Frontier Agribisnis

OPEN ACCESS

e-ISSN 3048-1260

Jurnal Tugas Akhir Mahasiswa (JTAM)

https://ppjp.ulm.ac.id/journals/index.php/fag

ANALISIS *BUSINESS MODEL CANVAS* (BMC) PADA USAHA HATARA *COFFEE* DI KOTA BANJARBARU

Business Model Canvas (BMC) Analysis of The Hatara Coffee Business in Banjarbaru City

Anggia Dwi Yustianingsih[*a], Mira Yulianti[*b] dan Luki Anjardiani[*c]

[*]Program Studi Agribisnis/Jurusan SEP, Fakultas Pertanian, Universitas Lambung Mangkurat

Jl. A. Yani km.36, Banjarbaru 70714, Kalimantan Selatan

ABSTRAK

Kata Kunci

Business Model Canvas; Usaha; Kelayakan

Korespondensi

Corresponding author:

[b]mira.yulianti@ulm.ac.id

Author:

[a]anggaidwiy@gmail.com

[c]luki_didied@yahoo.com

Diterima: 01 Agustus 2024

Disetujui: 9 Agustus 2024 ,

Diterbitkan on-line : 30 September 2024

Hatara merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang *Coffee* shop yang menyediakan berbagai macam minuman kopi dan non-kopi. Selain itu, Hatara juga menawarkan makanan berat dan makanan ringan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Business Model Canvas* pada usaha Hatara *Coffee*. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Oktober 2023 hingga Mei 2024. Metode penarikan contoh yang digunakan yaitu metode studi kasus. Metode penarikan sampelnya menggunakan accidental sampling. Penelitian ini menggunakan 2 metode, yaitu metode kualitatif dan metode kuantitatif. Dalam analisis data yang digunakan, maka tujuan penelitian ini yaitu *menerapkan business model canvas* melalui 9 blok, yaitu *Customer Segments, Value Propositions, Channels, Customer Relationship, Revenue streams, key resources, key activities, key partnership*, dan *cost structure*. Hasil penelitian ini menunjukkan 9 blok *Business Model Canvas* yang digunakan usaha Hatara *Coffee* dalam melaksanakan bisnisnya dan mengetahui kelayakan usaha Hatara *Coffee* sebagai solusi dalam keberlangsungan usahanya.

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan perekonomian di negara Indonesia saat ini, pengaruh dari perkembangan teknologi menyebabkan perusahaan dalam perkembangannya dituntut untuk lebih kreatif dan inovatif, sehingga membuat semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, dengan semakin ketatnya tingkat persaingan maka dibutuhkan pula inovasi-inovasi terhadap produk, sehingga keunggulan bersaing dengan perusahaan lain dapat diraih. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa bertambah banyaknya jumlah barang yang ditawarkan kepada konsumen dan ditunjang dengan arus informasi tentang produk yang mudah diperoleh, menyebabkan mereka semakin selektif dalam membeli suatu barang. untuk dapat mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan, maka inovasi produk dapat dijadikan sebagai salah satu strategi dalam mencapai keunggulan bersaing dalam dunia pemasaran.

Dalam membuka sebuah usaha baru, para pengusaha memiliki tantangan dalam mempelajari apa yang diinginkan Konsumen di masa sekarang dan di masa mendatang, ini diperlukan karena usaha harus selalu berjalan maju, juga mengingat bahwa suatu *trend* akan berubah dari waktu ke waktu tanpa diduga.

Sebab itulah, dalam sebuah perusahaan diperlukan bagian bidang pemasaran yang khusus mempelajari konsumen dan pasar, dengan strategi yang tepat maka produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasaran (Ningrum., 2021).

Salah satu bidang yang mengalami persaingan cukup ketat adalah industri kopi. Industri kopi sangat populer di Indonesia karena kopi memberikan kontribusi yang besar Indonesia tercatat sebagai negara penghasil kopi terbesar ke-3 di dunia pada 2022/2023 yang telah memproduksi kopi sebanyak 11,85 juta kantong. Rinciannya, Indonesia memproduksi kopi arabika sebanyak 1,3 juta kantong dan kopi robusta sebanyak 10,5 juta kantong (Andrean W. Finaka, 2023).

