjalankan bisnisnya para pemilik *Hola cafe* tidak benar-benar memikirkan proses perencanaan bisnis dan pemasaran dengan baik, karena hanya bermodalkan keberanian, modal, dan inovasi. Hal ini dirasakan sangat kurang karena tidak ada perencanaan jangka panjang dan juga tidak ada perencanaan yang baik terhadap aspek operasional serta aspek *marketing* yang dapat dilakukan dengan

dibuatnya perencanaan bisnis. Dalam proses berdirinya bisnis ini belum pernah dilakukan perencanaan model bisnis yang terstruktur dengan menggunakan metode seperti *business model canvas*. Hal ini menyebabkan belum adanya model bisnis untuk acuan menjalankan bisnis yang jelas bagi *Hola cafe*.

Lokasi usaha *Hola Cafe* berada di tengah kota dan berada pada wilayah yang ramai serta sering dilalui oleh masyarakat kota Bandung. Jalan menuju *Hola cafe* dapat dilalui melalui jalan Dago. Jalanan yang cukup besar dan ramai, kondisi ramai tersebut juga dikarenakan adanya beberapa universitas seperti Universitas Padjadjaran (UNPAD), Institut Teknologi Harapan Bangsa (ITHB), dan Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), banyaknya orang pada daerah ini menyebabkan munculnya banyak tempat makan seperti restoran dan *cafe* yang dibuka didaerah tersebut. Restoran dan *cafe* tersebut tidak lain merupakan pesaing tidak langsung dari *Hola Cafe* yang terdapat pada suatu wilayah yang sama, pesaing *Hola cafe* yang utama adalah *cafe* atau rumah makan yang menawarkan produk makanan dan minuman yang sejenis, seperti warunk upnormal, what's up, dan lain-lain. Gambar I.1 merupakan peta letak *Hola cafe* yang terletak di jalan Tubagus Ismail No.5B.



Gambar I.1 Peta Letak *Hola Cafe*

Hola Cafe merupakan *cafe* dengan konsep tempat makan yang menawarkan suasana yang unik dan berkesan ceria bagi konsumennya. Hal tersebut dapat terlihat dari desain ruangan yang terdapat pada *cafe* ini, desain ruangan pada dinding ruangan dibuat seperti banyak kartun dan makanan serta minuman dengan macam-macam warna, meja dan kursi di *Hola cafe* juga

didesain dengan banyak warna. Gambar 1.2 merupakan gambaran ruangan dari *Hola Cafe*.



