

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

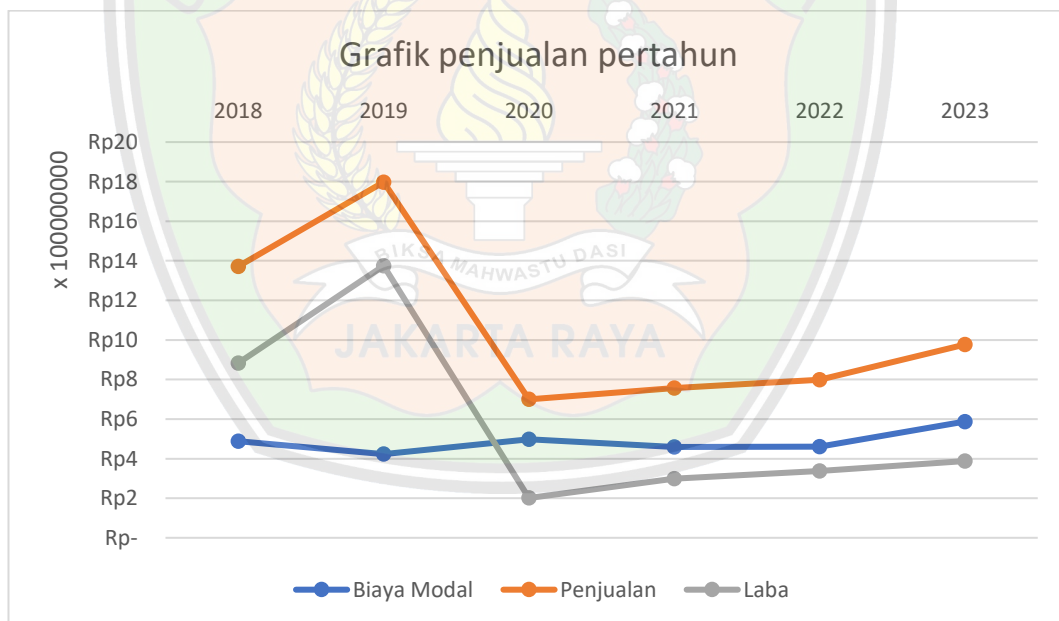
Pola konsumsi masyarakat terhadap makanan dan minuman mengalami perubahan sejak pandemi COVID-19 yang terjadi tahun 2019 silam hingga pada saat ini. Perubahan pola konsumsi masyarakat ini disebabkan karena diterapkannya kebijakan pembatasan mobilitas masyarakat atau dikenal dengan sebutan Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM). Masyarakat yang awalnya terbiasa pergi membeli dan mengonsumsi makanan langsung di tempat atau *dine in* di restoran pilihannya, kini mereka diharuskan sebisa mungkin memesan makanan secara *online* atau *take away* melalui aplikasi penyedia layanan pesan-antar makanan atau *online food delivery*.

Kehadiran aplikasi layanan *online food delivery* saat ini juga menjadi peluang yang menjanjikan bagi para pelaku usaha kuliner makanan dan minuman di Indonesia. Usaha-usaha kuliner baik yang sudah sejak lama berdiri maupun yang masih baru dirintis tidak perlu khawatir karena pengusaha saat ini dapat menjangkau pelanggan mereka melalui aplikasi layanan pesan-antar *online* ini lebih luas lagi, sehingga mempunyai peluang kenaikan penjualan menjadi lebih meningkat lagi. Dengan adanya sosial media dan aplikasi penyedia jasa pesan-antar *online* juga sangat membantu para pengusaha kuliner makanan dan minuman untuk dapat mempromosikan penjualan mereka lebih luas lagi dan tetap mempertahankan penjualan mereka. Hal tersebut dibuktikan berdasarkan data menurut Kementerian Perindustrian yang mencatat, kinerja industri makanan dan minuman selama periode 2015-2020 rata-rata tumbuh sebanyak 8,16% (Nasution et al., 2022).

*Coffee shop* Esokopi adalah salah satu tempat penjualan minuman kopi dan makanan ringan yang berlokasi di Jl. Griya Alam Sentosa, kecamatan Cileungsi, kabupaten Bogor. Kecamatan Cileungsi mempunyai

luas 70,19 km<sup>2</sup> yang terdiri dari 12 desa dan mempunyai populasi sebanyak 23.329 orang.

Kafe Esokopi ini telah berdiri sejak bulan Juni 2018. Kafe Esokopi menyajikan menu berbagai varian minuman kopi yang diolah dengan resep yang berbeda, akan tetapi memiliki beberapa hambatan yang terjadi dalam aktivitas bisnis Esokopi yakni tidak berjalannya strategi pengembangan usaha karena bergantung pada ekosistem bisnis perusahaan dengan adanya kondisi geografis, demografis dan persaingan yang ada di lokasi tersebut. Permasalahan lainnya Kafe Esokopi belum melakukan pembaruan dari model bisnis yang ada dan belum memiliki rencana untuk membuat model bisnis baru. Berdasarkan hal tersebut maka perlu dilakukan pengkajian ulang terkait dengan kebijakan dan strategi bisnis Kafe Esokopi agar mampu menciptakan inovasi baru untuk menghadapi persaingan bisnis kuliner yang kompetitif dan efektif.



