

## **BAB 1. PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Komoditas perkebunan kopi berperan penting dalam perekonomian Indonesia, sebagai sumber devisa, lapangan kerja, pendapatan bagi petani kopi, dan pelaku ekonomi lainnya yang terlibat dalam rantai budidaya, pengolahan, dan pemasaran. Indonesia mampu memproduksi 774.960 ton dari produksi kopi dunia pada tahun 2022, dari jumlah tersebut produksi kopi robusta lebih dari 601.000 ton dan produksi kopi arabika lebih dari 173.96 ton (Statistik, 2022). Luas perkebunan kopi di Indonesia 1,25 juta hektar (ha), luas perkebunan kopi robusta 1 juta hektar dan luas perkebunan kopi arabika 0,30 juta ha. Pernyataan tersebut menunjukkan Indonesia menjadi negara pengekspor kopi terbesar keempat setelah Brazil, Vietnam, dan Kolombia (Pertanian, 2022)

Jember merupakan Kabupaten yang terletak di Jawa Timur dikenal dengan kota penghasil robusta di Indonesia. Kabupaten Jember menempati posisi ke 3 setelah Malang dan Banyuwangi. Tahun 2020 Kabupaten Jember memiliki luas area tanaman kopi 4.658 ha dengan produksi 2.369 ton dan produktivitas mencapai 11.859 kg/ hektar. Hasil produksi sektor perkebunan kopi di Jember tahun 2020 sebanyak 11.660 ton, kemudian di tahun 2021 sebanyak 11.758 ton (Jember, 2022). Jember merupakan salah satu kota tujuan pelajar untuk belajar di beberapa kampus yang ada di Jember. Hal ini, menunjukkan Peluang untuk membuka usaha, salah satunya yaitu bisnis kedai kopi di wilayah Jember. Industri kedai kopi yang semakin banyak akan membuat Jember menjadi Poros penghasil kopi robusta di Indonesia.

Bisnis kedai kopi merupakan kelompok usaha kecil dan menengah yang pada saat ini berkembang pesat dan menarik perhatian pemerintah dan pemilik bisnis di Indonesia. Kementerian Perindustrian RI dalam kemenperin.go.id mengatakan bahwa beberapa pertimbangan telah menjadi pertimbangan untuk menetapkan regulasi dan melakukan program pembinaan agar industri kecil dan menengah menjadi efisien dan efektif di masa depan, salah satunya adalah kedai

kopi (Perekonomian, 2021). Salah satu pelaku usaha kopi adalah Omah Kopi, sebuah kedai kopi yang berlokasi di Jl. Rasamala No.62, Baratan, Kec. Patrang, Kabupaten Jember, Jawa Timur. Omah Kopi menjual berbagai jenis minuman kopi mulai dari manual brew hingga kopi kekinian, serta menyediakan beragam makanan pendamping seperti camilan lokal dan makanan ringan yang menjadi pelengkap saat bersantai atau berkumpul. Konsep yang ditawarkan menggabungkan nilai cita rasa kopi lokal dengan suasana nongkrong yang nyaman dan kasual.

Omah Kopi didirikan pada tanggal 30 Mei 2019 oleh pemilik yang bernama Edhistry Ageng Rizky. Arti Penamaan Omah Kopi yaitu Omah yang berarti rumah, Omah kopi berarti Rumah Kopi atau tempat menikmati kopi. Bangunan Omah Kopi didesain sangat klasik dengan berbagai macam furniture kayu yang sangat menarik dan dilengkapi dengan pajangan seperti vigura, berbagai macam vas tumbuhan, serta pajangan motor tua klasik membuat suasana menjadi tenang dan tentram. Karyawan di Omah Kopi saat ini berjumlah 5 orang yang terdiri dari 2 bagian menyajikan kopi, 2 orang bagian di dapur, dan 1 orang pelayan. Omah kopi setiap hari buka mulai pukul 17.00 sd 23.00 dengan menu yang lengkap setiap harinya dengan kisaran harga Rp 10.000 sd Rp 25.000. Dari segi tempat, harga, dan menu Omah Kopi sangat layak dijadikan tempat berkumpul bagi anak muda dan para pelajar yang suka menghabiskan waktu di luar rumah.

