

**ANALISA KINERJA BISNIS *COFFEE SHOP* SINOPSIS CREATIVE UNTUK
PELAKU KREATIF MENGGUNAKAN *BUSINESS MODEL CANVAS***

**COFFEE SHOP BUSINESS PERFORMANCE ANALYSIS SINOPSIS
CREATIVE FOR CREATIVE ACTORS USING BUSINESS MODEL CANVAS**

**Arsenna Attaya Yulian
Dr. Dedi Sulisty, S.T., M.T., CRP., CIHCM.**

Fakultas Pascasarjana Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

ABSTRAK

Pendirian Sinopsis Creative Space sebuah perusahaan yang bergerak di bidang *coffee shop* ini merupakan sebuah rencana bisnis untuk membangun Coffee Shop di Kota Bandung untuk para pelaku kreatif. Dalam merencanakan sebuah bisnis diperlukan suatu analisis yang baik, baik analisis internal maupun analisis eksternal dari lingkungan usaha. Untuk merencanakan sebuah bisnis diperlukan perencanaan agar dapat bersaing dan bertahan, mulai dari perencanaan strategi, pembiayaan, pemasaran, sumber daya manusia dan operasional. Di bawah ini dapat dilihat hal yang menjadi latar belakang rencana bisnis *pendirian coffee shop*.

Tujuan penelitian, melakukan analisis terhadap bisnis Sinopsis Creative Space sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan menjadi lebih maju dan menciptakan inovasi. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, analisis dalam penelitian ini menggunakan beberapa *tools*. Mulai dari tahap *Business model canvas* hingga *SWOT Analysis*. Hasil dari analisis – analisis bisnis yang dilakukan menunjukkan hasil yang positif bagi bisnis Sinopsis Creative Space. Kesimpulan, Sinopsis Creative Space merupakan bisnis yang cukup prospektif di industri saat ini dan memiliki proyeksi dan prospek yang baik dalam beberapa waktu kedepannya, terlihat dari kinerja bisnis saat ini.

Kata kunci : Kopi, Bisnis, Kreatif

INTRODUCTION

Selama satu dekade terakhir, dalam era globalisasi saat ini industri kreatif sangat berkembang sehingga semakin hangat dibicarakan dan diminati para pebisnis di era global saat ini. Perkembangan industri kreatif salah satunya pada bidang bisnis kuliner, industri kuliner merupakan salah satu subsektor industri kreatif di Indonesia yang mengalami perkembangan yang cukup pesat dan semakin diminati oleh masyarakat dengan menghasilkan sesuatu yang kreatif dan inovatif. Data dari badan perencanaan pembangunan nasional, badan statistik pusat menyatakan bahwa di Indonesia pada tahun 2016, tiga pendapatan tertinggi dalam subsektor industri kreatif berasal dari kuliner, fesyen, dan kriya. Untuk di subsektor kuliner sendiri berkontribusi sebesar 41,4% dari total kontribusi perekonomian kreatif 922 triliun rupiah. Dengan begitu menunjukkan besarnya subsektor kuliner dalam industri kreatif. Di area Jawa Barat sendiri, terdapat 1.504.103 pelaku usaha ekonomi kreatif dan 71,72% dari total tersebut berada di subsektor kuliner, dan menjadikannya yang tertinggi dari subsektor lainnya (BEKRAF, 2019).

Pertumbuhan pesat pada sektor restoran di Kota Bandung inilah yang kemudian memberikan kesempatan berkembang bagi berbagai macam tempat kumpul lainnya, diantaranya yaitu *coffee shop* (Royan, 2004:7). *Coffee shop* (dalam arti kedai kopi) merupakan tempat yang menyajikan kopi sebagai menu utama mereka (Cousins, Foskett & Gillespie, 2002). Kepopuleran kopi semakin meningkat bahkan menjadi bagian hidup bagi masyarakat Indonesia khususnya di

