

**ANALISA MODEL BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS*
MODEL CANVAS
(OBJEK PENELITIAN: SURJOY COFFEE)**

TUGAS AKHIR

**Karya Tulis sebagai salah satu syarat
untuk memperoleh gelar Sarjana Teknik dari
Program Studi Teknik Industri
Fakultas Teknik Universitas Pasundan**

Oleh:

NISA LATHIFAN

NRP: 183010099



**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS PASUNDAN
BANDUNG
2022**

**ANALISA MODEL BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS*
MODEL CANVAS
(OBJEK PENELITIAN: SURJOY COFFEE)**

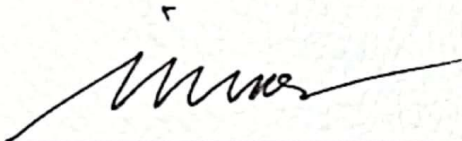
Oleh
Nisa Lathifan
NRP: 183010099

Menyetujui
Tim Pembimbing

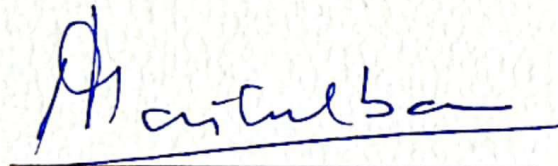
Tanggal... **23 Agustus 2022**

Pembimbing

Penelaah

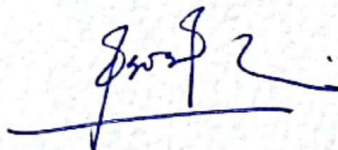


Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc



Ir. Asep Saefulbachri Ramli, MM., MBA

Mengetahui,
Ketua Program Studi Teknik Industri



Dr. Ir. M. Nurman Helmi, DEA

**ANALISA MODEL BISNIS MENGGUNAKAN *BUSINESS*
MODEL CANVAS
(OBJEK PENELITIAN: SURJOY COFFEE)**

NISA LATHIFAN

NRP: 183010099

Pembimbing Utama:

Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc

ABSTRAK

Industri makanan dan minuman merupakan salah satu sektor andalan dalam memberikan kontribusi terbesar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, salah satunya yaitu bisnis kopi. Surjoy Coffee merupakan salah satu kedai kopi yang terletak di Jl. Tata Surya No.104, Manjahlega, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40286 dengan menyajikan berbagai jenis makanan dan minuman yang dapat dinikmati oleh para pelanggannya. Dalam menjalankan suatu bisnis, perlu adanya suatu model dasar yang menjelaskan bagaimana sebuah bisnis dapat menghasilkan suatu keuntungan dengan memperhatikan dari segala aspek bisnis yang ada. Salah satu metode yang dapat dilakukan dalam membuat sebuah model bisnis adalah dengan menggunakan Business Model Canvas (BMC) yang akan melibatkan desain dengan terdapat 9 elemen atau blok yang akan dianalisis sehingga mendapatkan suatu strategi bisnis yang dapat diterapkan. Dengan telah mengetahui rumusan masalah dan tujuan pemecahan masalah pada penelitian, maka dilakukan suatu studi literatur berupa pengumpulan teori yang relevan dengan metode penelitian kemudian dilakukan pengumpulan data yang didapatkan dari hasil observasi lapangan dengan mewawancarai pemilik Surjoy Coffee. Data tersebut kemudian akan diolah dengan menganalisis model bisnis kedalam 9 blok atau elemen Business Model Canvas (BMC) yaitu blok customer segmentations, value propositions, channels sampai dengan blok cost structure. Hasil dari analisis model bisnis Surjoy Coffee tersebut akan dievaluasi menggunakan SWOT sehingga akan diketahui suatu kelemahan, kekurangan, peluang dan aman dari model bisnis yang sedang dijalankan serta menjadi patokan dalam membuat suatu pengembangan model bisnis Surjoy Coffee yang baru.