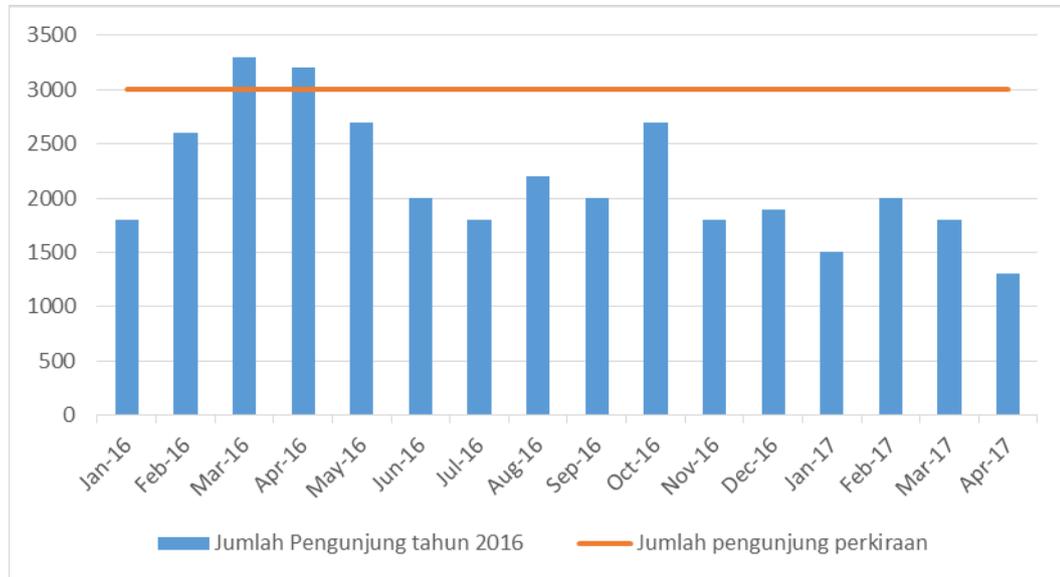
Gambar 1.2 Ruangan *Hola Cafe*

Pada Gambar 1.2 dapat dilihat suasana *Hola Cafe* yang terletak pada ruko bangunan bertingkat, *Hola Cafe* memiliki keuntungan dengan berada pada lantai paling bawah yaitu lantai satu. *Hola Cafe* termasuk kedalam ruangan *indoor* maka salah satu cara untuk mengatasi masalah kepanasan adalah dengan memberikan beberapa kipas angin gantung.

Masalah di *Hola cafe* yang sering timbul adalah masalah operasional, dengan jumlah total 12 karyawan, *Hola cafe* tidak memiliki struktur organisasi yang jelas, yang ada hanya pembagian tugas secara garis besar saja, sehingga sering terjadi kesalahpahaman dalam proses operasional *cafe*, seperti dalam hal merekrut dan mengatur pegawai, persediaan bahan baku, proses pembayaran dan pelunasan, dan berbagai aspek operational lainnya. Dalam hal persediaan sering terjadi pemesanan ganda atau sering terjadi tidak ada yang memesan bahan baku, dalam proses pembayaran sering terjadi kesalahpahaman dalam hal gaji pegawai maupun pembayaran bahan baku ke pemasok bahan baku yang sering telat.

Selama ini, pemilik hanya berusaha mendorong pasar untuk menerima produk yang dipasarkan oleh *Hola cafe*. Hal tersebut mengakibatkan masalah karena produk yang dihasilkan tidak spesifik sehingga tidak jelas nilai yang ditawarkan untuk konsumen dan juga terdapat beberapa kendala yang dirasakan dalam melakukan setiap kegiatan operasional perusahaan. Hal tersebut

mengakibatkan seluruh kegiatan proses bisnis menjadi kurang optimal dan cenderung mengalami masalah seperti fluktuasi permintaan yang cukup signifikan pada bulan-bulan tertentu seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.3



Gambar 1.3 Grafik Jumlah *customer* Hola *cafe* Januari 2016 – April 2017

Berdasarkan data jumlah konsumen pada grafik, dapat diketahui bahwa pada setiap bulan, pengunjung yang datang ke Hola *cafe* memiliki jumlah yang berbeda-beda, namun belum sesuai target 3000 pengunjung tiap bulannya, target pasar ini ditentukan dari biaya operasional yang dikeluarkan tiap bulannya. Pada bulan-bulan tertentu seperti Juni, Juli, Agustus, dan Januari, jumlah konsumen Hola *cafe* lebih sedikit dibandingkan bulan-bulan yang lain. Menurut pemilik, hal tersebut tidak lepas dari adanya hari libur sekolah maupun hari libur lebaran yang membuat terjadi penurunan jumlah konsumen. Misalnya pada bulan Juni terdapat libur kenaikan kelas untuk siswa dan libur semester untuk mahasiswa, pada bulan Juli dan Agustus terdapat hari raya Lebaran yang menyebabkan jumlah pengunjung yang datang ke Hola *cafe* menurun, sedangkan pada bulan Januari terdapat perayaan dan libur tahun baru yang menyebabkan jumlah pengunjung yang datang ke Hola *cafe* juga menurun. Di sisi lain, bila dijabarkan secara lebih spesifik, ramainya konsumen yang datang ke Hola *cafe* cenderung pada hari *weekend* dan cenderung turun pada hari libur maupun hari raya. Pada grafik juga dapat dilihat pada tahun 2017 jumlah pengunjung lebih sedikit dari tahun 2016.

Jumlah pendapatan *Hola cafe* tentu bergantung pada banyaknya konsumen yang datang ke *Hola cafe*, semakin banyak konsumen yang datang maka akan semakin meningkatkan pendapatan *Hola cafe*. Pada awal pembukaan *Hola cafe*, pendapatan yang didapatkan jauh dibandingkan dengan saat ini, pada awal pembukaan yaitu pada Februari 2015, pendapatan *Hola cafe* rata-rata tiap bulan adalah Rp 45.000.000 – Rp 50.000.000. Hal ini jauh dibandingkan dengan pendapatan *Hola cafe* tahun 2016-2017, dimana pendapatan rata-rata tiap bulan hanya kisaran Rp 30.000.000. Menurut para pemilik perkembangan usaha *cafenya* belum cukup baik dan menimbulkan kerugian dari sisi finansial, kerugian ini ditimbulkan karena biaya operasional yang kurang lebih Rp 30.000.000 per bulan tidak dapat tertutup oleh keuntungan yang didapatkan. Kerugian tersebut juga dikarenakan *Hola cafe* belum memiliki strategi yang tepat dalam menjalankan usahanya.