Kota Bandung. Hal inilah yang menjadi penyebab munculnya berbagai *coffee shop* di Kota Bandung, mulai dari *coffee shop* sederhana hingga *coffee shop* bergengsi. Peluang terbuka membuat kedai kopi perlu melakukan pengembangan bisnis terkait penjualan makanan dan minuman, terutama minuman kopi atrifisial dengan cara yang lebih fokus dan terencana. Pembentukan *Creative Space* diputuskan untuk dilakukan dalam rangka meningkatkan penjualan dan meningkatkan pangsa pasar khususnya dengan meraup pangsa pasar minuman kopi terbaik. *Creative Space* belum melakukan studi kelayakan dan belum memiliki *Business Model Canvas* (BMC) sebagai panduan untuk membangun Ruang Kreatif.

Tujuan Studi Kelayakan Bisnis

Analisis bisnis dilakukan agar adanya evaluasi kepada perusahaan. Sehingga perusahaan dapat mengidentifikasi apa saja yang menjadi kekuatan dan kelemahan dari perusahaan. Menurut Fleisher and Bensoussan (2007: 105-106) menyatakan bahwa salah satu alat yang dapat digunakan untuk menentukan strategi dari analisa-analisa yang ada salah satunya dengan menggunakan analisis SWOT, dimana di metode ini dapat menentukan kelemahan, kekuatan, peluang dan ancaman yang di dapat dari pesaing. Dengan demikian, setelah mengetahui hasil dari analisis SWOT dapat mengetahui strategi apa yang akan digunakan oleh perusahaan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari fakta-fakta yang dibutuhkan untuk membuat perencanaan bisnis yang dapat diterapkan pada aspek-aspek yang meliputi aspek pemasaran, aspek sumber

daya manusia, aspek operasional, aspek keuangan.

Kerangka Pemikiran

Jenis bisnis atau bisnis harus mampu bersaing dan menghasilkan keuntungan yang optimal agar perusahaan dapat bertahan dan berkembang dengan baik. Strategi bisnis sangat penting sebagai rencana untuk memposisikan dalam penentuan strategi untuk memilih bisnis

dan kemampuan untuk bersaing dengan bisnis dan bisnis lain. Terkait dengan bisnis kedai kopi, tentunya keunikan atau inovasi dalam bisnis kedai kopi dapat meningkatkan atau meningkatkan kualitas layanan yang ada. sehingga dapat disiapkan target bisnis yang dapat diukur dan terealisasi, yang nantinya akan menghasilkan strategi untuk menghadapi persaingan produk.

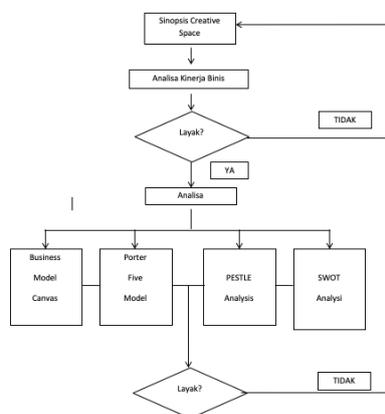


Figure Flowchart Thought Framework

Hypothesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap masalah yang menjadi objek dalam penelitian (Samidi, 2015:5). Hipotesis merupakan dugaan yang disadari fakta-fakta empiris dari pengumpulan data yang telah dilakukan. Hipotesis dalam penelitian ini adalah: Terkait dengan kinerja bisnis Sinopsis Creative Space.

RESEARCH METHODS

Metode yang digunakan dalam pengambilan atau pengumpulan data adalah dengan metode studi pustaka dan metode studi lapangan seperti dengan secara kualitatif dan kuantitatif. Metode kualitatif merupakan metode yang

bersifat deskriptif atau mendefinisikan sebuah data. Metode analisis deskriptif kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan deskripsi lingkungan bisnis, dan dilakukan dengan memeriksa kondisi, proses, karakteristik, hasil variabel yang sebelumnya tidak diketahui.

Situs penelitian

Lokasi penelitian ini adalah Sinopsis Creative Space. Dalam studi ini, menganalisis kinerja bisnis untuk kedai kopi Sinopsis Creative Space, ada beberapa aspek yang digunakan untuk menganalisis kinerja bisnis dalam hal menjalankan kedai kopi. Ini termasuk aspek pemasaran, sumber daya manusia, operasional dan keuangan.