Kata kunci: Surjoy Coffee, Business Model Canvas, Bisnis, Elemen, SWOT

**BUSINESS MODEL ANALYSIS USING BUSINESS MODEL
CANVAS
(RESEARCH OBJECT: SURJOY COFFEE)**

NISA LATHIFAN

NRP: 183010099

Main Advisor:

Dr. Drs. Iman Firmansyah, M.Sc

ABSTRACT

Food & drink industry is one of the reliable sectors to make a huge contribution in economic national growth, one of them is the coffee business. Surjoy Coffee is a coffee shop located in Tata Surya Street No.104, Manjahlega, Rancasari District, Bandung City, West Java 40286, with serves various food & drinks that can be enjoyed by the customers. In doing some business, we need some basic model which can explain how a business can make a profit by looking at all aspects. One of the methods that can be applied in making a business model is by using Business Model Canvas (BMC) using design to include 9 elements or blocks that can be analyzed so that it will get a business strategy that can be applied. By knowing the problem formulation and problem solving objectives in the research, the researcher will do a literature study in the form of collecting theories relevant to the research method and then collecting data obtained from field observations by interviewing the owner of Surjoy Coffee. Then the data will be processed by analyzing the business model into 9 blocks or elements of the Business Model Canvas (BMC), namely the customer segmentations block, value propositions, channels to the cost structure block. The results of the analysis of the business model at Surjoy Coffee will use SWOT, so that it will know the weaknesses, opportunities, and guarantees of the business model will be applied and become a benchmark in making a new Surjoy Coffee development model.

Keywords: Surjoy Coffee, Business Model Canvas, Business, Element, SWOT

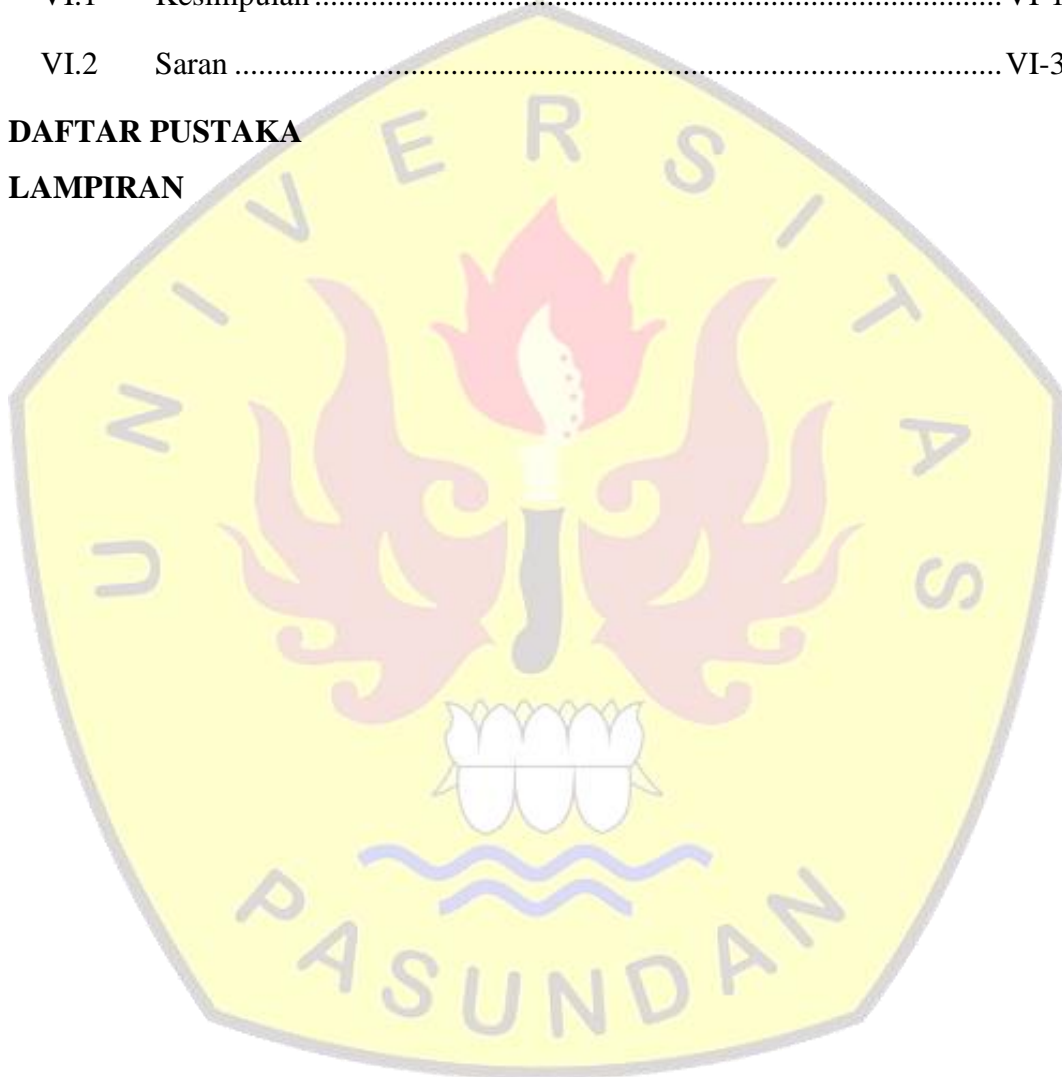
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
PEDOMAN PENGGUNAAN TUGAS AKHIR	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I Pendahuluan	I-1
I.1 Latar Belakang Masalah	I-1
I.2 Perumusan Masalah.....	I-3
I.3 Tujuan Pemecahan Masalah.....	I-3
I.4 Manfaat Penelitian.....	I-4
I.5 Pembatasan Masalah	I-4
I.6 Sistematika Penulisan.....	I-5
Bab II Landasan Teori	II-1
II.1 Kedai Kopi (<i>Cofee Shop</i>)	II-1
II.2 Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	II-1
II.2.1 Klasifikasi Usaha Kecil Menengah (UKM).....	II-2
II.2.2 Karakteristik Umum Tiap Skala Usaha.....	II-3
II.2.3 Jenis-jenis Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM)	II-5
II.3 Model Bisnis.....	II-5
II.4 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	II-7
II.4.1 <i>Value Propositions</i> (Proporsi Nilai).....	II-8
II.4.2 <i>Customer Segments</i> (Segmen Pelanggan).....	II-11

