

**SWOT ANALYSIS AND IMPLEMENTATION OF THE BUSINESS MODEL CANVAS  
IN BUSINESS DEVELOPMENT STRATEGY SPEED COFFEE, TEGALALANG,  
GIANYAR DISTRICT**

**ANALISIS SWOT DAN PENERAPAN MODEL BISNIS KANVAS DALAM  
STRATEGI PENGEMBANGAN USAHA SPEED COFFEE, TEGALALANG,  
KABUPATEN GIANYAR**

**I Putu Meidyka Parsty Saputra, I Ketut Satriawan<sup>\*</sup>, Dewa Ayu Anom Yuarini**  
Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit Jimbaran,  
Badung, Indonesia

Diterima 26 Desember 2022 / Disetujui 20 Maret 2023

**ABSTRACT**

*Speed Coffee was established during the Covid-19 pandemic in March 2021. As a result of the dynamic challenges and increasing competition in the current economic recovery, Speed Coffee needs alternative strategies and business model mapping. This research aims to identify internal and external factors using SWOT analysis, formulate alternative strategies, and apply the canvas business model to support business development. The results showed that Speed Coffee is positioned in quadrant I, which supports aggressive strategies such as market penetration by expanding market share through marketing/promotion efforts, improving services to retain and attract new customers, and innovating in product development. In the canvas business model, several developments were made on the 9 elements, including adding culinary/coffee enthusiasts, tourists, and public figures (customer segments), providing coffee education (value propositions), partnering with nearby small and medium-sized enterprises, villas, or homestays to increase sales conversion and revenue (channels), providing discounts and coupons to increase customer purchases (customer relationships), recommending a consignment system to expand the marketing area (revenue streams), increasing the number of employees and conducting capacity building through training employees and developing the menu (key resources). In key activities, making and formulating written SOPs and conducting maximum work briefings and evaluations for employees. Joint venture activities include capital investment partnerships (key partnerships), budgeting and determining promotion costs and business development costs (cost structure).*

**Keyword :** *SWOT Analysis, Business model canvas, Business development strategy, Speed coffee*

**ABSTRAK**

*Speed Coffee telah didirikan pada bulan Maret 2021, saat itu juga bertepatan dengan adanya pandemic covid-19. Alternatif strategi dan pemetaan model bisnis merupakan tantangan dinamis yang harus dihadapi dan persaingan kompetitif pada masa pemulihan ekonomi saat ini. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merumuskan strategi alternative, identifikasi penyebab internal dan eksternal menggunakan analisis SWOT, serta penerapan model bisnis kanvas dalam menunjang pengembangan usaha. Hasil yang ditunjukkan oleh penelitian adalah posisi *Speed Coffee* pada kuadran I yaitu inovasi dalam pengembangan produk, menaikkan level dalam pelayannya agar bertahan dan untuk menarik bagi pelanggan baru, meningkatkan dan meluaskan *market share* usaha pemasaran/promosi, mendukung strategi agresif melalui lingkup penetrasi pasar. Model bisnis kanvas telah*

---

<sup>\*</sup> Korespondensi Penulis :  
Email: satriawan@unud.ac.id

mengembangkan 9 elemen, yaitu menambahkan pecinta kuliner/kopi, wisatawan, dan publik figur (*customer segment*), menyelenggarakan edukasi di bidang kopi (*value propositions*), mengadakan kerja sama dengan unit usaha/UMKM, Villa, atau *homestay* disekitarnya dalam meningkatkan konversi penjualan dan pendapatan (*channels*), melakukan pemberian diskon dan kupon untuk meningkatkan pembelian oleh pelanggan (*customer relationship*), merekomendasikan sistem konsinyasi yang bertujuan untuk memperluas daerah pemasaran (*revenue streams*), menambah tenaga kerja/pegawai, serta melakukan *capacity building* yaitu pelatihan pada karyawan dan melakukan pengembangan menu (*key resources*). Pada aktivitas kunci (*key activities*), membuat dan merumuskan SOP tertulis serta mengadakan *briefing* dan evaluasi kerja maksimal kepada karyawan. Melakukan *joint venture* yaitu pengadaan kerja sama berupa penanaman modal (*key partnership*), menetapkan dan menaksir biaya pengiklanan serta biaya pengembangan dalam bisnis (*cost structure*).

**Kata kunci :** Analisis SWOT, Model bisnis kanvas, Strategi pengembangan usaha, Speed coffee

## PENDAHULUAN

Pengembangan usaha umumnya dilakukan untuk menghadapi persaingan dan tantangan pada era globalisasi, sehingga perusahaan dapat memperoleh segmen pasar yang lebih luas serta tepat sasaran (Yuliaty *et al*, 2020). Dalam persaingan dunia usaha yang kini semakin kompetitif, menjadikan para pelaku usaha terus berinovasi dan berkreatifitas dalam mengembangkan serta mempertahankan bisnis mereka untuk bersaing dengan kompetitor-kompetitor yang ada (Malau, 2019). Penentuan langkah strategi dan pemahaman konsep terhadap model bisnis merupakan salah satu antisipasi dalam mengurangi resiko terhadap usaha atau bisnis yang dijalankan. Saat ini, banyak terdapat bisnis kuliner yang menjamur di masyarakat luas. Hadirnya *Coffee shop* menjadi salah satu bisnis populer pada masa kini dan telah menjadi daya tarik tersendiri bagi penduduk di kota besar Indonesia. Di daerah Bali, munculnya *coffee shop* dimulai dari adanya *brand* ternama seperti *Starbucks Coffee*, *The Coffee Bean*, *Excelso*, dan *Black Canyon Coffee* yang saat ini sudah tidak beroperasi lagi. Maka dari itu, melihat tren *coffee shop* yang semakin meluas dan berkembang menyebabkan *brand* dari *coffee shop* dalam negeri hadir untuk membuat pasar coffee semakin ramai, sehingga munculnya berbagai penyajian kopi yang unik membuat fenomena ini menjadi daya tarik masyarakat luas khususnya anak muda dan menjadi tren masa kini (Susanti *et al*, 2021).