RESEARCH RESULTS AND DISCUSSION

Capital Budget

A.	PENERIMAAN	2021	2022	2023	2024	2025
	Penerimaan Penjualan	261.044.850	274.097.093	274.097.093	274.097.093	274.097.093
	Penerimaan Pinjaman	150.000.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000
	Sub Total Penerimaan	411.044.850	281.597.093	281.597.093	281.597.093	281.597.093
	PENGELUARAN					
B.	Pembelian Asset	42.000.000	0	0	0	0
	Pembelian Bahan Baku	78.313.455	82.229.128	82.229.128	82.229.128	82.229.128
	Pembelian Bahan Pembantu	0	0	0	0	0
	Upah Buruh Produksi	55.000.000	55.000.000	55.000.000	55.000.000	55.000.000
	Transportasi (Pengiriman Produk)	0	0	0	0	0
	Biaya Produksi Lain-Lain	0	0	0	0	0
	Gaji Pimpinan	0	0	0	0	0
	Gaji Staf Administrasi dan Umum	26.104.485	27.409.709	27.409.709	27.409.709	27.409.709
	Biaya Pemeliharaan	0	0	0	0	0
	Biaya Pemasaran	20.883.588	21.927.767	21.927.767	21.927.767	21.927.767
	Alat Tulis Kantor	0	0	0	0	0
	Listrik, Air, Kantor	31.325.382	32.891.651	32.891.651	32.891.651	32.891.651
	Biaya Administrasi Lain-Lain	0	0	0	0	0
	Angsuran Pokok	0	0	0	0	0
	Biaya Bunga	0	0	0	0	0
	Biaya Pajak	0	0	0	0	0
	Sub Total Pengeluaran	253.626.910	219.458.256	219.458.256	219.458.256	219.458.256
C.	SELISIH KAS	157.417.940	62.138.837	62.138.837	62.138.837	62.138.837
D.	SALDO KAS AWAL	150.000.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000	7.500.000
E.	SALDO KAS AKHIR	157.417.940	62.138.837	62.138.837	62.138.837	62.138.837

a. Payback Period

Project	0	1	2	3	4	5
						
CF _t	-150	-157,4	115,6	115,6	115,6	115,6
Cumulative	-150	-307,4	-191,8	-76	39	155
Payback	= 3 + 39 / 115,6 = 3 years					

Identifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi Sinopsis Creative Space dilakukan baik secara internal maupun eksternal. Analisis lingkungan internal

dan eksternal melalui identifikasi SWOT (Kekuatan, Kelemahan, Peluang, Ancaman) dijelaskan dalam tabel berikut:

Strength Youth Sinopsis Creative Space

Strength
<ul style="list-style-type: none"> - Variasi produk yang selalu mengikuti tren/perkembangan industry kopi di indonesia - Setiap barista wajib menanyakan nama pelanggan agar lebih dekat dari sisi emosional - Promosi menggunakan Instagram & Facebook ads , dan sering melakukan promosi kepada buzzer nano dan micro - Biaya produksi yang terbilang cukup murah karena biji kopi nya di olah oleh sendiri - Sudah menggunakan POS system dan purchasing pun sudah melalui aplikasi

Weakness Sinopsis Creative Space

Weakness
<ul style="list-style-type: none"> - Harga jual yang terbilang cukup tinggi - Kemampuan Operator dalam mengoperasikan teknologi - Pengiriman masih suka telat 1-3 Menit dari waktu yang sesuai dengan S.O.P - Outcome Statement yang masih tidak ter kontrol

Opportunity Sinopsis Creative Space

Opportunity
<ul style="list-style-type: none"> - Banyak nya usaha kopi di sekitar menjadikan sebuah peluang untuk melakukan produk substitusi (contoh : teh) - Kemudahan Mendapatkan pinjaman dari bank karena sudah mempunyai usaha yang bisa di survey oleh pihak bank - Permintaan pasar yang semakin meningkat setiap tahun. - Perijinan yang dipermudah oleh Pemerintah kota Cimahi