Omah Kopi menghadapi sejumlah tantangan dalam operasional dan perkembangannya. Hal tersebut, dapat memengaruhi keberlanjutan bisnisnya dalam persaingan dunia usaha. Pemilik mengatakan bahwa salah satu tantangan utama adalah belum adanya kemitraan strategis, baik dengan komunitas kreatif, maupun platform digital pemasaran. Omah Kopi saat ini hanya bermitra dengan petani kopi lokal untuk kebutuhan bahan baku. Pemilik juga mengatakan pengunjung Omah Kopi rata-rata adalah pelanggan lama. Setelah diamati pengunjung Omah Kopi ramai hanya saat *weekend* saja. Berdasarkan data pengunjung omah kopi rata-rata 30-50 orang saja, bahkan kalau ramai tidak mencapai angka 100 pengunjung berbeda dengan kedai kopi area kampus jember.

Selain itu, lokasi kedai yang relatif jauh dari pusat aktivitas masyarakat menjadi kendala dalam menjangkau pelanggan potensial. Hal ini diperparah oleh persaingan yang semakin ketat, karena banyaknya kedai kopi baru yang bermunculan di Jember dengan konsep modern dan strategi promosi agresif.

Berdasarkan Permasalahan diatas Peneliti tertarik untuk menggunakan metode *Business Model canvas* dalam menyelesaikan masalah tersebut. Penelitian ini menjadi penting karena dapat memberikan kontribusi nyata terhadap penguatan usaha di sektor agroindustri berbasis kopi, khususnya pada aspek hilir. Dengan menggunakan metode BMC (*Business Model Canvas*), strategi pengembangan yang dihasilkan diharapkan bersifat aplikatif dan relevan dengan kondisi lapangan. Selanjutnya untuk mencapai hasil strategi yang diharapkan, sebelumnya harus di ketahui kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari perusahaan. Dengan begitu akan membantu analisis penentuan alternatif strategi dalam setiap komponen BMC sehingga nanti akan mampu menghasilkan strategi yang sesuai dan tepat untuk perusahaan dalam pengembangan usaha. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan tidak hanya bagi pemilik Omah Kopi, tetapi juga bagi pelaku usaha kedai kopi lainnya di Jember dalam memilih strategi yang tepat untuk perkembangan usahanya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, didapatkan beberapa rumusan masalah yang menjadi fokus penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Bagaimana Identifikasi kesembilan komponen *Bussiness Model Canvas* (BMC) pada Usaha Omah Kopi?
- b. Bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) Usaha Omah Kopi dari setiap komponen *Bussiness Model Canvas* (BMC)?
- c. Bagaimana alternatif strategi di Usaha Omah Kopi berdasarkan *Bussiness Model Canvas* (BMC)?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan hasil rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Mengidentifikasi komponen *Business Model Canvas* (BMC) pada Usaha Omah Kopi.
- b. Menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman (SWOT) Usaha Omah Kopi dari setiap komponen *Business Model Canvas* (BMC).
- c. Merumuskan dan menentukan alternatif strategi baru yang tepat pada Usaha Omah Kopi berdasarkan *Business Model Canvas* (BMC).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, maka manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah mendapatkan strategi pengembangan yang berguna :

1. Bagi Peneliti

Untuk mengetahui penerapan *Business Model Canvas* (BMC) pada perkembangan Usaha Omah Kopi

2. Bagi Perusahaan

Untuk memberi referensi dan acuan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan khususnya dalam menganalisis penerapan 9 komponen *Business Model Canvas* (BMC) untuk meningkatkan mutu pelayanan, kualitas produk yang diinginkan konsumen dan pengunjung yang semakin banyak.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Dapat dijadikan sebagai referensi dalam menentukan kebijakan yang akan diambil untuk melakukan suatu pengembangan usaha yang berguna untuk meningkatkan volume penjualan yang ditargetkan kepada konsumen.