Salah satu kota yang memiliki banyak Coffee Shop adalah Kota Banjarbaru. Dari pengamatan yang dilakukan Tumbuhnya Coffee Shop yang semakin menjamur disudut-sudut kota Banjarbaru.

Seiring berkembangnya kebiasaan masyarakat Banjarbaru, minum kopi dan suksesnya brand kopi, menginspirasi para pelaku usaha di Banjarbaru untuk memiliki usaha yang bergerak dalam bidang kedai kopi dengan berbagai nuansa contohnya Hatara Coffee. Hatara merupakan *Coffee Shop* yang didirikan oleh Anwar Fadillah yang berdiri pada tanggal 18 November 2021 yang berlokasi di Jl. Kembang Bakung No. 12, Loktabat Utara, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan.

Hatara adalah destinasi kopi yang menghadirkan pengalaman yang unik dan memikat di tengah gemerlap kota Banjarbaru. Dengan konsep yang memadukan sentuhan modern dan hangat, bagi para pecinta kopi dan pengunjung disambut dengan aroma segar kopi panggang dan suasana yang santai. Salah satu menu favorit Hatara *Coffee* yaitu Hatara Curry Katsu/*Rice Bowl*. Tidak hanya menyediakan minuman kopi tetapi Coffee Shop

Hatara *Coffee* juga menyediakan menu minuman non kopi seperti matcha, red velvet, chocolate, tea dan lain-lain dan dan menyajikan makanan ringan, seperti, *french fries, spring rolls, potato wedges, chicken wings* dll, maupun makanan berat seperti, *rice bowl*, nasi gila, nasi ayam asam manis dll, dengan jumlah keseluruhan menu yang ditawarkan sebanyak 51 menu. Selain itu Hatara *Coffee* juga menghadirkan ruang nyaman yang cocok untuk pertemuan sosial, pekerjaan, atau sekadar bersantai dengan teman-teman.

Pemilihan Hatara Coffee sebagai objek dalam penelitian ini karena Hatara Coffee merupakan sebuah kafe yang meskipun baru berdiri selama dua tahun, telah banyak dikenal di kalangan masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa Hatara Coffee memiliki daya tarik tersendiri yang patut untuk diteliti lebih lanjut, penelitian ini juga bertujuan untuk mengevaluasi stabilitas pendapatan Hatara Coffee. Hatara Coffee harus melakukan pembenahan dalam menjalankan bisnisnya, ditengah persaingan yang cukup ketat ini. Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di Hatara Coffee dengan menggunakan salah satu metode analisis pengembangan strategi bisnis yaitu Business Model Canvas (BMC) yang memiliki kelebihan adanya penilaian *value proposition* yang bisa diobservasi dari sebuah perusahaan.

Tujuan dan Kegunaan

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui penerapan Business Model Canvas (BMC) dan mengetahui kelayakan usaha Hatara *Coffee*.

Adapun hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan sebagai berikut:

1. Bagi peneliti, Penelitian ini berguna untuk menambah pengetahuan peneliti mengenai *business model canvas* terhadap sebuah *Coffee Shop*.
2. Bagi pembaca Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi mengenai *Business Model Canvas* terhadap *Coffee Shop*.
3. Bagi pemilik usaha Penelitian ini dapat menjadi masukan untuk mengembangkan lebih lanjut semua hal yang ada di dalam *Coffee* Shop, termasuk dengan penggunaan *Business Model Canvas.*

METODE

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Hatara *Coffee* yang berlokasi di Jl. Kembang Bakung No. 12, Loktabat Utara, Kecamatan Banjarbaru Utara, Kota Banjarbaru, Kalimantan Selatan. Lokasi penelitian ditentukan secara sengaja (*purposive sampling*). Penelitian ini dilakukan dari bulan Oktober 2023 sampai Juli 2024, dimulai dari

persiapan, pengumpulan data, pengolahan data sampai penyusunan laporan.