Threat Sinopsis Creative Space

Threat
<ul style="list-style-type: none"> - Munculnya kopi dari luar negeri yang menjadi kendala bagi semua industri - Tingkat Suku Bunga Kredit yang terbilang cukup tinggi karena memakai investor - Pajak yang belum terdata dengan baik - Perilaku pasar yang cenderung berubah-ubah

**Aspek Lingkungan Industri Internal
Internal Factor Analysis Summary (IFAS)**

Lingkungan Internal	Weight	Rating	Weighted Score
STRENGTH			
Variasi produk yang selalu mengikuti tren/perkembangan industry kopi di indonesia	0,15	4	0,6
Setiap barista wajib menanyakan nama pelanggan agar lebih dekat dari sisi emosional	0,15	4	0,6
Biaya produksi yang terbilang cukup murah karena biji kopi nya di olah oleh sendiri	0,1	2	0,2

Promosi menggunakan Instagram & Facebook ads, dan sering melakukan promosi kepada buzzer nano dan micro\	0,005	3	0,15
Sudah menggunakan POS system dan purchasing pun sudah melalui aplikasi	0,05	3	0,15
WEAKNESS			
Harga jual yang terbilang cukup tinggi	0,10	1	0,15
Kemampuan Operator dalam mengoperasikan teknologi	0,15	2	0,30
Pengiriman masih suka telat 1-3 Menit dari waktu yang sesuai dengan S.O.P	0,05	1	0,05
Outcome Statement yang masih tidak ter kontrol	0,10	2	0,20
TOTAL SCORES	1	-	3,1

Aspek Lingkungan Industri Eksternal

External Factor Analysis Summary (EFAS)

Lingkungan Eksternal	Weight	Rating	Weighted Score
OPPORTUNITY			
Banyak nya usaha kopi di sekitar menjadikan sebuah peluang untuk melakukan produk substitusi (contoh : teh)	0,05	2	0,1
Kemudahan Mendapatkan pinjaman dari bank karena sudah mempunyai usaha yang bisa di survey oleh pihak bank	0,05	2	0,1
Permintaan pasar yang semakin meningkat setiap tahun.	0,1	3	0,3
Perijinan yang dipermudah oleh Pemerintah kota Cimahi	0,005	1	0,05
THREAT			
Munculnya kopi dari luar negeri yang menjadi kendala bagi semua industri	0,15	4	0,6
Tingkat Suku Bunga Kredit yang terbilang cukup tinggi karena memakai investor	0,10	4	0,6

Pajak yang belum terdata dengan baik	0,10	4	0,6
Perilaku pasar yang cenderung berubah-ubah	0,10	3	0,3
TOTAL SCORES	1	-	3,15

CONCLUSION

Setelah analisis perencanaan keuangan, operasi, pemasaran dan sumber daya manusia serta memaparkan keadaan dan rencana kedepannya dari Sinopsis Creative Space. Dan analisis kinerja bisnis tersebut dengan menggunakan *Business Model Canvas* sebagai strategi pada bisnis ini yang menjadi kekuatan dan kelemahan pada Sinopsis Creative Space. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa mereka didasarkan pada aspek analisis kinerja bisnis pada Sinopsis Creative Space mulai dari keuangan, pemasaran, operasi dan sumber daya manusia. Dan menyatakan bahwa Sinopsis Creative Space telah memenuhi kinerja yang telah dilakukan tersebut, sehingga menjadi bisnis yang berkelanjutan.

Dibuktikan dengan kinerja finansial Sinopsis Creative Space menunjukkan angka yang baik dan kondisi kinerja finansialnya sehat. Dengan perhitungan *payback period* selama 3 tahun, *profitability index* sebesar 8,39, *net present value* senilai 1409. Dan juga, melihat dari proyeksi dan rencana selanjutnya pada kinerja keuangan, pemasaran dan operasional, memperlihatkan cara bisnis Sinopsis Creative Space menjadi bisnis yang berkelanjutan.