Dalam bisnis kuliner, salah satu hal penting selain kualitas pelayanan dan kualitas makanan serta minuman adalah konsumen, *Hola Cafe* harus dapat mempertahankan konsumen dan mendapatkan konsumen yang sesuai target pasar bila ingin terus bertahan dan bersaing dalam dunia kuliner. Konsep *Hola Cafe* yang *fun* maka *target market* dari *Hola Cafe* adalah anak muda yang sangat tertarik untuk dapat berfoto dan bersantai dengan suasana yang ceria. Target pasar *Hola* sebelumnya masih sangat luas, *Hola Cafe* masih belum memiliki target pasar yang jelas untuk benar-benar dituju. Dalam segi pemasaran, dirasakan masih sangat kurang karena hanya dilakukan pemasaran lewat media sosial dan sesekali melakukan penyebaran brosur. Penyebaran brosur dilakukan oleh pemilik *Hola Cafe* awal pembukaan dan 4 bulan setelah pembukaan, penyebaran *brosure* dilakukan secara acak dengan menyuruh pegawai *Hola Cafe* tanpa memperhatikan target pasar secara jelas. Dalam pemasaran dengan menggunakan sosial media pihak *Hola Cafe* melakukan di banyak situs, seperti *facebook*, *twitter*, dan Instagram. Pihak pemilik sesekali mengundang *food blogger* untuk membantu mempromosikan *Hola cafe* melalui Instagram, biaya *food blogger* berkisar Rp 300.000 – Rp 1.000.000 dengan tiga kali tahap promosinya. Cara tersebut hanya mampu meningkatkan pendapatan *Hola cafe* sekitar 1-3 minggu sejak dipromosikan sekitar 30% – 50%.

Secara keseluruhan, *Hola Cafe* sedang bersaing dengan *cafe* lainnya, namun target pasar yang dituju *Hola Cafe* belum jelas. Dalam struktur organisasi

juga dirasa pembagian tugas dan kewenangan masih belum jelas. Hal ini berpengaruh pada segi pemasaran yang dirasa belum efisien dan efektif. Bila *Hola cafe* ingin dapat bersaing maka perlu perencanaan bisnis yang tepat, dengan mempelajari pesaing, konsumen, pasar, pemasaran, struktur organisasi. Terdapat tiga aspek yang berkaitan dengan perencanaan bisnis untuk *Hola cafe*, yaitu aspek pemasaran, aspek operasional, dan aspek finansial. Ketiga aspek tersebut akan diteliti lebih lanjut untuk dapat menghasilkan rencana bisnis untuk *Hola cafe*.

Secara garis besar, masalah yang terdapat pada *Hola cafe* adalah sebagai berikut :

1. Pemasaran yang dilakukan belum tepat.
2. Segmentasi dan target pasar belum spesifik.
3. Kegiatan operational yang masih belum berjalan dengan baik.
4. Pendapatan yang tidak sesuai harapan.

Rencana bisnis sangat penting ketika memulai usaha, rencana bisnis akan membantu dan menjadi panduan dalam eksekusi serta operasional. Perencanaan bisnis dapat dilakukan dengan banyak metode yaitu sebagai berikut :

1. *Value Chain Analysis*

Menurut Porter (1998) Semacam alat analisa yang digunakan untuk membedah sebuah proses bisnis kedalam kedua bagian, yaitu kegiatan utama dan kegiatan pendukung, kegiatan utama dibagi menjadi 5 bagian yaitu logistic masuk, manajemen operasi, logistik keluar, pemasaran dan penjualan, kegiatan pendukung terdiri dari 4 bagian yaitu manajemen SDM, infrastruktur perusahaan, teknologi dan *procurement*. Berkaitan dengan bahan baku dan kegiatan perusahaan.