Jenis dan Sumber Data

Data yang dikumpulkan dari penelitian ini adalah berupa data primer dan sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan baik melalui observsi maupun melalui wawancara yaitu dengan pemilik usaha Hatara *Coffee*. Data sekunder, yaitu berupa dokumen-dokumen, perpustakaan, internet, surat kabar, jurnal dan lain sebagainya. Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengambil atau menggunakan sebagian/seluruhnya dari sekumpulan data yang telah dicatat atau dilaporkan.

Analisis Data

1. Langkah pertama adalah mengidentifikasi segmen pelanggan yang menjadi target utama usaha. Hatara *Coffee* perlu memahami siapa pelanggan potensialnya, apa kebutuhan dan preferensi mereka.
2. *Value Propositions*, yaitu nilai-nilai unik yang ditawarkan kepada setiap segmen pelanggan.
3. *Channels*, Menentukan saluran komunikasi dan distribusi yang akan digunakan untuk berinteraksi dengan pelanggan dan mitra bisnis..
4. *Customers relationship*, Membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan adalah kunci kesuksesan.
5. *Revenue streams*, Mengidentifikasi aliran dana yang akan diterima tempat usaha.
   Untuk menghitung penerimaan digunakan rumus sebagai berikut (Kasim, 2004):

   $$TR = Y \times Py \quad (1)$$

   dengan: TR penerimaan total Hatara *Coffee* (total revenue)(Rp)
   Y jumlah output atau hasil fisik Hatara *Coffee* (pcs)
   Py harga output Hatara *Coffee* (Rp/pcs)
6. *Key resources*, Mengidentifikasi sumber daya utama yang diperlukan untuk menjalankan bisnis.
7. *Key activities*, Menguraikan kegiatan-kegiatan utama yang diperlukan untuk menciptakan dan memberikan nilai kepada pelanggan.
8. *Key partnership*, Menjalin kemitraan dengan pihak-pihak yang mendukung bisnis Hatara *Coffee*.
9. Cost Structure, mendeskripsikan komponen-komponen biaya yang digunakan tempat usaha untuk menjalankan usahanya. Untuk menghitung biaya di rumuskan sebagai berikut (Kasim, 2004):

   $$TC = TFC + TVC \quad (2)$$

   dengan: TC *total cost* (biaya total Hatara *Coffee*) (Rp)
   TFC *total fixed* cost (biaya tetap usaha Hatara Coffee) (Rp)
   TVC *total variable cost* (biaya variabel Usaha Hatara Coffee) (Rp)

   Untuk input yang berbentuk barang modal yang tidak habis dalam satu kali proses produksi, maka perlu adanya perhitungan besarnya penyusutan. Dalam penelitian ini digunakan metode garis lurus (straight line method) dalam penentuan besarnya penyusutan, dinyatakan dengan rumus sebagai berikut:

   $$D = \frac{N_A - N_S}{U_p} \quad (3)$$

   dengan: D nilai penyusutan atau depresiasi barang modal tetap selama satu tahun usaha (Rp/tahun)
   NA nilai awal barang tetap yang sama dengan harga beli atau pengadaannya (Rp)
   NS nilai sisa dari barang modal tetap, yaitu nilainya pada saat sudah tidak terpakai atau berupa barang rongsokan (Rp)
   Up umur ekonomis penggunaan barang (tahun)

Untuk mengetahui tujuan kedua yaitu kelayakan usaha Hatara *Coffee* dilihat dari selisih penerimaan total (*total revenue*) dengan biaya total (*total cost*) secara matematis dapat dirumuskan sebagai berikut (Kasim, 2004):

$$R/C = \frac{TR}{TC} \quad (4)$$

dengan: R/C perbandingan antara penerimaan total dengan biaya total
TR *total revenue* (penerimaa n total usaha Coffee Shop Hatara) (Rp)
TC *total cost* (biaya total usaha Coffee Shop Hatara (Rp)

Ada tiga kriteria dalam perhitungannya, yaitu sebagai berikut:

a. Apabila R/C > 1 maka usaha tersebut menguntungkan.
b. Apabila R/C = 1 maka usaha tersebut tidak untung atau rugi (impas)
c. Apabila R/C < 1 maka usaha tersebut merugikan.