*Speed Coffee* adalah salah satu usaha kopi di Kabupaten Gianyar yang dipilih dari sekian banyak *coffee shop*. *Coffee shop* ini telah didirikan pada bulan Maret 2021, bertepatan masa pandemi Covid-19 dan terletak di Jalan Raya Tegallalang, Banjar Sapat, Desa Adat Sapat, Kecamatan Tegallalang, Kabupaten Gianyar. *Speed Coffee* hadir dengan menyediakan suasana unik dan klasik serta interiornya bergaya *vintage* dan *cozy* pada elemen-elemen dekorasi dari tempat maupun *furniturenya*. Selain itu, menu yang ditawarkan bukan hanya berbagai macam kopi saja namun juga berbagai variasi makanan dan minuman. *Speed Coffee* saat ini memerlukan alternatif strategi dan pemetaan model bisnis dalam menunjang pengembangan usaha untuk menghadapi tantangan yang bersifat dinamis dan persaingan yang semakin kompetitif. Maka dari itu, penting dilakukan adanya analisis lingkungan internal dan eksternal pada ruang lingkup usaha, merumuskan alternatif strategi dan pemetaan model bisnis agar usaha tersebut dapat bertahan dan terus berkembang dalam masa pemulihan ekonomi saat ini sejak dilanda pandemi Covid-19. Pada penelitian kali ini, metode yang digunakan adalah analisis SWOT dan model bisnis kanvas. Analisis SWOT akan berguna untuk mencari tahu dan identifikasi penyebab internal meliputi kelemahan (*weakness*) dan kekuatan (*strengths*), serta penyebab eksternal meliputi ancaman (*threats*) dan peluang (*opportunity*) yang berasal dari luar lingkungan usaha *Speed Coffee* sehingga dapat memberikan strategi alternatif yang akan menambah level pada kinerja perusahaan sesuai dengan suasana dan keadaan

perusahaan. Setelah mendapatkan strategi yang paling penting, kemudian dilakukan pemetaan model bisnis awal menggunakan model bisnis kanvas agar mendapat gambaran atau deskripsi bisnis yang nantinya akan dikembangkan. Untuk memastikan penerapan model bisnis canva ini efisien dalam menghasilkan keuntungan maka dilakukan peningkatan dengan evaluasi 9 (sembilan). Setelah model bisnis dirancang. (pramudiana *et al*, 2016).

Menurut Osterwalder dan Pigneur (2019), bisnis kanvas merupakan kerangka model bisnis yang menginformasikan tentang bagaimana halnya sebuah perusahaan atau bisnis tersebut memulai, menjalankan, dan menangkap nilai dari aktivitasnya serta seberapa cepat menanggapi pertanyaan customer dengan memberikan nilai-nilai paling baik pada perusahaan atau bisnis. Pada model bisnis kanvas terdapat 9 (sembilan) elemen yaitu *Customer Segment* (segmentasi pelanggan), *Value Proposition* (proporsi nilai), *Channels* (saluran), *Customer Relationship* (hubungan pelanggan), *Revenue Streams* (arus pendapatan), *Key Resources* (sumber daya utama), *Key Activities* (aktivitas kunci), *Key Partnership* (kemitraan utama), dan *Cost Structure* (struktur biaya). Model bisnis kanvas mempunyai kelebihan dalam menganalisis model bisnis, yaitu kemampuan untuk menjelaskan keadaan perusahaan secara lugas dan kompleks berdasarkan hubungan kepada pelanggan, segmen pelanggan, nilai yang ditawarkan, aliran pendapatan, mitra kerja serta struktur biaya (Rainaldo *et al*, 2017). Berdasarkan permasalahan yang terjadi pada usaha *Speed Coffee*, maka dari itu digunakanlah analisis SWOT dan model bisnis kanvas dalam melakukan analisis lingkungan internal dan eksternal usaha, merumuskan strategi alternatif, dan menerapkan model bisnis yang tepat agar usaha tersebut dapat bertahan dan terus berkembang dalam menuju persaingan ekonomi saat ini.

## METODE PENELITIAN

*Speed Coffee* adalah tempat yang dijadikan objek dalam penelitian yang berlokasi di Jl. Raya Tegalalang, Banjar Sapat, Desa Adat Sapat, Kecamatan Tegalalang. Analisis data dilakukan di Laboratorium Teknik dan Manajemen Industri, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana. Waktu penelitian dilakukan selama kurun waktu 2 bulan yaitu pada Januari-Februari 2022.

