

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Kafe (*Café*) adalah tempat untuk bersantai dan berbincang-bincang di mana pengunjung dapat memesan minuman dan makanan ringan. Kafe termasuk tipe restoran namun lebih mengutamakan suasana santai, hiburan, dan kenyamanan pengunjung sehingga menyediakan tempat duduk yang nyaman dan dengan iringan musik lembut. Saat ini Kafe selain menjadi tempat *Nongkrong* tapi bisa juga menjadi tempat bekerja bagi pengunjung yang memiliki pekerjaan *Work From Home*. Oleh sebab itu banyak Kafe yang menyediakan tempat yang menyediakan layanan *WIFI* dan tempat yang nyaman.

Perkembangan kafe di era modern semakin berinovasi. Terutama Kafe di daerah Cikarang Selatan. Cikarang Selatan termasuk daerah yang dipenuhi para bisnis kuliner dan pusat perbelanjaan. Banyaknya industri dan para pekerja yang membuat lokasi bisnis tersebut termasuk kedalam lokasi yang strategis. Berikut beberapa daftar Kafe di Cikarang Selatan berdasarkan *Rating*.

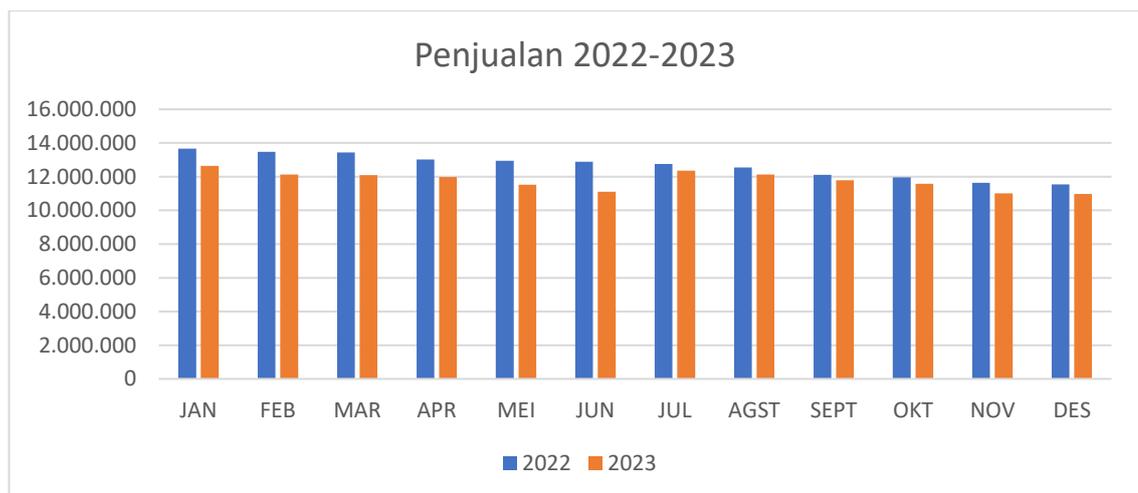
Tabel 1. 1 Data Kafe di Cikarang Selatan

NO	NAMA KAFE	RATING
1.	Alma Café	5,0
2.	Cetroo <i>Coffee</i> Cikarang	4,9
3.	378 <i>Café</i>	4,9
4.	Guro <i>Smoothie. Coffee & Rice Bowl</i>	4,9
5.	Tomoro <i>Coffe</i> Lippo Cikarang	4,9
6.	Zifa <i>Coffee</i>	4,8
7.	Daycoff <i>Café</i>	4,7
8.	Atap <i>Cafe</i> 24	4,7
9.	Underground <i>Café</i>	4,7
10.	<i>Foresthree Coffee</i> Cikarang	4,7

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan data kafe di atas, *Zifa Coffee* menduduki peringkat ke-6 dengan Rating 4,8. *Zifa Coffee* adalah UMKM yang bergerak di bidang Kafe atau *Food and Beverage* yang terletak di Cikarang Selatan. Kafe *Zifa Coffee* menjual minuman kopi dan makanan ringan seperti kafe pada umumnya. Kafe *Zifa* menawarkan tempat yang cukup nyaman untuk penikmat kopi dan pelanggan yang bekerja *WFH*. *Zifa Coffee* menyediakan ruangan *indoor* yang memperbolehkan pengunjungnya untuk merokok yang biasanya di kafe lain disediakan diluar ruangan yang biasanya lebih panas di banding di *outdoor*. *Zifa Coffee* juga menyediakan ruangan rapat yang bisa disewakan untuk rapat pekerjaan ataupun acara lainnya.