Dalam penelitian ini digunakan R/C ratio untuk menganalisis kelayakan usaha karena R/C ratio merupakan perbandingan antara penerimaan total (*Total Revenue*) dengan biaya total (*Total Cost*). Untuk keperluan penelitian ini *Total Revenue* pada usaha Hatara *Coffee* adalah penerimaan yang didapat Hatara *Coffee* selama periode penelitian, sedangkan *Total Cost* adalah seluruh biaya yang dikeluarkan selama proses produksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Business Model Canvas adalah alat yang digunakan menganalisis dan merencanakan bisnis secara lebih akurat dalam bentuk tabel sederhana yang mencakup sembilan elemen kunci. Dengan menggunakan BMC, Hatara *Coffee* dapat memetakan berbagai aspek penting dari bisnisnya, mulai dari segmen pelanggan hingga struktur biaya, sehingga dapat mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada.

Apabila digambarkan, *Business Model Canvas* (BMC) yang diaplikasikan oleh Hatara *Coffee* pada Gambar 1.

Key Partnership	***Key Activities***	***Value Propositions***	***Customer Relationships***	***Customer Segments***
1.Gofood (pemesanan *online*) 2.Demeter *fruit and vegetable* (Jasa keperluan *kitchen*) 3.Setara (sirup) 4.Kopi gang (kopi arabika) 5.Shopee (pembelian kopi robusta) 6.Es omah (es kristal) 7.Mitra sukses Sejahtera (susu Uht) 8.Ohaio supply (powder non-kopi)	1. Menjual minuman kopi, non kopi dan makanan/snack ***Key Resources*** 1. Bangunan Hatara *Coffee* 2. Peralatan dan fasilitas yang mendukung operasional harian kafe 3. Karyawan yang berjumlah 8 orang	1. Hatara *Coffee* yang buka setiap hari pada pukul 08.00-23.00 WITA 2. Berbagai varian menu yang beragam. Ada menu kopi dan non kopi. Ada juga makanan berat dan snack 3. Menyediakan area khusus seperti *meeting room, work space, smooking room indoor* yang tetap menggunakan ac, dan *outdoor*, musholla dan *toilet* yang bersih. 4. Tersedia *wifi* yang diakses kapan saja 5. Stop kontak di setiap sudut meja	1. Pelayanan yang ramah untuk membantu merekomendasikan menu kepada konsumen dan respon yang cepat memastikan konsumen tidak menunggu lama atas pelayanan mereka 2. menggunakan media sosial Instagram dan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan pelanggan. 3. Melakukan pembaharuan status penawaran dan promosi setiap hari melalui media social Instagram @Hatara.*coffee* 4. Menyediakan opsi pembayaran digital yang memudahkan pelanggan dalam bertransaksi ***Channel*** 1. Coffee shop Hatara 2. Sosial media Instagram untuk promosi 3. Social media whatsapp untuk melakukan reservasi secara online 4. Aplikasi Gofood untuk pembelian secara online	1. Segmentasi Demografis Pelanggan degan jenis kelami laki-laki 47% dan perempuan 53%. Dengan usia remaja sebanyak 23% , dewasa 70% dan pra lansia 7%. Tingkat pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebanyak 7%, SMA/Sederajat sebanyak 16% dan Sarjana sebanyak 77%, dan pendapatan rata-rata perbulan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 70%. 2. Segmentasi Geografis Pelanggan yang melakukan pembelian berjarak < 1 km – 5 km dari lokasi Hatara Coffee. 3. Segmentasi Psikografis Gaya hidup pelanggan yang menyukai untuk ke Hatara Coffee dengan melakukan pembelian di Hatara Coffee dengan rata-rata 1-2 kali dalam satu minggu 27% dan 63% tidak tentu.
Cost Structure			***Revenue Streams***	
1. Biaya Tetap sebesar Rp **104,405,244** B. Penyusutan (Rp 20,525,244), B.Sewa lahan parkir (Rp 3.000.000), B.Tenaga Kerja (Rp 78,600,000), dan B. Wifi (78,600,000) 2. Biaya Variabel sebesar Rp **285,689,500** B.Bahan Baku (Rp 144,557,000), B.Bahan Penolong (Rp 45,874,000), B.Listrik (Rp 23,625,000), B.Air (Rp 5,780,000), B.Kemasan (Rp 2,627,000), B.Pemeliharaan peralatan (Rp 2,100,000), B.Trasportasi (Rp 1,800,000) Biaya Pajak 10% (Rp 59,326,500)			1. Penerimaan Sebesar Rp 593,265,000 1) Makanan Berat (Rp 136,315,000) 2) *Snack* (Rp 57,115,000) 3) Minuman Kopi (Rp 227,355,000 4) Minuman Non Kopi (Rp 172,480,000)	