REFERENCES

- Afuah, A. (2004). *Business Models : A Strategic Management Approach*. McGraw-Hill.
- Andriani, D. (2020). *Bagaimana Tren Bisnis Makanan Beku dan Online di Pandemi Corona?* <https://entrepreneur.bisnis.com/read/20200624/263/1257295/bagaimana-tren-bisnis-makanan-beku-dan-online-di-pandemi-corona>
- APJII. (2017). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii*, 51.
- Barringer, R. B., & Ireland, D. R. (2016a). *Entrepreneurship* (S. Wall (ed.); 5th ed.). Pearson Education Limited.
- Barringer, R. B., & Ireland, D. R. (2016b). *Entrepreneurship Successfully Launching New Venture*. Pearson Education Limited.
- BEKRAF. (2017). *EKSPOR EKONOMI KREATIF 2010-2016*.
- BEKRAF. (2019). *INFOGRAFIS SEBARAN PELAKU EKONOMI KREATIF*. <https://doi.org/10.16309/j.cnki.issn.1007-1776.2003.03.004>
- Bernadetta, A., Dinda, S., Seniorita, Z., & Runiasari Kartika. (2019). *Aha, Yang Beku Ternyata Lebih Laku*. <https://www.validnews.id/Aha--Yang-Beku-Ternyata-Lebih-Laku-sJq>
- Binus. (2019). *Indonesia Negara Pemroduksi Sampah Terbanyak Nomor 2 di Dunia. Mengapa?*

- <https://binus.ac.id/knowledge/2019/11/indonesia-negara-pemroduksi-sampah-terbanyak-nomor-2-di-dunia-mengapa/>
- BPS. (2019). *Berapa Jumlah Penduduk di Provinsi Jawa Barat pada 2019?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/07/18/berapa-jumlah-penduduk-di-provinsi-jawa-barat-pada-2019>
- BPS Indonesia. (2018). *Keadaan Ketenagakerjaan Indonesia Agustus 2018*.
- BPS Jawa Barat. (2020). *Laju Pertumbuhan Penduduk di Provinsi Jawa Barat Menurut Kabupaten/Kota, 2014-2020*. <https://jabar.bps.go.id/dynamictable/2020/01/30/197/laju-pertumbuhan-penduduk-di-provinsi-jawa-barat-menurut-kabupaten-kota-2014-2020.html>
- Deden A. Wahab Sya'roni & Janivita J.Sudirman. (2015) *Kreativitas dan inovasi penentu kompetensi pelaku usaha kecil*, *Jurnal Manajemen Tekonologi* 11 (01), 1-17
- Dedi Sulistiyo Soegoto, (2018). *Theoretical Study on Employee Engagement in Building Performance Organization, Vol.225*.
- Dunne, D. (2019). *The Carbon Brief Profile: Indonesia*. <https://www.carbonbrief.org/the-carbon-brief-profile-indonesia>
- fleischwirtschaft. (2018). *Millennials take a fresh look at frozen*. <https://english.fleischwirtschaft.de/economy/news/RBC-Millennials-take-a-fresh-look-at-frozen-36730>
- Hidayat, A. (2020). *Pasar makanan olahan beku punya prospek positif selama pandemi corona*. <https://industri.kontan.co.id/news/pasar-makanan-olahan-beku-punya-prospek-positif-selama-pandemi-corona>
- Indonesia Investment. (2018). *Internet Infrastructure Indonesia: What About Progress on the Palapa Ring?*
- KBBI. (2018). *Kreatif*.
- Kemmis, S., & McTaggart, R. (1988). *The Action Research Planner* (S. Kemmis & R. McTaggart (eds.); third). Waurin Ponds, Vic. : Daekin University.
- Makinen, S., & Seppanen, M. (2007). *Towards a Classification of Resources for the Business Model Concept. International Journal of Management Concepts and Philosophy*, 2(4), 389–404.
- McCutcheon, G., & Jung, B. (1990). *Alternative Perspectives on Action Research. Theory into Practice*. XXIX, 144–151.
- Nielsen Company Indonesia. (2020). *konsumen digital menunjukkan pertumbuhan tren positif – Nielsen*. Nielsen Company Indonesia. <https://www.nielsen.com/id/id/press-releases/2020/konsumen-digital-menunjukkan-pertumbuhan-tren-positif/>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. John Wiley and Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance: with a new introduction*. The Free Press.