Gambar 1.1 Grafik Penjualan Pertahun ESOKOPI Cileungsi

Sumber : ESOKOPI Cileungsi (2024)

Tabel 1.1 Data Pembukuan ESOKOPI Cileungsi

Tahun	Biaya Modal	Penjualan	Laba
2018	Rp 488.000.000	Rp 1.371.600.000	Rp 883.600.000
2019	Rp 423.000.000	Rp 1.797.890.000	Rp 1.374.890.000
2020	Rp 498.500.000	Rp 699.730.000	Rp 201.230.000
2021	Rp 458.730.000	Rp 757.430.000	Rp 298.700.000
2022	Rp 460.091.000	Rp 798.590.000	Rp 338.499.000
2023	Rp 587.670.000	Rp 976.300.000	Rp 388.630.000

Sumber: Pengolahan data (2024)

Data diatas menunjukkan bahwa laba atau keuntungan usaha Esokopi sempat mengalami penurunan yang cukup signifikan pada tahun 2020 sampai tahun 2022 yang disebabkan adanya pandemi Covid-19 di Indonesia karena sempat ditentukan adanya, sehingga usaha Esokopi mengalami kerugian yang cukup besar. Kafe Esokopi mempunyai target laba atau keuntungan sebesar Rp. 2.000.000.000 dalam satu tahun. Pada tahun 2023 hingga saat ini, kafe Esokopi tidak mempunyai model bisnis yang berbeda untuk memperbesar laba per-tahun sehingga data menunjukkan kenaikan laba yang tidak sesuai dengan target *owner* tempat usaha tersebut.

Salah satu alat yang dapat digunakan untuk merumuskan strategi baru yang efektif adalah dengan menggunakan *Business Model Canvas*. *Business Model Canvas* (BMC) merupakan strategi dalam pengembangan bisnis yang memuat sembilan elemen yang membahas tentang bagaimana menggambarkan, memvisualisasikan, menilai, dan mengubah model bisnis pada suatu perusahaan (Wijaya, 2019). Dengan demikian, Model bisnis kanvas memungkinkan perusahaan untuk merancang strategi baru dan memberikan validasi terhadap berbagai aspek penting dalam perusahaan.

Penelitian ini akan fokus pada strategi pengembangan usaha dengan melakukan evaluasi atas model bisnis yang sedang dijalankan serta merancang model bisnis yang tepat dengan menggunakan pendekatan *Business Model Canvas* (BMC). Untuk menentukan alternatif strategi mana yang hendak diprioritaskan dan diterapkan oleh Kafe Esokopi. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan

penelitian dengan judul “**Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Metode Canvas di Esokopi Cileungsi**”.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah-masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Tidak tercapainya target keuntungan atau laba yang sudah ditargetkan di Kafe Esokopi.
2. Tidak tercapainya target penjualan karena tidak adanya strategi pemasaran yang baru.
3. Model bisnis yang kurang efektif.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka permasalahan yang ingin dibahas dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana strategi pengembangan model bisnis dengan metode Canvas yang dilakukan di Kafe Esokopi Cileungsi?
2. Bagaimana cara mengatasi tidak tercapainya target penjualan yang dialami oleh Kafe Esokopi?
3. Bagaimana agar bisnis dapat berjalan dengan efektif?

## **1.4 Batasan Masalah**

Dalam pembahasan masalah agar lebih terarah pada sasaran, penulis memberikan batasan-batasan antara lain :

1. Penelitian ini dilakukan di Kafe Esokopi kabupaten Cileungsi
2. Tempat objek penelitian hanya pada Kafe Esokopi kabupaten Cileungsi milik bapak Rudy Hardiyanto
3. Penelitian ini berfokus pada identifikasi model bisnis di Kafe Esokopi kabupaten Cileungsi
4. Pembahasan yang diberikan hanya sampai Analisa dan saran.

## **1.5 Tujuan Penelitian**

Dari perumusan masalah yang hendak diteliti di atas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah :

1. Mengetahui strategi pengembangan bisnis dengan metode Canvas di Kafe Esokopi Cileungsi.
2. Mengetahui cara mengatasi tidak tercapainya target penjualan pada Kafe Esokopi Cileungsi.
3. Mengetahui bagaimana agar bisnis dapat berjalan dengan efektif

## **1.6 Manfaat Penelitian**

1. Bagi kafe Esokopi

Untuk perkembangan usaha kafe Esokopi sehingga target laba dan penjualan dapat tercapai dengan baik.

2. Bagi Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan informasi gambaran tentang hal terkait dan bisa menjadi referensi dalam melakukan penelitian yang serupa

## **1.7 Tempat dan Waktu Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dilokasi Kafe Esokopi bertempat di Perumahan Griya Alam Sentosa, Desa Pasir Angin, Kecamatan Cileungsi, Kabupaten Bogor, dimulai sejak bulan Februari 2024 sampai dengan bulan Maret 2024. Penelitian dilakukan saat jam kerja atau jam operasional Kafe Esokopi Cileungsi.

## **1.8 Sistematika Tugas Akhir**

Tugas akhir ini terdiri dari 5 bab, antara lain :

- 1. Bab I Pendahuluan**

Menjelaskan mengenai Latar Belakang, Identifikasi Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Tempat dan Waktu Penelitian, Sistematika Penulisan

- 2. Bab II Landasan Teori**

Menjelaskan mengenai Teori yang mendukung materi Tugas Akhir.

- 3. Bab III Metodologi Penelitian**

Menjelaskan mengenai Jenis Penelitian, Teknik Pengumpulan dan Pengolahan Data dan Kerangka Berfikir dan Metoda Penelitian

- 4. Bab IV Analisis Data dan Pembahasan**

Analisis dan Pembahasan sesuai Kerangka Berpikir. Implikasi penelitian

## 5. Bab V Penutup

Menjelaskan mengenai kesimpulan akhir penelitian dan saran-saran yang direkomendasikan berdasarkan pengalaman di lapangan untuk perbaikan proses penelitian selanjutnya.