II.4.3	<i>Customer Relationships</i> (Hubungan Pelanggan)	II-16
II.4.4	<i>Channels</i> (Saluran/media).....	II-19
II.4.5	<i>Key Activities</i> (Kegiatan Utama).....	II-22
II.4.6	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama).....	II-23
II.4.7	<i>Key Partnership</i> (Mitra Utama)	II-24
II.4.8	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	II-25
II.4.9	<i>Revenue Streams</i> (Aliran Pendapatan).....	II-26
II.4.10	Keunggulan <i>Business Model Canvas</i> (BMC).....	II-29
II.5	Analisis SWOT.....	II-29
Bab III Metodologi Penelitian.....		III-1
III.1	Lokasi dan Waktu Penelitian	III-1
III.2	Jenis Penelitian	III-1
III.3	Sumber Data	III-2
III.4	Metode Pengumpulan Data.....	III-2
III.5	Metode Pengolahan Data	III-3
III.6	<i>Flowchart</i> Penelitian.....	III-4
III.6.1	Studi Lapangan.....	III-5
III.6.2	Identifikasi Masalah dan Tujuan Penelitian.....	III-5
III.6.3	Studi Literatur	III-6
III.6.4	Pengumpulan Data	III-6
III.6.5	Pengolahan Data.....	III-7
III.6.6	Analisis <i>Business Model Canvas</i> (BMC) Saat ini.....	III-7
III.6.7	Analisis hasil <i>Business Model Canvas</i> dengan Menggunakan SWOT... ..	III-7
III.6.8	<i>Business Model Canvas</i> (Baru).....	III-8
III.6.9	Kesimpulan dan Saran.....	III-8