Penelitian ini dimulai dari tahap survey pendahuluan, perumusan masalah dan penentuan tujuan penelitian, pengumpulan data, merumuskan variabel faktor internal dan eksternal pada lingkungan usaha menggunakan SWOT, penentuan responden penelitian, penyusunan kuisioner, tahap analisis SWOT meliputi matriks IFE, EFE, diagram kuadran analisis SWOT, matriks SWOT, dan rumusan kombinasi strategi matriks SWOT untuk menentukan alternatif strategi utama. Pada tahap selanjutnya, dilakukan pemetaan model bisnis menggunakan model bisnis kanvas yang bertujuan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi bisnis yang nantinya akan dikembangkan. Pada pemetaan model bisnis kanvas *Speed Coffee* saat ini, merupakan hasil identifikasi yang dipadukan dengan informasi tambahan yang diperoleh dari kuisioner dan wawancara dengan pihak *Speed Coffee* serta informasi dari matriks IFE dan EFE analisis SWOT. Hasil ini, menjadi bahan rujukan dalam membentuk pengembangan model bisnis terhadap 9 (sembilan) elemen dalam upaya meningkatkan daya saing pada bisnis *Speed Coffee*

### Identifikasi faktor Variabel

Dalam mengetahui variabel penelitian pada SWOT, variable penelitian ini terbagi pada area internal dan eksternal usaha. Faktor internal meliputi gambaran umum perusahaan, pemasaran, produksi, keuangan, dan sumber daya manusia. Pada faktor eksternal yaitu peluang dan ancaman meliputi pemasok/mitra kerja, pesaing (kompetitor), dan kebijakan pemerintah. Pada model bisnis

kanvas dilakukan identifikasi dan pemetaan model bisnis meliputi 9 elemen yaitu *Customer Segment* (segmentasi pelanggan), *Value Proposition* (proporsi nilai), *Channels* (saluran), *Customer Relationship* (hubungan pelanggan), *Revenue Streams* (arus pendapatan), *Key Resources* (sumber daya utama), *Key Activities* (aktivitas kunci), *Key Partnership* (kemitraan utama), dan *Cost Structure* (struktur biaya).

### **Penentuan Responden**

Dalam menentukan responden yang harus diteliti, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah sebuah cara menganalisis sample dengan adanya pertimbangan pertimbangan tertentu. Hal ini penting dilakukan bertujuan untuk mendapatkan sebuah informasi secara terperinci dan dalam sehingga diperoleh suatu kebenaran yang menyeluruh dan bermakna (Sugiyono, 2012). Responden yang digunakan sebanyak 4 orang yaitu berasal dari lingkungan internal dan eksternal *Speed Coffee*. Responden internal terdiri dari 2 orang, yaitu pihak *owner* dan manajer operasional. Responden eksternal terdiri atas 2 orang yang berasal dari pakar akademisi Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana.

### **Analisis Data**

Pada penelitian ini, adapun metode analisis data yang digunakan yaitu :

#### **Analisis SWOT**

Analisis SWOT berguna sebagai bahan evaluasi dalam setiap permasalahan yang muncul dengan memberikan identifikasi berbagai sebab terhadap kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weakness*) pada ruang lingkup *internal* pada komunitas bahkan pada perusahaan, serta berbagai macam peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*) yang berasal dari luar (eksternal) lingkungan perusahaan (Rangkuti, 2015). Tahap dari analisis SWOT meliputi :

##### **A. Analisis Lingkungan Usaha**

Pada tahap ini, bertujuan untuk menganalisis lingkungan usaha *Speed Coffee* secara menyeluruh baik internal maupun eksternal.

##### **B. Tahap Input**

Tahap input dilakukan untuk penyaringan dan pengukuran informasi yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan bantuan kuisisioner pertanyaan analisis SWOT :

1. Memberi nilai pada matriks IFE dan EFE
2. Memberi peringkat/rating kepada matriks IFE dan EFE
3. Penentuan nilai tertimbang

##### **C. Tahap Pencocokan atau Penyesuaian**

4. Perhitungan kuadran analisis SWOT
5. Matriks SWOT

##### **D. Tahap Penentuan Alternatif Strategi Utama**

6. Rumusan kombinasi strategi matriks SWOT

### **Penerapan Model bisnis kanvas**

Bisnis kanvas digunakan sebagai strategi manajemen dalam mengevaluasi dan merencanakan suatu bisnis dengan keseluruhan baik dari bentuk pemasarannya, sumber daya manusianya, keuangannya, hingga nilai unit yang diujikan kepada masyarakat hingga perusahaan mampu memilah kearah mana perusahaan harus bergerak dalam keunggulan bersaing pada usaha yang sedang dijalankan (Suharti, 2015). Penerapan model bisnis kanvas pada *Speed Coffee* bertujuan untuk memahami dan mengidentifikasi berbagai aspek penting dari bisnis yang dijalankan, serta

merancang strategi bisnis yang lebih efektif dan efisien. Dalam penerapan penelitian yang berdasarkan model bisnis kanvas ini menggunakan dengan 2 jalan yaitu :

1. Pemetaan model bisnis saat ini  
Pemetaan model bisnis saat ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi pada suatu bisnis yang nantinya akan dikembangkan.
2. Hasil pengembangan model bisnis  
Setelah dilakukan identifikasi, dilakukan penyusunan rekomendasi pengembangan model bisnis pada 9 (sembilan) elemen dalam upaya meningkatkan daya saing pada bisnis *coffee shop*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Faktor Internal dan Eksternal

Analisis lingkungan bermanfaat untuk menjelaskan pengaruh manajemen secara tidak langsung atau langsung didominasi oleh sebab internal dan eksternal yang terdapat pada perusahaan atau bisnis terkait. Berikut adalah faktor internal (kekuatan dan kelemahan) *Speed Coffee* telah tergambar pada Tabel 1 dan faktor eksternal (peluang dan ancaman) dapat dilihat pada Tabel 2.