Analisis usaha Hatara *Coffee* dinyatakan layak karena RCR 1,52>1

Gambar 1. *Business Model Canvas* (BMC) yang diaplikasikan oleh Hatara *Coffee*
Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Karakteristik Responden

Berikut karakteristik responden Hatara *Coffee*

Tabel 1. Karakteristik konsumen Hatara *Coffee*

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase (%)
Laki-laki	14	47
Perempuan	16	53
Total	**30**	**100**

Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Remaja (10-19 tahun)	7	23
Dewasa (20-44 tahun)	21	70
Pra lanjut usia (45-59 tahun)	2	7
Total	**30**	**100**

Pendidikan Terakhir	Jumlah (orang)	Persentase (%)
SMP/Sederajat	2	7
SMA/Sederajat	5	16
Sarjana	23	77
Total	**30**	**100**

Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Pelajar	7	23
Mahasiswa	17	57
IRT, Wiraswasta/pengusaha, dan lainnya	6	20
Total	**30**	**100**

Pendapatan (perbulan)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
< Rp 500.000	2	7
Rp 500.000 – Rp 1.000.000	7	23
Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000	21	70
Total	**30**	**100**
Jarak	Jumlah (orang)	Persentase (%)
50 m – 1,5 km	8	27
1,6 km – 3,5 km	16	53
3,6 km – 5 km	6	20
Total	**30**	**100**
Frekuensi pembelian	Jumlah (orang)	Persentase (%)
Setiap hari	0	0
3-5 kali seminggu	3	10
1-2 kali seminggu)	8	27
Tidak tentu	19	63
Total	**30**	**100**

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Jenis kelamin. Mayoritas konsumen terdistribusi secara merata antara jenis kelamin laki-laki dan Perempuan. Dengan ini menunjukkan bahwa konsumen jenis kelamin laki-laki berjumlah 14 orang (47%) dan perempuan berjumlah 16 orang (53%).

Usia. Responden yang melakukan pembelian di Hatara *Coffee* sebagian besar berusia dewasa dengan rentang usia 20-44 tahun yaitu berjumlah 21 orang (70%).

Pendidikan terakhir. Pendidikan terakhir responden yang melakukan pembelian di Hatara *Coffee* sebagian besar yaitu SMA/Sederajat.

Pekerjaan. Pekerjaan responden yang melakukan pembelian di Hatara *Coffee* sebagian besar adalah mahasiswa.

Pendapatan rata-rata (perbulan). Pendapatan responden yang melakukan pembelian di Hatara *Coffee* sebagian besar memiliki pendapatan rata-rata perbulan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000.

Jarak tempat tinggal konsumen dari lokasi kafe. Segmentasi geografis. Hatara *Coffee* didasarkan pada jarak tempat tinggal konsumen dari lokasi kafe, responden yang melakukan pembelian di Hatara *Coffee* sebagian besar konsumen yang jarak tempat tinggalnya 1,6 km – 3,5 km dengan Hatara *Coffee*. Dari hasil penelitian kebanyakan konsumen tidak terlalu peduli dengan jarak tinggalkan, karna mereka memang menyukai dan ingin mencari tempat yang nyaman untuk bersantai di Hatara *Coffee*.