BAB IV	Pengumpulan dan Pengolahan Data	IV-1
IV.1	Pengumpulan Data	IV-1
IV.1.1	Gambaran Umum	IV-1
IV.1.2	Observasi Lapangan Surjoy Coffee	IV-2
IV.1.3	Struktur Organisasi Objek Penelitian	IV-7
IV.2	Pengolahan Data	IV-10
IV.2.1	<i>Customer Segmentations</i> (Segmen Pelanggan)	IV-11
IV.2.2	<i>Value Propotions</i> (Proporsi Nilai)	IV-12
IV.2.3	<i>Channels</i> (Saluran/media)	IV-14
IV.2.4	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	IV-15
IV.2.5	<i>Revenue Streams</i> (Aliran Pendapatan)	IV-16
IV.2.6	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	IV-18
IV.2.7	<i>Key Activities</i> (Kegiatan Utama)	IV-19
IV.2.8	<i>Key Partnership</i> (Mitra Utama)	IV-20
IV.2.9	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	IV-20
IV.3	Hasil pengolahan data	IV-21
BAB V	Analisis dan Pembahasan	V-1
V.1	Analisis Evaluasi Model Bisnis dengan SWOT	V-1
V.1.1	<i>Customer Segmentations</i> (Segmen Pelanggan)	V-1
V.1.2	<i>Value Proposition</i> (Proporsi Nilai)	V-3
V.1.3	<i>Channels</i> (Saluran/Media)	V-4
V.1.4	<i>Customer Relationship</i> (Hubungan Pelanggan)	V-5
V.1.5	<i>Revenue Streams</i> (Aliran Pendapatan)	V-7
V.1.6	<i>Key Resources</i> (Sumber Daya Utama)	V-8
V.1.7	<i>Key Activities</i> (Kegiatan Utama)	V-9
V.1.8	<i>Key Partners</i> (Mitra Utama)	V-11

V.1.9	<i>Cost Structure</i> (Struktur Biaya)	V-12
V.2	Pembahasan	V-13
V.2.1	Model Bisnis Surjoy Coffee Baru dengan Menggunakan Business Model Canvas (BMC).....	V-14
BAB VI Penutup.....		VI-1
VI.1	Kesimpulan	VI-1
VI.2	Saran	VI-3
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



BAB I Pendahuluan

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat dengan ditandai banyaknya bisnis-bisnis dari berbagai sektor yang mulai bermunculan seperti sektor jasa, bangunan, industri dan lain-lain. Dalam pembangunan ekonomi suatu wilayah, sektor unggulan merupakan sektor yang sangat penting yang mampu menggerakkan ekonomi secara keseluruhan karena tidak hanya mengacu pada lokasi secara geografis saja melainkan pada suatu sektor yang menyebar dalam berbagai saluran ekonomi

Salah satu yang dapat menjadikan tumpuan harapan pembangunan ekonomi adalah dengan adanya sektor unggulan perekonomian yang memiliki ketangguhan dan kemampuan yang tinggi. Sektor unggulan dapat disebut sebagai sektor kunci atau sektor pemimpin perekonomian wilayah karena merupakan tulang punggung dan penggerak perekonomian. Dengan demikian, sektor unggulan merupakan refleksi dari suatu struktur perekonomian, sehingga dapat pula dipandang sebagai salah satu aspek penciri atau karakteristik dari suatu perekonomian (Deptan, 2005).

Menurut Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, industri makanan dan minuman menjadi salah satu sektor manufaktur andalan dalam memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Capaian kinerjanya selama ini tercatat konsisten terus positif, mulai dari perannya terhadap peningkatan produktivitas, investasi, ekspor hingga penyerapan tenaga kerja.

Bisnis makanan yang dikenal dengan bisnis kuliner adalah salah satu jenis Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) yang dimana Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan salah satu andil terbesar yang dapat mendorong perekonomian di Indonesia. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia bersama-sama berkontribusi 99 persen dari jumlah total perusahaan yang aktif di Indonesia. Mereka menyumbang sekitar 60 persen dari PDB Indonesia dan menciptakan lapangan kerja untuk hampir 108 juta orang Indonesia. Ini berarti bahwa Usaha Kecil Mikro dan Menengah (UMKM) merupakan tulang punggung perekonomian Indonesia.