### Analisis Input

#### a. Matriks *Internal Factor Evaluation* (IFE)

Upaya dan hasil dari analisis matriks IFE yang lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil analisa matriks *internal factor evaluation* (IFE)

No	Faktor Internal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (c= a x b)
<b>Kekuatan (A)</b>				
1	Menggunakan lahan pribadi dan memiliki legalitas usaha	0.07	3.00	0.22
2	Harga produk yang terjangkau	0.06	3.00	0.17
3	Memiliki atribut produk	0.07	3.50	0.23
4	Bersifat terbuka terhadap komplain, kritikan/saran dari pelanggan	0.08	3.75	0.31
5	memiliki peralatan proses produksi yang cukup memadai	0.07	3.75	0.26
6	Tersedia metode pembayaran tunai dan <i>e-cash</i>	0.07	3.50	0.26
7	Konsistensi terhadap cita rasa dan pelayanan	0.08	4.00	0.31
8	Ketersediaan fasilitas yang lumayan lengkap (wifi, toilet, dll)	0.07	3.50	0.26
9	Terjalannya kerja sama antar mitra kerja dalam furniture, bahan baku dan grabfood	0.09	3.50	0.31
Total		0.66		2.34
<b>Kelemahan (B)</b>				
1	Promosi pada media sosial kurang maksimal	0,04	1.75	0,08
2	Belum adanya <i>signature</i> menu yang menjadi ciri khas <i>coffee shop</i> tersebut	0,05	1.50	0,08
3	Sistem manajemen belum rapi	0,07	1.25	0,08
4	Belum terlalu dikenal di masyarakat	0,05	1.25	0,07
5	Tempat parkir yang kurang memadai	0,07	1.50	0,10
6	Waktu usaha mulai beroperasi yang terkadang tidak konsisten setiap harinya	0,06	1.50	0,09
Total		0.34		0.49
<b>TOTAL IFE (A+B)</b>		<b>1</b>		<b>2.82</b>

(Sumber : Data diolah, 2023)

### b. Matriks *External Factor Evaluation* (EFE)

Upaya dan hasil dari analisis matriks EFE lebih lengkap dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil analisis matriks *external factor evaluation* (EFE)

No	Faktor Eksternal	Bobot (a)	Rating (b)	Nilai (c= a x b)
<b>Peluang (A)</b>				
1	Berkembangnya tren minum kopi di masyarakat	0.14	4.00	0.54
2	Menjalin hubungan baik dengan pelanggan	0.14	4.00	0.57
3	Berpotensi dalam diversifikasi produk dan pelayanan	0.14	3.75	0.51
4	Perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga dapat memudahkan promosi serta penjualan	0.14	3.75	0.51
5	Peluang untuk melakukan <i>cross-selling</i> dengan menjual berbagai produk selain produk inti, misalnya merchandise, oleh-oleh kopi, kaos dan sebagainya.	0.14	3.50	0.47
<b>Total</b>		0.68		2.60
<b>Ancaman (B)</b>				
1	Banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama	0.10	1.75	0.17
2	Banyaknya produk substitusi di <i>coffee shop</i> lain	0.11	1.50	0.17
3	Adanya <i>signature menu</i> di <i>coffee shop</i> lain, sehingga pelanggan lebih tertarik pada ciri khas menu tersebut.	0.11	1.50	0.16
<b>Total</b>		0.32		0.50
<b>TOTAL EFE</b>		<b>1</b>		<b>3.10</b>

(Sumber : Data diolah, 2023)

### Tahap Pencocokan

#### a. Perhitungan Kuadran Analisis SWOT

Tabel 3. Perhitungan Kuadran Analisis SWOT

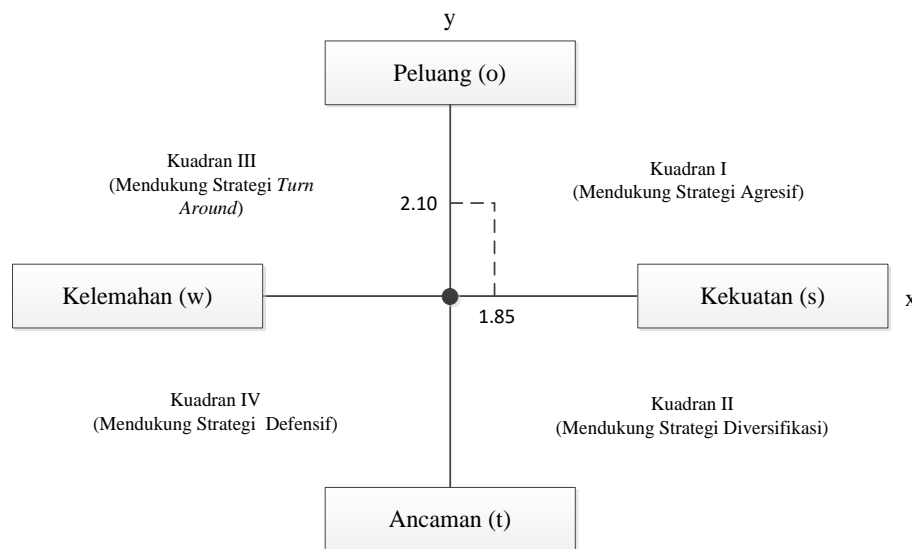
Sumbu	Faktor		Hasil
X	<b>Kekuatan</b>	<b>Kelemahan</b>	1.85
	2.34	0.49	
Y	<b>Peluang</b>	<b>Ancaman</b>	2.10
	2.60	0.50	

(Sumber : Data diolah, 2023)

Perhitungan kuadran analisis SWOT dilakukan untuk menganalisa keadaan kerja yang terjadi di perusahaan dan posisi pada kiat bisnis. Kuadran ini terbagi dalam empat kuadran utama yang mempunyai kiat yang berbeda-beda pada setiap kuadrannya. Perhitungan ini berdasar pada analisis penyebab internal dan eksternal perusahaan yang dijadikan satu model sugestif. Pada matriks IFE pada sumbu X, nilai kekuatan sebesar (2.34) kemudian nilai kelemahan sebesar (0.49). Matriks EFE

pada sumbu y, mempunyai nilai peluang sebesar (2.60) dan nilai ancaman sebesar (0.50). Dari hasil tersebut kemudian dihitung untuk menentukan posisi perusahaan. Penaksirannya bisa tergambar pada Tabel 3