2. *Business Model Canvas*

Menurut Clark, Osterwalder dan Pigneur (2012), sebuah model bisnis yang befokus pada konsumen, konsultan, investor, dan pembisnis. Memuat kesembilan komponen dari bisnis yang menjadi kesatuan, sehingga dapat menjadi teknik yang kuat bagi sebuah organisasi untuk bekerja. *Business model canvas* akan menjelaskan sembilan area dari model bisnis, diantaranya *value proposition, channels, customer*

relationship, customer segments, key resource, key partners, key activities, cost structure, dan revenue streams.

3. *Lean Canvas*

Menurut Maurya (2012) *Lean canvas* merupakan modifikasi dari *Business Model Canvas* yang 9 elemen pendukungnya sudah dimodifikasi, berfokus pada para pelaku bisnis dan memiliki kepentingan untuk bisnis yang baru berjalan.

Menurut Osterwalder and Pigneur (2010) terdapat beberapa fungsi dan kelebihan dari *business model canvas*. Berikut merupakan fungsi dari *business model canvas*.

1. Alat yang membantu untuk dapat melihat dengan lebih akurat bagaimana usaha yang baru akan dijalankan atau yang sedang di jalankan.
2. Melihat bisnis secara garis besar namun tetap *detail* untuk melihat elemen-elemen kunci yang berkaitan dengan bisnis.
3. Menganalisis dan mengevaluasi elemen-elemen kunci, serta menentukan langkah untuk mencapai tujuan bisnis.

Dari penjelasan diatas maka perencanaan bisnis pada *Hola cafe* dirasa paling baik menggunakan *Business Model Canvas*, karena BMC dapat digunakan untuk segala jenis bisnis, BMC cocok untuk *Hola cafe* karena BMC dapat untuk segala jenis usaha baik usaha besar maupun kecil, masalah yang timbul di *Hola cafe* dapat diatasi dengan BMC, seperti mencari target pasar yang tepat sehingga pemasaran dapat dilakukan dengan baik dan benar, perhitungan keuangan yang terstruktur sehingga dapat memperhitungkan keuntungan bisnis, kegiatan operasional yang dapat diperbaiki dan disusun dengan sistematis pada BMC sehingga dapat menjadi acuan dalam perencanaan operasional di *Hola cafe*.

I.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi Penelitian

Terdapat pembatasan masalah dan asumsi-asumsi penelitian yang digunakan pada penelitian ini. Batasan masalah yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian yang dilakukan terhadap *Hola cafe* tidak sampai tahap implementasi.
2. Perencanaan bisnis dibuat untuk jangka waktu tiga tahun kedepan.

Sedangkan asumsi-asumsi yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Biaya pembelian dan perawatan peralatan-peralatan yang dibutuhkan dalam bisnis ini mengikuti harga di Kota Bandung
2. Biaya pembelian bahan baku yang dibutuhkan dalam bisnis ini tidak mengalami perubahan.

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan mengenai identifikasi masalah dan perumusan masalah terkait dengan *Hola cafe*, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana perencanaan bisnis yang tepat untuk *Hola cafe* dalam menjalankan usahanya. Tujuannya adalah *Hola cafe* dapat bersaing dengan *cafe* lainnya dalam menjalankan bisnisnya.