Dalam perkembangan kafe pasti banyak persaingan yang harus dihadapi oleh para pelaku bisnis. Setiap bisnis akan ada ciri khas tersendiri dan selalu melakukan inovasi. Dalam melakukan inovasi tersebut. *Zifa Coffee* harus memperhatikan data penjualan agar bisa memutuskan strategi apa yang baik untuk dilakukan dalam menghadapi persaingan. Berikut data penjualan *Zifa Coffee* periode tahun 2022-2023.



Gambar 1. 1 Grafik Data Penjualan Tahun 2022-2023

Sumber: Data diolah peneliti (2024)

Berdasarkan data penjualan *Zifa Coffee* diatas, dapat dilihat bahwa omset penjualan selalu mengalami penurunan setiap bulannya, dengan omset tertinggi berjumlah 13.659.000 pada bulan Januari 2022 dan omset terendah berjumlah 11.535.000 pada Desember 2022. Sedangkan pada tahun 2023 omset tertinggi berjumlah 12.420.000 pada bulan Januari 2023 dan omset terendah berjumlah 11.020.000 pada November 2023.

Penurunan yang terjadi menyebabkan *Zifa Coffee* harus menyusun strategi yang tepat untuk memperbaiki penjualannya di masa depan. Ada dua alat strategi yang akan diterapkan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan analisis SWOT dan *Business Model Canvas*. Analisis SWOT digunakan untuk mengetahui faktor internal dan eksternal untuk menghadapi kelemahan dan ancaman serta memaksimalkan kekuatan dan peluang. *Business Model Canvas* memperlihatkan cara *Zifa Coffee* menjalankan usahanya. Sembilan elemen tersebut yaitu segmen pelanggan (*customer segments*), proposisi nilai (*value propositions*), saluran (*channels*), hubungan pelanggan (*customer relationships*), arus pendapatan (*revenue streams*), sumber daya utama (*key resources*), aktifitas kunci (*key activities*), kemitraan utama (*key partnerships*), dan struktur biaya (*cost structures*). Selain *Business Model Canvas*

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **Analisis *Business Model Canvas* dan SWOT Untuk Menentukan Strategi Bersaing Pada *Zifa Coffee***

1.2. Identifikasi Masalah

Beberapa masalah yang muncul, dapat diidentifikasi oleh penulis adalah sebagai berikut:

1. Belum menentukan segmen yang tepat.
2. Konsep yang belum sesuai dengan segmen.
3. Kurangnya inovasi terhadap menu yang di tawarkan.
4. Strategi pemasaran yang kurang tepat.
5. Data penjualan yang terus menurun.

1.3. Pembatasan Masalah

Dari identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, masalah yang dihadapi cukup banyak. Agar pemecahan masalah yang terjadi dapat diselesaikan dengan lebih terarah, maka dalam penelitian ini peneliti hanya membahas tentang “Penerapan *Business Model Canvas* dan SWOT untuk Menentukan Strategi Bersaing pada *Zifa Coffee*”.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi bersaing yang dapat di terapkan pada *Zifa Coffee*?

1.5. Tujuan Penelitian

Melihat latar belakang diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi bersaing yang dapat di terapkan pada *Zifa Coffee*?

1.6. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Penelitian ini dapat memberikan informasi, dan saran serta masukan bagi pelaku bisnis atau pemilik bisnis *Zifa Coffee* sendiri.
2. Membantu mengembangkan ilmu pengetahuan khususnya pada bidang manajemen strategi dengan melengkapi kajian-kajian teori yang telah ada, khususnya yang berhubungan dengan *Business Model Canvas*.
3. Menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya di bidang manajemen bisnis, dan manajemen strategi.

1.7. Sistematika Penulisan

Guna memahami lebih lanjut laporan ini, maka materi-materi yang tertera pada laporan skripsi ini dikelompokkan menjadi beberapa subbab dengan sistematika penyampaian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, identifikasi masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan itu sendiri.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan teori yang berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan skripsi serta beberapa literatur yang berhubungan dengan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan tentang tempat dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional variabel dan teknik analisis data penelitian.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang gambaran obyek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan yang secara lebih lengkap mengupas berbagai fenomena yang ada dalam penelitian.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan simpulan yang merupakan hasil akhir atas penelitian ini dan juga saran yang berisi masukan untuk pihak obyek penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Berisi tentang berbagai buku, jurnal, rujukan yang secara sah digunakan dalam menyusun penelitian ini.