Pada sumbu X hasil dari matriks IFE, kekuatan (2.34) dikurangi kelemahan (0.49) akan mendapatkan hasil (1.85). Kemudian pada matriks EFE yaitu sumbu Y, Peluang (2.60) dikurangi ancaman (0.50) sehingga mendapatkan hasil (2.10). Jika sudah teridentifikasi hasil dari sumbu X dan Y, kemudian dibuatlah sebuah diagram kuadran SWOT yang telah tergambar pada Gambar 1 dibawah ini:



(Sumber : Data diolah, 2023)

Gambar 1. Diagram kuadran analisis SWOT

Berdasarkan hasil perhitungan dan grafik dari diagram kuadran analisis SWOT, teridentifikasi posisi *Speed Coffee* ada pada kuadran I yang mendukung strategi agresif dalam tumbuh dan membangun (*growth and build*) yaitu meliputi penetrasi pasar dengan memperluas *market share* secara jangka panjang melalui usaha pemasaran/promosi, meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru serta berinovasi dalam pengembangan produk untuk mengejar pertumbuhan, peningkatan penjualan, profitabilitas dan fleksibilitas.

#### b. Matriks SWOT

Matriks SWOT memberikan gambaran terkait pengembangan alternatif strategi dengan merumuskan strategi yang didasarkan pada analisis SWOT, observasi lapangan, interview dengan yang bersangkutan terkait dan pengolahan data yang dilakukan. Gabungan dari berbagai parameter kelemahan, peluang, kekuatan dan ancaman pada perusahaan untuk menunjukkan formulasi alternatif strategi *Speed Coffee* menggunakan matriks SWOT. Terdapat strategi S-O, strategi W-O, strategi S-T, dan strategi W-T pada matriks SWOT dapat dilihat pada Tabel 4:

Hasil yang disuguhkan OLEH matriks SWOT, maka tahap selanjutnya dilakukan gabungan kiat matriks SWOT yaitu bertujuan untuk menunjukkan skor atau nilai dari empat jenis strategi yaitu meliputi strategi WO (*weakness – opportunities*), dan strategi WT (*weakness – threats*), SO (*strength – opportunities*), strategi ST (*strength – threats*).

Tabel 4. Matriks SWOT

<b>Analisis Internal</b>          <b>Analisis Eksternal</b>	<b>KEKUATAN (S)</b>	<b>KELEMAHAN (W)</b>
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan lahan pribadi dan memiliki legalitas usaha</li> <li>2. Harga produk yang lumayan terjangkau</li> <li>3. Memiliki atribut kemasan</li> <li>4. Bersifat terbuka terhadap komplain, kritikan/saran dari pelanggan</li> <li>5. sudah memiliki peralatan proses produksi yang cukup memadai</li> <li>6. Tersedia metode pembayaran tunai dan e-cash</li> <li>7. Konsistensi terhadap cita rasa dan pelayanan</li> <li>8. Ketersediaan fasilitas yang lumayan lengkap (wifi, toilet, dll)</li> <li>9. Terjalannya kerja sama antar mitra kerja dalam furniture, bahan baku dan grabfood</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Promosi pada media sosial kurang maksimal</li> <li>2. Belum adanya <i>signature</i> menu yang menjadi ciri khas <i>coffee shop</i> tersebut</li> <li>3. Sistem manajemen belum rapi</li> <li>4. Belum terlalu dikenal di masyarakat</li> <li>5. Tempat parkir yang kurang memadai</li> <li>6. Waktu usaha mulai beroperasi yang terkadang tidak konsisten setiap harinya</li> </ol>
<b>PELUANG (O)</b>	<b>Strategi S-O</b>	<b>Strategi W-O</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berkembangnya tren minum kopi di masyarakat</li> <li>2. Menjalinkan hubungan baik dengan pelanggan</li> <li>3. Berpotensi dalam diversifikasi produk dan pelayanan</li> <li>4. Perkembangan teknologi yang semakin maju sehingga dapat memudahkan promosi serta penjualan</li> <li>5. Peluang untuk melakukan <i>cross-selling</i> dengan menjual berbagai produk selain produk inti, misalnya merchandise oleh-oleh kopi, kaos dan sebagainya</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Meningkatkan dan menjaga citra <i>coffee shop</i> kepada pelanggan (S1, S2, S3, S4, S5, S6, S7, S8, S9, O3, O4 )</li> <li>2. Mempertahankan citra merek kepada mitra kerja (S1, S5, S8, O1, O3)</li> <li>3. Melakukan Inovasi dalam diversifikasi atau pengembangan produk-produk baru (S2, S3 O4, O5)</li> <li>4. Meningkatkan jumlah mitra kerja (S9, O3, O4, O5)</li> <li>5. Meningkatkan aktivitas promosi penjualan pada sosial media atau branding yang relevan sehingga membuat pelanggan tertarik (W1, W2, O1, O2, O3, O4)</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat atau Mengikuti acara/<i>event</i> tertentu agar meningkatkan penjualan dan memperoleh target pasar baru (W2, O1, O4, O5)</li> <li>2. Memperbaiki kualitas manajemen karyawan perusahaan (<i>coffee shop</i>) (W4, O3, O4)</li> <li>3. Mengembangkan konsep desain <i>interior</i> dan <i>eksterior</i> area usaha agar lebih nyaman dan terlihat menarik (W4, W5, O3, O5)</li> <li>4. Waktu usaha mulai beroperasi lebih awal dan tutup lebih lama (W6, O2, O5)</li> </ol>
<b>ANCAMAN (T)</b>	<b>Strategi S-T</b>	<b>Strategi W-T</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Banyak pesaing dengan jenis usaha yang sama</li> <li>2. Banyaknya produk substitusi di <i>coffee shop</i> lain</li> <li>3. Adanya <i>signature menu</i> di <i>coffee shop</i> lain, sehingga pelanggan lebih tertarik pada ciri khas menu tersebut.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pembacaan tren di masyarakat harus cepat dan tepat (S4, T1, T3)</li> <li>2. Mengadakan promo menu pada waktu tertentu kepada pelanggan (S2, S3, S8, T2, T3)</li> </ol>	<p>Meningkatkan skill, kreativitas dan kedisiplinan karyawan untuk meningkatkan keunggulan kompetitif (W1, W2, W3, T1, T3)</p>