Bisnis makanan merupakan salah satu jenis UMKM yang paling banyak digandrungi oleh semua kalangan. Berbekal inovasi dalam bidang makanan dan modal yang tidak terlalu besar, bisnis ini terbilang cukup menjanjikan mengingat setiap hari semua orang membutuhkan makanan. Salah satu bisnis pada sektor makanan atau kuliner yaitu kedai kopi atau *coffee shop* yang menjual berbagai minuman berbahan dasar biji kopi maupun makanan atau minuman non kopi.

Berdasarkan Pusat Data dan Sistem Informasi Pertanian Kementerian Pertanian konsumsi kopi nasional pada 2016 mencapai sekitar 250 ribu ton dan tumbuh 10,54% menjadi 276 ribu ton. Konsumsi kopi Indonesia sepanjang periode 2016-2021 diprediksi tumbuh rata-rata 8,22%/tahun. Pada 2021, pasokan kopi diprediksi mencapai 795 ribu ton dengan konsumsi 370 ribu ton, sehingga terjadi surplus 425 ribu ton. Berdasarkan riset independen Toffin, jumlah kedai kopi di Indonesia hingga Agustus 2019 mencapai lebih dari 2.950 gerai, meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan pada 2016, yang hanya 1.000 gerai. Di mana market value yang dihasilkan mencapai Rp4,8 triliun market.

Pengertian kedai kopi atau *coffee shop* sendiri dalam kamus besar bahasa indonesia karya Poerwadarmita dikutip oleh (Anik, 2009) adalah “Sebuah tempat yang menjual kopi dan jenis minuman lain, serta makanan-makanan kecil dengan harga yang murah”. Salah satu *coffee shop* yang ada di kota Bandung adalah Surjoy Coffee yang merupakan salah satu *coffee shop* atau kedai kopi yang bertempat di Jl. Tata Surya No.104, Manjahlega, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40286 yang dibangun oleh beberapa owner dengan usia yang terbilang cukup muda. Banyak cafe yang menyajikan menu serupa bahkan memiliki spesifikasi bersaing yang hampir sama, memungkinkan munculnya kejenuhan pasar. Kejenuhan pasar ini akan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen. Konsumen yang merasa jenuh akan mengurangi frekuensi pembelian terhadap suatu produk. Kemudian, dalam menjalankan bisnis nya, Surjoy Coffee sering mengalami berbagai permasalahan seperti tidak tercapainya target penjualan karena banyaknya pesaing didaerah sekitar dan permasalahan lainnya yang dapat menyebabkan jumlah pendapatan yang tidak pasti yang dihasilkan dari hasil penjualannya. Terjadinya peniakan atau penurunan penjualan pada Surjoy Coffee dapat dilihat pada gambar I.1.



Gambar I. 1 Penjualan Surjoy Coffee Tahun 2021

Oleh karena itu, penulis ingin melakukan pengembangan bisnis pada Surjoy Coffee dengan melakukan penelitian, menganalisa dan mengevaluasi model bisnis pada Surjoy Coffee agar dapat mengetahui gambaran mengenai bisnis yang dijalankan pada Surjoy Coffee sehingga dapat melihat peluang bisnis dan dapat meningkatkan keunggulan secara bersaing dengan coffee shop lainnya dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC).

I.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada, maka perumusan masalah yang disusun pada penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana bisnis model dan strategi yang diterapkan pada Surjoy Coffee dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC)?
2. Bagaimana evaluasi model bisnis Surjoy Coffee dengan menggunakan analisa SWOT?
3. Bagaimana pengembangan model bisnis pada Surjoy Coffee?

I.3 Tujuan Pemecahan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah dan latar belakang masalah yang ada, maka tujuan dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bisnis model dan strategi yang diterapkan pada Surjoy Coffee dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC)

2. Untuk mengetahui evaluasi model bisnis Surjoy Coffee dengan menggunakan analisa SWOT
3. Menentukan pengembangan model bisnis yang dapat dilakukan oleh Surjoy Coffee

I.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Penulis
Menambah wawasan bagi penulis mengenai topik penelitian yang dilakukan serta dapat mengaplikasikan teori-teori yang didapatkan dari bangku kuliah.
2. Manfaat untuk Akademik
Sebagai masukan bagi perguruan tinggi untuk bahan pembelajaran salah satu mata kuliah yang terdapat materi analisis *Business Model Canvas* (BMC).
3. Manfaat untuk Objek Penelitian
Dari hasil penelitian dengan metode yang digunakan dapat memberikan rekomendasi berdasarkan analisis yang telah dilakukan dan dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan pertimbangan untuk pengambilan keputusan dalam melakukan perbaikan model bisnis yang akan dilakukan pada Surjoy Coffee.