Frekuensi pembelian. Segmentasi psikografis didasarkan pada karakteristik psikologis dan gaya hidup konsumen. Dengan memahami segmen psikografis, Hatara *Coffee* dapat menyesuaikan produk dan strategi pemasaran untuk lebih efektif menarik konsumen yang sesuai dengan merek mereka.responden yang melakukan pembelian di Hatara *Coffee* sebagian 1-2 kali dalam seminggu, tetapi Sebagian besarnya tidak tentu.

Segmentasi Pelanggan (*Customer Segments*)

Untuk mengetahui hasil penelitian, dilakukan penentuan jumlah sampel berdasarkan lama waktu pengambilan data, yaitu selama 1 minggu. Dalam periode tersebut, berhasil dikumpulkan data dari 30 orang responden. Pengumpulan data dilakukan pada berbagai sesi waktu yang berbeda dengan tujuan untuk memperoleh responden yang bervariasi dari aspek seperti demografi yang terdiri dari jenis kelamin, usia, pendidikan terakhir, pekerjaan, pendapatan rata-rata perbulan, segmentasi geografis terdiri dari Jarak tempat tinggal konsumen dari lokasi kafe, dan psikografis terdiri dari frekuensi pembelian.

Proporsisi Nilai *(Value Propositions)*

Hatara *Coffee* menawarkan berbagai varian menu yang beragam. Menyediakan banyak pilihan untuk memenuhi berbagai selera dan preferensi pelanggan. Menu yang tersedia mencakup beragam jenis kopi, dari yang klasik hingga kopi susu, untuk pelanggan yang tidak menyukai kopi ada juga berbagai minuman non-kopi. Tidak hanya itu, sebagai pendamping minuman, Hatara *Coffee* juga menawarkan aneka snack seperti *French fries, toast, pancake* dan lain-lain, ada juga menu makanan berat seperti ricebowl untuk pelanggan yang mencari hidangan yang lebih mengenyangkan.

Hatara *Coffee* buka setiap hari dari pukul 08.00-23.00 WITA. Ini memberikan fleksibilitas dan kenyamanan bagi pelanggan yang ingin menikmati kopi atau makanan di berbagai waktu.

Ruangan diatur sedemikian rupa untuk memenuhi berbagai kebutuhan pelanggan, mulai dari area duduk yang nyaman untuk bersantai hingga meja kerja yang dilengkapi dengan sumber listrik bagi mereka yang ingin bekerja atau belajar di kafe. Untuk mendukung berbagai kegiatan pelanggan, Hatara *Coffee* menyediakan

area khusus seperti meeting room, work space, ruang ini privat untuk meeting atau diskusi kelompok kecil. Smooking room indoor yang tetap menggunakan ac, dan outdoor. Hatara *Coffee* juga dilengkapi dengan musholla yang bersih dan nyaman, menyediakan tempat bagi para pelanggan yang ingin menunaikan ibadah sholat tanpa harus meninggalkan kafe. Fasilitas tambahan ini dirancang untuk memenuhi kebutuhan beragam pelanggan dan meningkatkan kepuasan mereka.

Saluran *(Channels)*

Saluran Hatara *Coffee* yaitu pembelian secara langsung di tempat Hatara *Coffee* dan juga menyediakan layanan *take-away.* Jadi konsumen dapat bersantai di dalam caffe atau membawa pulang pesanan mereka.

Hatara *Coffee* juga menyediakan pelayanan melalui GoFood, sehingga bagi pelanggan yang tidak dapat datang langsung ke Hatara *Coffee*, tetap dapat memesan minuman dan makanan secara online dan mendapatkan pesanan mereka diantarkan langsung ke lokasi mereka

Hatara Coffe menggunakan media sosial Instagram dan Whatsapp sebagai sarana komunikasi dan promosi produknya. Hatara *Coffee* aktif dalam melakukan promosi melalui story instagram setiap harinya.