I.5 Manfaat Penelitian

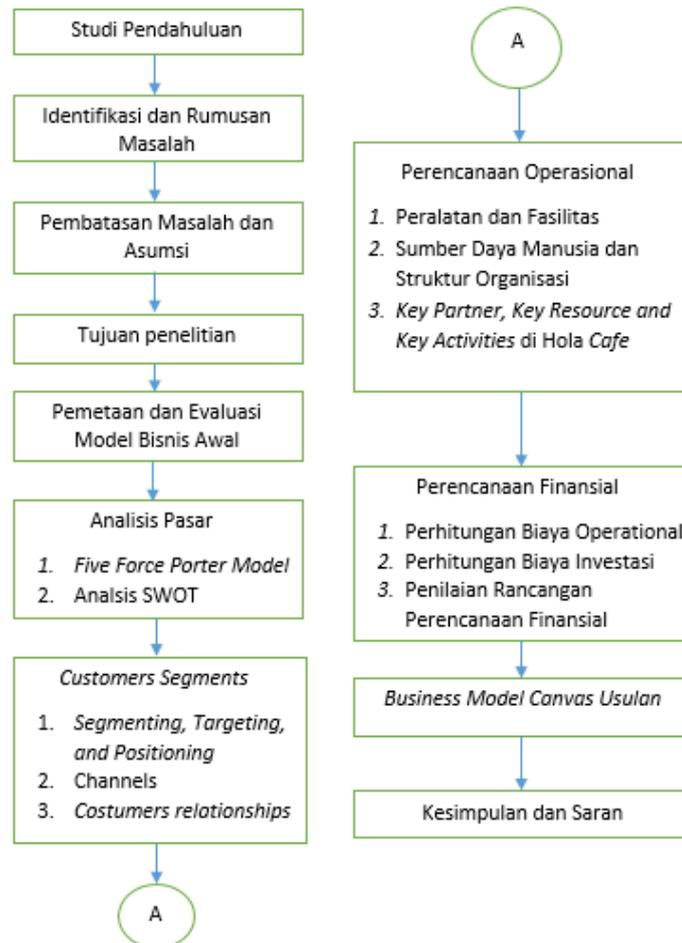
Penelitian yang dilakukan dapat memberikan manfaat, baik bagi perusahaan, peneliti, dan bagi pembaca. Berikut adalah manfaat penelitian secara keseluruhan.

1. Dapat memberikan referensi bagi pemilik terkait perencanaan bisnis yang dapat digunakan sebagai pedoman untuk menjalankan bisnis *Hola cafe*.
2. Dapat membuat peneliti untuk mengembangkan ilmu yang telah dipelajari selama masa kuliah terkait dengan perencanaan bisnis.
3. Dapat memberikan tambahan pengetahuan bagi pembaca mengenai perencanaan bisnis yang dilakukan di *Hola cafe*.
4. Dapat memberikan gambaran bagi pembaca yang sedang ingin melakukan perencanaan dalam bisnisnya.
5. Dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

I.6 Metodologi Penelitian

Langkah penting dalam penelitian dapat diuraikan kedalam suatu metodologi penelitian, metodologi penelitian dapat membuat suatu penelitian menjadi lebih terstruktur dan sistematis. Metode penelitian yang dilakukan adalah metode penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode

penelitian yang dilakukan secara tertulis. Langkah-langkah yang digunakan selama penelitian adalah sebagai berikut.



Gambar I.4 Metodologi Penelitian

Langkah-langkah metodologi penelitian pada Gambar I.4 akan dijelaskan lebih lanjut untuk setiap langkahnya. Berikut merupakan penjelasan langkah-langkah metodologi penelitian tersebut.

1. Studi Pendahuluan dan Penentuan Topik

Studi pendahuluan dan penentuan topik dilakukan dengan melakukan pengamatan langsung di *Hola cafe*. Peneliti melakukan wawancara untuk pengumpulan informasi-informasi terkait dengan bisnis yang sudah dijalankan oleh *Hola cafe*. Informasi didapatkan dari pemilik dan *customer* *Hola cafe*. Selain itu, dilakukan pencarian artikel-artikel dari internet terkait dengan bisnis, khususnya bisnis kuliner untuk menambah informasi peneliti. Dalam tahap ini

juga dilakukan observasi lapangan dan studi literatur di awal untuk menentukan topik penelitian yang ingin diteliti.

2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

Tahap ini dilakukan untuk mencari permasalahan yang terdapat di *Hola cafe*. Dalam tahap ini dilakukan proses identifikasi dan rumusan masalah dengan cara melakukan wawancara, observasi, dan studi literatur lebih lanjut untuk mengetahui kondisi objek penelitian yang sesungguhnya dan masalahnya.

3. Pembatasan Masalah dan Asumsi

Pada tahap ini dibuat beberapa batasan masalah agar penelitian di *Hola cafe* dapat lebih terfokus. Selain itu dibuat asumsi yang digunakan dalam penelitian yang dilakukan, untuk proses mempermudah penelitian.

4. Penentuan Tujuan Penelitian

Pada tahap ini, dilakukan penjabaran dari tujuan penelitian yang dilakukan, tujuan yang dibuat dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan yang telah dirumuskan pada rumusan masalah.