(Sumber : Data diolah, 2023)



Tabel 5. Rumusan kombinasi strategi matriks SWOT

	Opportunities (O)	Threats (T)
Strengths (S)	<b>Strategi (SO) :</b> $= 2.34 + 2.60 = 4.94$	<b>Strategi (ST)</b> $= 2.34 + 0.50 = 2.84$
Weaknesses (W)	<b>Strategi (WO)</b> $= 0.49 + 2.60 = 3.09$	<b>Strategi (WT)</b> $= 0.49 + 0.50 = 0.99$

(Sumber : Data diolah, 2023)

Pada tabel berikut, menunjukkan nilai terbesar yaitu strategi SO (*strength – opportunities*) yaitu (4.94), strategi ST (*strength – threats*) sebesar (2.84), strategi WO (*weakness – opportunities*) sebesar (3.09), dan strategi WT (*weakness – threats*) sebesar (0.99). Maka dari itu, dalam masa tumbuh dan pembangunan (*growth and build*) diperlukan kiat yang benar untuk menghasilkan kinerja yang lebih baik dalam jangka yang panjang yaitu **strategi SO (*strength – opportunities*)** sebagai alternatif utama.

Didukung penelitian yang dilakukan oleh Nasihin (2020) pada *Beby's Coffee* diketahui bahwa rumusan kombinasi strategi matriks SWOT dapat digunakan untuk menentukan strategi utama.

Pada hasil penelitian menunjukkan *Beby's Coffee* berada pada kuadran I dari strategi yang terpilih yaitu strategi SO. Posisi ini menghadirkan sebuah komunitas usaha yang kuat dan menawarkan peluang-peluang yang bisa digunakan untuk membuat organisasi bisnis bertahan. Kiat yang bisa dilakukan adalah kiat agresif dimana komunitas bisnis berada dalam keadaan yang baik dan mampu tetap bertahan dari segala ancaman yang hadir serta memberi peluang untuk berkembang, bertumbuh, dan mencapai keberhasilan yang maksimal.

### Penerapan Model Bisnis Kanvas

#### Pemetaan dan Hasil Pengembangan Model Bisnis

Pemetaan model bisnis dilakukan agar mendapat gambaran atau deskripsi pada suatu bisnis yang nantinya akan dikembangkan. Pada pemetaan model bisnis kanvas *Speed Coffee* saat ini, merupakan hasil identifikasi yang dipadukan dengan informasi tambahan yang diperoleh dan dipilih dari matriks IFE dan EFE analisis SWOT. Hasil ini, menjadi dasar rujukan untuk merumuskan pengembangan model bisnis terhadap 9 (sembilan) elemen untuk mengupayakan peningkatan perkembangan pada usaha *Speed Coffee*. Setelah model bisnis dirancang, dilakukan evaluasi untuk memastikan agar cara yang diambil efisien dalam menghasilkan oportunitas (Pramudiana *et al*, 2016). Berikut ini berupa hasil yang penulis rekomendasikan untuk pengembangan model bisnis teranyar dan dapat memberikan kegunaan bagi *Speed Coffee*. Hasil pengembangannya adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Pemetaan dan Hasil Pengembangan Model Bisnis Kanvas *Speed Coffee*

Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pemasok bahan baku seperti kopi, gula, creamer, susu, gelas, coklat, matcha, alat pengaduk dll</li> <li>- Mitra <i>furniture</i> meliputi : <ul style="list-style-type: none"> <li>- Rail Roads</li> <li>- Amah Tani</li> <li>- Wayan Handmade</li> <li>- Ekawood</li> <li>- Ekayana Antik</li> </ul> </li> <li>- Mengadakan <i>Joint Venture</i><sup>*)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Produksi dan penjualan makanan dan minuman</li> <li>- Maintenance alat dan mesin</li> <li>- Pelayanan kepada <i>customer segment</i></li> <li>- Pembuatan konten instagram dan tiktok</li> <li>- Membuat dan merumuskan SOP<sup>*)</sup></li> <li>- Briefing &amp; Evaluasi Karyawan<sup>*)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Menawarkan pengalaman baru kepada pelanggan (<i>sistem open bar</i>)</li> <li>- Konsistensi terhadap cita rasa dan pelayanan</li> <li>- Karyawan ramah dan santun dalam melayani pelanggan</li> <li>- Minuman kemasan botol<sup>*)</sup></li> <li>- Mengadakan event edukasi di bidang kopi<sup>*)</sup></li> <li>- Menjaga mutu &amp; kualitas makanan dan minuman<sup>*)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Question &amp; Answer (QnA) bersama pelanggan</li> <li>- Mengadakan <i>give away</i> melalui instagram</li> <li>- Menerima masukan/kritikan pelanggan</li> <li>- Kartu member pelanggan<sup>*)</sup></li> <li>- Penawaran kupon atau voucher<sup>*)</sup></li> <li>- Email marketing<sup>*)</sup></li> <li>- Terlibat dalam <i>event</i> kuliner<sup>*)</sup></li> </ul>
Customer Segment	Key Resources	Channels	Cost Structure
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Pekerja profesional (Wiraswasta, ASN),</li> <li>- Pelajar</li> <li>- Mahasiswa</li> <li>- Pecinta Kuliner/Kopi<sup>*)</sup></li> <li>- Wisatawan<sup>*)</sup></li> <li>- Publik figur<sup>*)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fasilitas bangunan</li> <li>- Menyediakan fasilitas yang cukup memadai</li> <li>- Fasilitas produksi</li> <li>- Sistem transaksi pembayar</li> <li>- Merek/logo usaha</li> <li>- Tabungan/uang tunai</li> <li>- Desain interior bergaya <i>vintage</i></li> <li>- Menambah SDM/Tenaga kerja<sup>*)</sup></li> <li>- <i>Showcase produk</i><sup>*)</sup></li> <li>- Capacity building</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Media sosial</li> <li>- Word of mouth (WOM)</li> <li>- Layanan transportasi (Grab)</li> <li>- Memanfaatkan media sosial lainnya selain instagram dan tiktok<sup>*)</sup></li> <li>- Pengadaan website pribadi<sup>*)</sup></li> <li>- Kerja sama antara UMKM atau unit lain<sup>*)</sup> seperti Villa/home stay disekitarnya<sup>*)</sup></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Fixed cost</i> berupa gaji karyawan, biaya internet, iuran lingkungan, dan pajak</li> <li>- <i>Variable cost</i> berupa makan karyawan, pembayaran listrik, bahan baku, air serta biaya penyusutan peralatan yaitu pemeliharaan peralatan</li> <li>- Menganggarkan dan menetapkan biaya promosi<sup>*)</sup></li> <li>- Menganggarkan biaya untuk pengembangan bisnis<sup>*)</sup></li> </ul>
Revenue Streams			
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hasil penjualan produk</li> <li>- Karyawan</li> <li>- Sistem konsinyasi<sup>*)</sup></li> </ul>			

Deskripsi : <sup>\*)</sup>Warna biru (hasil pengembangan model bisnis)  
(Sumber : Data diolah, 2023)

Dalam hasil pengembangan usaha yang direkomendasikan, model bisnis kanvas membantu pemilik atau pengelola usaha dalam membuat keputusan-keputusan yang lebih tepat terkait dengan pengelolaan manajemen usaha, perluasan jangkauan mitra kerja, melakukan investasi pemasaran dan branding usaha, serta pengembangan produk atau layanan tambahan (Osterwalder dan Pigneur, 2019). Analisis menggunakan model ini, dapat memperlihatkan bisnis secara global pada masing

masing elemen yang terkait akan digambarkan secara lebih utuh dan terperinci (Fitriani, 2019). Oleh karena hal tersebut, *Speed Coffee* dapat mengatasi sendiri permasalahan-permasalahan seputar bisnisnya serta mendapat gambaran lengkap pada model bisnis yang dijalankan.

## KESIMPULAN

### Kesimpulan

Kesimpulan berdasarkan penelitian yang telah dilakukan adalah sebagai berikut :

1. Pada faktor internal dan eksternal *Speed Coffee*, menunjukkan hasil pada kondisi internal dengan nilai keseluruhan kekuatan sebesar 2.34 dan kelemahan sebesar 0.49 dengan mencakup 3 kekuatan utama yaitu bersifat terbuka terhadap komplain, kritikan/saran dari pelanggan, konsistensi terhadap cita rasa dan pelayanan, dan terjalinnya kerja sama antar mitra kerja dalam furniture, bahan baku dan grabfood. Sedangkan kelemahan utamanya yaitu tempat parkir yang kurang memadai. Pada kondisi eksternal, menunjukkan adanya lebih besar peluang dari pada ancaman dengan total skor peluang sebesar 2.60 dan ancaman sebesar 0.50. Pada faktor peluang utama *Speed Coffee* yaitu memiliki hubungan baik dengan pelanggan dan pada faktor ancaman utamanya yaitu banyak kompetitor dengan jenis usaha yang sama.
2. Alternatif strategi yang tepat dalam menunjang pengembangan usaha *Speed Coffee* yaitu strategi SO (*strength – opportunities*) dengan nilai 4.94 dan posisi berada pada kuadran I yaitu mendukung strategi agresif yang melingkupi penetrasi pasar dengan meluaskan *market share* secara jangka panjang melalui usaha pemasaran/promosi, meningkatkan pelayanan untuk mempertahankan dan menarik pelanggan baru, serta berinovasi dalam pengembangan produk.
3. Pada penerapan model bisnis kanvas, terdapat pengembangan baru pada 9 (sembilan) elemen model bisnis utama yaitu menambahkan pecinta kuliner/kopi, wisatawan, dan publik figur (*customer segment*), menyelenggarakan edukasi di bidang kopi (*value propositions*), mengadakan kerja sama dengan unit usaha/UMKM, Villa, atau *homestay* disekitarnya dalam meningkatkan konversi penjualan dan pendapatan (*channels*), melakukan pemberian diskon dan kupon untuk meningkatkan pembelian oleh pelanggan (*customer relationship*), merekomendasikan sistem konsinyasi yang bertujuan untuk memperluas daerah pemasaran (*revenue streams*), menambah tenaga kerja/pegawai, serta melakukan *capacity building* yaitu pelatihan pada karyawan dan melakukan pengembangan menu (*key resources*). Pada aktivitas kunci (*key activities*), membuat dan merumuskan SOP tertulis serta mengadakan *briefing* dan evaluasi kerja maksimal kepada karyawan. Melakukan *joint venture* yaitu pengadaan kerja sama berupa penanaman modal (*key partnership*), menetapkan dan menaksir biaya pengiklanan serta biaya pengembangan dalam bisnis (*cost structure*).