Hubungan Pelanggan *(Customer Relationship)*

Aspek kunci dalam bisnis, untuk membangun dan memelihara hubungan yang baik dengan pelanggan, Komunikasi menggunakan media sosial Instagram dan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan pelanggan Menginformasikan mereka tentang promosi, atau peluncuran produk baru. Menyediakan respons yang cepat dan solusi untuk setiap keluhan atau masalah yang dihadapi pelanggan. Memastikan kualitas Produk yang Konsisten seperti biji kopi yang digunakan selalu berkualitas dan segar. Terus mengembangkan menu dengan varian baru. Menyediakan opsi pembayaran digital yang memudahkan pelanggan dalam bertransaksi.

Arus pendapatan *(Revenue stream)*

Untuk sumber utama pendapatan Hatara *Coffee*, yaitu berasal dari penjualan produk (aliran pendapatan yang berasal dari jual beli), yaitu penjualan makanan dan minuman yang disediakan. Menu yang tersedia di Hatara *Coffee* terdiri dari 51 jenis, yang mencakup berbagai hidangan dan minuman yang dapat memuaskan selera berbagai pelanggan. Menu makanan di Hatara *Coffee* meliputi,

Tabel 2. Total penerimaan Hatara *Coffee* bulan Desember 2023-Mei 2024

No	Komponen Produk	Total Penerimaan (Rp)
1	Makanan Berat	136,315,000
2	Snack	57,115,000
3	Minuman Kopi	227,355,000
4	Minuman Non Kopi	26,775,000
Total penerimaan		**593,265,000**

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Sumberdaya Utama *(* Revenue stream*)*

Pada usaha Hatara Coffe sumberdaya utama yang menunjang jalannya usaha. Terutama dalam bentuk aset fisik. Hatara *Coffee* dirancang agar memiliki daya tarik seperti kaca miror selfie, sehingga sangat cocok untuk diabadikan dalam foto dan diunggah di media sosial seperti Instagram. Setiap sudut ruangan didekorasi dengan estetika, menciptakan suasana yang instagrammable.

Aset Hatara *Coffee* juga meliputi ragam menu yang menjadi ciri khas dan daya tarik utama kafe ini. Salah satu menu andalan adalah berbagai varian kopi susu yang unik, seperti Kokumi, Megumi, dan Hanabi, yang telah menjadi ikon dari Hatara *Coffee*. Selain kopi, Hatara *Coffee* juga dikenal dengan hidangan Hatara Ricebowl yang terdiri dari chicken katsu dengan berbagai varian saus yang menjadi ciri khas kafe ini.

Aset Manusia/Human Resource. Selain aset fisik, aset manusia juga merupakan sumber daya utama yang sangat penting bagi Hatara *Coffee*. Karyawan yang dimiliki Hatara *Coffee* sementara ini berjumlah 8 orang, terdiri dari:

1. Barista (4 Orang): Barista bertanggung jawab untuk menyiapkan dan menyajikan berbagai jenis minuman kopi dan non-kopi dengan keterampilan dan keahliannya.
2. Kitchen Area (4 Orang): Tim dapur yang bertugas menyiapkan dan memasak berbagai menu makanan yang tersedia, memastikan setiap hidangan yang disajikan berkualitas dan sesuai dengan standar.

Selain keindahan dan kenyamanan ruangan, Hatara *Coffee* juga menyediakan fasilitas umum yang penting bagi kenyamanan konsumen. Toilet yang bersih dan terpisah anatara lawan jenis,

memberikan kenyamanan ekstra bagi konsumen. Musholla yang nyaman dengan tempat wudhu yang bersih juga tersedia, memastikan bahwa pengunjung Muslim dapat menjalankan ibadah dengan tenang dan nyaman dan juga area parkir yang cukup luas.