- PPM Manajemen. (2012). *Business Model Canvas Penerapan di Indonesia*. PPM.
- Praditya, I. I. (2018). *Pengusaha: Potensi Bisnis Makanan Beku Sangat Cerah - Bisnis Liputan6.com*. Liputan 6. <https://www.liputan6.com/bisnis/read/351029/pengusaha-potensi-bisnis-makanan-beku-sangat-cerah>
- Rahardjo, C. R. (2016). Faktor Yang Menjadi Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Frozen Food. *Jurnal Manajemendan Start-Up Bisnis*, 1(1), 32–43.
- Suryana. (2003). *Kewirausahaan: Pedoman praktis, kiat dan proses menuju sukses (Edisi Revisi)*. Salemba Empat.
- Tempo.co. (2020, September 16). *Bisnis Makanan Beku Makin Tokcer saat Pandemi, 5 Faktor Unggulnya... - Gaya Tempo.co*. <https://gaya.tempo.co/read/1386826/bisnis-makanan-beku-makin-tokcer-saat-pandemi-5-faktor-unggulnya/full&view=ok>
- Sampik Krisning Tyas & Chriswahyudi (2017). Perencanaan Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Matrik Ie, SWOT dan Ahp Untuk Mendapatkan Alternatif. *Prioritas*, Jurnal.umj.ac.id/index.php/semnastek, ISSN p-ISSN: 2407-1846 3-ISSN: 2460-8461.
- Sari, D. P., & Erminati, P. (2017). Strategi Pencapaian Standar Mutu dan Pengaruhnya Terhadap Hasil Penjualan di Pasar Eropa. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 16(1), 47-54. <http://doi.org/10.9744/jmk.16.1.47>.
- Soegoto, D.S., & Indonesia, U. K. (2019). *Analysis of Product Differentiation Strategy And its Implication Toward Position Advantage on Customer Retailers Purchase Decision*.(Januari). <https://doi.org/10.2991/icobest-18.2018.40>, (13mei 2019 12.43).
- Sonia Maria da, SM, & Beatriz, AG (2009). Menentukan Faktor Positioning Strategis Lingkungan Yang Diadopsi Oleh Perusahaan Besar Portugis. *Jurnal Tanggung Jawab Sosial*, 5 (4), 478-498.
- Sya'roni, Deden A. Wahab, And Jenivita J. Sudirman. "Kreativitas dan Inovasi Penentu Kompetensi Pelaku Usaha Kecil." *Jurnal Manajemen Teknologi 11.01* (2012): 1-17.
- Trisha Wanny, et al. (2019). Pengaruh *TATO.DER* dan Current Ratio Terhadap ROA Pada Perusahaan Property dan Real Estate. *Jurnal Akutansi*, e-ISSN : 2588-9224, p-ISSN 2548-7507, Vol.3, No.2.
- The Global Economy. (2019). *Political Stability*. https://www.theglobaleconomy.com/Indonesia/wb_political_stability/
- Timmers, P. (1998). Business Models for Electronic Markets. *Electronic Markets*, 8(2), 3–8. <https://doi.org/10.1080/1019678980000016>
- Trading Economics. (2019). *Indonesia GDP per capita PPP*. <https://tradingeconomics.com/indonesia/gdp-per-capita-ppp>
- Transparency International. (2018). *Corruption Perceptions Index 2018*.
- Transparency International. (2019).

Corruption Perceptions Index.
<https://www.transparency.org/en/countries/indonesia#>

Vox. (2018). *The most important country for the global climate no one is talking about.*

Webster, M. (2018). *Creative.*

Wiratmo, M. (1996). *Pengantar Kewiraswastaan.* BPFE.

<https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?locations=ID>