I.5 Pembatasan Masalah

Untuk menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah dan penelitian dapat lebih terarah, maka penelitian Tugas Akhir ini dibatasi oleh beberapa batasan masalah diantaranya adalah:

1. Penelitian hanya dilakukan di kedai kopi Surjoy Coffe yang bertempat di Jl. Tata Surya No.104, Manjahlega, Kec. Rancasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40286
2. Waktu pelaksanaan penelitian dilakukan dalam kurun waktu 6 bulan terhitung mulai dari bulan Februari 2022.
3. Analisis bisnis model dilakukan dengan menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC) pada bisnis utama yang ada pada Surjoy Coffee yang kemudian hasil analisis BMC tersebut akan dianalisis menggunakan SWOT.

I.6 Sistematika Penulisan

Bab I Pendahuluan

Pada bab ini berisikan latar belakang masalah mengapa penelitian ini dilakukan, perumusan masalah, tujuan serta manfaat dari hasil penelitian, pembatasan masalah yang digunakan agar menghindari adanya penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah dari penelitian, asumsi dan sistematika penulisan laporan Tugas Akhir.

Bab II Landasan Teori

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang relevan dan berkaitan dengan aspek yang akan diteliti sebagai landasan penelitian Tugas Akhir. Teori-teori tersebut diantaranya adalah : pengertian kedai kopi atau *coffee shop*, Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), Model Bisnis, *Business Model Canvas*, SWOT.

Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini disampaikan metodologi berupa langkah-langkah dalam melakukan penyelesaian masalah yang disertai dengan penjelasan rinci dari setiap langkah dan metode yang digunakan. Pada bab ini dilengkapi juga dengan diagram alir atau *flowchart* berupa langkah penyelesaian masalah.

Bab IV Pengumpulan dan Pengolahan Data

Pada bab ini menyampaikan semua hasil pengumpulan data pengamatan yang dilakukan untuk menunjang penelitian Tugas Akhir yang kemudian diolah dan dilakukan analisis agar tujuan penelitian dapat tercapai.

Bab V Analisis dan Pembahasan

Pada bab ini diuraikan analisa dan pembahasan berdasarkan permasalahan yang ada dengan berpacu pada data-data yang didapatkan selama penelitian.

Bab VI Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan yang dapat diambil dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab V serta pemberian rekomendasi dari permasalahan yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Afuah, A. (2004). *A Strategic Management Approach*. Boston: McGraw Hill.
- Amalia, S. N. (2020). *Rintisan Vol 03*. intero.com.
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Ferrel, O., & D, H. (2005). *Marketing Strategy*. South Western: Thomson Corporation.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling, Edisi II*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1 dan 3*. Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Ed.13*. Jakarta: Erlangga.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2012). *Business Model Generation*. Canada: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Pigneur, A. O. (2010). *Business Model Generation*. United States of America: John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- PPM, T. (2012). *Business Model Canvas: Penerapan di Indonesia*. Jakarta: Penerbit PPM.
- Rahmat. (2022). ANALISIS STRATEGI SEGMENTASI PASAR DALAM PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN MOBIL HONDA BRIO PADA PT. SANGGAR LAUT SELATAN. *Skripsi*, 18.
- Siagian, S. P. (2004). *Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Sukorejo, K. (n.d.). *Kelurahan Sukorejo*. Retrieved from Sukorejo Semarang Kota: <https://sukorejo.semarangkota.go.id/umkm>
- Tinambunan, S. R. (2016). *Analisa Strategi Pengembangan Model Bisnis PT*. Gramedia Asri Media. *Tesis*, 20.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Service, Quality Satisfaction*. Jogjakarta: Andi Offset.