5. Pemetaan Model Bisnis Sekarang

Pada tahap ini akan dilakukan pemetaan dari model bisnis *Hola cafe* yang sedang dijalankan saat ini. Pemetaan akan dilakukan dengan mendeskripsikan *Hola cafe* serta menjelaskan kondisi *marketing*, operasional, dan finansial saat ini. *Output* yang akan dihasilkan berupa *Business Model Canvas* awal.

6. Analisis Pasar

Pada analisis sektor industri akan dilakukan deskripsi sektor industri dan analisis SWOT. Deskripsi sektor industri akan dilakukan dengan menggunakan *five force porter's model*, sedangkan analisis SWOT yang dilakukan akan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang akan mendukung dan menghambat perkembangan perusahaan.

7. *Costumers Segments*

Pada tahap ini akan dilakukan dengan melakukan *Segmenting*, *Targeting* dan *Positioning* akan dilakukan agar perusahaan dapat memiliki keunggulan kompetitif yang berkesinambungan, *Channels* merupakan suatu saluran yang menghubungkan perusahaan dan pelanggan, dan *Costumers Relationship* merupakan suatu hubungan yang ingin diciptakan perusahaan dengan pelanggan dari segmen pasar yang spesifik.

8. Perencanaan Operasional

Pada tahap ini akan menjelaskan peralatan dan fasilitas untuk mendukung pengembangan bisnis *Hola cafe*, sumber daya manusia, struktur organisasi pengelolaan dan *job description* usulan, serta *key activites* yang ada di *Hola cafe*.

9. Perencanaan Finansial

Tahap ini dilakukan untuk mengetahui apakah usaha bisnis yang dijalankan *Hola cafe* dapat terus menghasilkan pendapatan yang meningkat atau tidak. Tahap ini meliputi perhitungan biaya operasional, perhitungan biaya investasi, dan penilaian rancangan perencanaan finansial.

10. *Business Model Canvas* Usulan

Pada tahap ini akan dibuat *Business Model Canvas* berdasarkan hasil pengumpulan data dan analisis data pada subbab sebelumnya. *Business Model Canvas* usulan yang dibuat diharapkan dapat memetakan bisnis dari *Hola cafe* untuk dapat membangun bisnisnya dengan lebih efisien.

11. Kesimpulan dan Saran

Pada bagian ini akan berisi mengenai seluruh kesimpulan yang merupakan hasil dari penelitian yang telah dilakukan. Selain itu, dapat memberikan saran bagi perusahaan atau pembaca terkait dengan penelitian yang telah dilakukan di *Hola cafe*.

I.7 Sistematika Penulisan

Pada bagian sistematika penulisan akan menjelaskan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan keseluruhan penelitian. Sistematika penulisan menggambarkan secara garis besar isi dari masing-masing bab pada penelitian ini. Jumlah bab yang akan dibuat adalah sebanyak 5 bab, yang dijabarkan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai latar belakang masalah, identifikasi dan perumusan masalah, batasan dan asumsi penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian, metodologi penelitian dan sistematika penulisan dari objek penelitian yang diamati.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini akan menjelaskan mengenai berbagai teori dan studi literatur yang akan digunakan sebagai dasar dalam melakukan pengumpulan data dan pengolahan data sampai proses penentuan usulan yang dilakukan.

BAB III DATA DAN PENGOLAHAN DATA

Pada bagian ini akan berisi mengenai seluruh data-data yang akan dikumpulkan mulai dari awal proses penentuan akar masalah sampai proses penentuan usulan perbaikan. Dimana seluruh data-data yang telah dikumpulkan tersebut akan dilakukan pengolahan data untuk dapat dilakukan pengambilan keputusan perencanaan bisnis yang baik dan sesuai dengan data yang telah diperoleh.

BAB IV ANALISIS

Pada bagian ini akan dijelaskan analisis berdasarkan data dan pengolahan data yang telah dilakukan pada Bab sebelumnya. Analisis akan menyangkut analisis metodologi penelitian, analisis aspek pemasaran, analisis aspek operasional, analisis aspek finansial, analisis rasio keuangan, analisis perbandingan *business model canvas* *Hola cafe* sebelum dan sesudah penelitian, dan analisis validasi *business model canvas* usulan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah menyelesaikan Bab 1 sampai Bab 4 maka pada Bab terakhir ini. Pada bagian ini akan membahas mengenai kesimpulan yang menjawab tujuan penelitian. Bab ini juga berisi saran untuk perusahaan dan penelitian selanjutnya.