### Saran

Saran yang dapat diberikan penulis kepada usaha *Speed Coffee* Berdasarkan hasil penelitian adalah :

1. Menggunakan media sosial dalam menjalani rutinitas marketing setiap harinya dengan optimal, baik dalam aktivitas jual menjual, pengiklanan produk hingga *endorsement* untuk menggiatkan pengguna media sosial akan adanya *Speed Coffee*.
2. Selalu berusaha dalam berpartisipasi di setiap kegiatan bersifat komersial dan kompetitif seperti mengikuti festival kuliner, mengikuti kompetisi barista dan perlombaan lain dengan ambisi pengenalan hadirnya *Speed Coffee* kepada lebih banyak masyarakat

3. Dapat menggunakan hasil rekomendasi pemetaan dan pengembangan model bisnis kanvas ini sebagai strategi pengembangan usaha *Speed Coffee* kedepannya.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Afridal, M. 2017. Strategi Pengembangan Usaha Roti Tanjong Di Kecamatan Samalanga Kabupaten Bireuen. *Jurnal S. Pertanian*. 1(3), 223-233.
- Ermaya, K.S., dan Darna, N. 2019. Strategi Pengembangan Bisnis dengan Pendekatan Business Model Canvas (Studi Kasus: Industri Kecil Kerupuk). *Business Management and Entrepreneurship Journal*, 1(3), 201-218.
- Fitriani, R. 2019. Model Bisnis Kanvas Sebagai Solusi Inovasi Bagi Yang Kecil Bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen & Bisnis*, 10(2), 197-203. <https://doi.org/10.17509/jimb.v10i2.15177>
- Hikam, M.H. 2019. Implementasi Strategi Inovasi Amstirdam Coffee Shop untuk Menghadapi Persaingan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(7), 1-14.
- Hidayat, R. 2021. Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop Kelokopi dengan SWOT *Analysis* dan *Boston Consulting Group* (BCG). Skripsi. Institut Agama Islam Negeri (IAIN).
- Malau, M.R. 2019. Faktor-faktor yang Menentukan Keputusan Konsumen dalam Pembelian dan Konsumsi Smoothie Bowl di Restoran Nalu Bowls Seminyak. *Jurnal Agribisnis dan Agrowisata*, 8(3), 85-92.
- Natakusumah, F.D. 2019. Strategi Pengembangan Usaha melalui Peningkatan Kualitas Produk Ice Coconut Long Black di Titik Temu Coffee Shop, Seminyak, Badung. *Jurnal Rekayasa dan Manajemen Agroindustri*, 7(4), 604-614. <https://doi.org/10.24843/JRMA.2019.v07.i04.p12>
- Nasihin, A.M. 2020. Strategi Bisnis Era New Normal pada Kedai Kopi di Surabaya (Studi Kasus pada Beby's Coffee di Jalan Srikana Timur No. 44 Surabaya). *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 13(2), 76-88. <https://doi.org/10.51903/e-bisnis.v13i2.248>
- Osterwalder, A, dan Pigneur, Y. 2019. *Business Model Generation : A Handbook for Visionaries, Game Changers dan Challenger*. New Jersey : . Hoboken Inc.
- Pramudiana, Y., Rismayani, R., dan Rahmawati, F. 2016. *Bagaimana memulai dan Menjalankan Bisnis Baru*. Bandung : Remaja Rosdakarya Offset.
- Rangkuti, F. 2015. Teknik Membedah Kasus Bisnis: Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rainaldo M., Wibawa, B.M., dan Rahmawati, Y. 2017. Analisis Business Model Canvas pada Operator Jasa Online ride-sharing (Studi Kasus Uber di Indonesia). *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 6(2), 235-239. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v6i2.25277>
- Rahayu, P.V., Astuti, F.R., Mustangin., dan Sandy, T.A. 2022. Analisis SWOT dan Business Model Canvas (BMC) sebagai solusi dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner. *International Journal of Community Service Learning*. 6(1), 112-121. <https://doi.org/10.23887/ijcsl.v6i1.40965>
- Ramadhani, S. 2020. Analisis Pemahaman Business Model Canvas (BMC) pada Mahasiswa Semester VIII Program Studi Manajemen Bisnis Syariah FAI UMSU. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
- Sugiarto, E. 2002. *Psikologi Pelayanan Dalam Industri Jasa*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka utama.
- Sutopo. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Surakarta : Universitas Sebelas Maret.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Susanti, A., Dewi, T.S., dan Putra, A.Y. 2021. Desain Interior Coffee Shop di Denpasar dan Loyalitas Konsumennya : Generasi Y dan Z. *Jurnal Ilmiah Desain Interior* 7(1), 1-17.

- Yuliaty, T., Shafira, S.C., dan Akbar, M.R. 2020. Strategi UMKM Dalam Menghadapi Persaingan Bisnis Global (Studi Kasus Pada PT. Muniru Burni Telong). *Journal Management, Business, and Accounting*, 19 (3), 293-308. <https://doi.org/10.33557/mbia.v19i3.1167>
- Zafirah, dan Syaifullah. 2022. Analisa Strategi Pengembangan Bisnis Menggunakan Pendekatan SWOT Analysis dan Business Model Canvas. *Jurnal Ilmiah Rekayasa dan Manajemen Sistem Informasi*, 8(1), 67-77.