Aktivitas Kunci (*Key Activities*)

Aktivitas kunci Hatara *Coffee* mencakup berbagai kegiatan penting yang memastikan operasional bisnis berjalan lancar dan sukses. Aktivitas-aktivitas ini meliputi jual beli berbagai produk, baik kopi maupun non-kopi, serta makanan berat dan ringan. Proses ini melibatkan pemilihan biji kopi terbaik yang kemudian diolah dengan teknik yang tepat untuk menghasilkan rasa yang konsisten. Berbagai varian kopi, termasuk kopi susu spesial seperti Kokumi, Megumi, dan Hanabi, merupakan hasil dari aktivitas ini, memberikan pelanggan pilihan yang beragam dan sesuai dengan selera mereka.

Kemitraan Utama (*Key Partnership*)

Hatara *Coffee* bekerja sama dengan beberapa supplier yang telah terbukti mampu memenuhi kebutuhan bahan baku mereka dengan baik. Kopi arabica yang digunakan di Hatara *Coffee* berasal dari Pulau Jawa. Untuk kopi robusta, Hatara *Coffee* memperolehnya dari Kopi Gang. Alasan mengambil tersebut karena kualitas biji kopinya yang sesuai dengan standart yang diinginkan oleh Hatara *Coffee*. Susu yang digunakan untuk berbagai minuman kopi diambil dari Mitra Sejahtera, yang memastikan pasokan susu segar dan berkualitas.

Selain itu, berbagai jenis sirup yang digunakan untuk menambah rasa pada minuman juga dipasok oleh Setara Supply. Beberapa produk dari Setara Supply yang digunakan oleh Hatara *Coffee* termasuk sirup Delifru butterscotch, sirup Delifru hazelnut, sirup Delifru peach, sirup Delifru mangga, dan sirup Delifru raspberry. Hatara *Coffee* juga mendapatkan powder red velvet dan liquid lemon mix kiwi dari Setara Supply. Untuk produk powder lainnya seperti powder coklat dan powder matcha, Hatara *Coffee* bekerja sama dengan Ohaio Supply. Selain itu, untuk bahan baku di dapur dan keperluan lainnya, Hatara *Coffee* mempercayakan pemasokannya kepada Demeter Fruit and Vegetable, yang menyediakan berbagai macam daging dan sayuran segar serta bahan-bahan lainnya yang digunakan dalam menu makanan mereka. Dengan jaringan pemasok ini, Hatara *Coffee* mampu menjaga kualitas dan konsistensi produk yang mereka tawarkan kepada pelanggan, memastikan bahwa setiap cangkir kopi dan setiap hidangan yang disajikan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Dukungan dari para pemasok ini memungkinkan Hatara *Coffee* untuk terus berinovasi.

Struktur Biaya *(Cost Structure)*

Struktur biaya (*cost structure*) merupakan blok yang mencakup pemerataan biaya untuk mengoprasikan bisnis. Pada Hatara *Coffee* terdapat dua biaya yang harus dikeluarkan, yaitu biaya tetap *(fixed cost)* dan biaya variabel *(variable cost)*.

Biaya tetap (*fixed cost*). Jumlah biaya tetap yang dikeluarkan usaha Hatara *Coffee* pada bulan Desember 2023-Mei 2024 dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 3. Jumlah biaya tetap usaha Hatara *Coffee* pada bulan Desember 2023-Mei 2024

No	Komponen Biaya	Biaya/ bulan (Rp)
1	B. Penyusutan	20,525,244
2	B.Sewa lahan parkir	3,000,000
3	B. Tenaga kerja	78,600,000
4	B. Wifi	2,280,000
	Total	**104,405,244**

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Pada tabel 9. Secara keseluruhan, rincian biaya tetap yang dikeluarkan oleh Hatara *Coffee* menunjukkan bahwa biaya tenaga kerja adalah yang paling signifikan, diikuti oleh biaya sewa lahan parkir, biaya penyusutan, dan biaya wifi. Biaya-biaya ini perlu dikelola dengan baik untuk memastikan operasional Hatara *Coffee* dapat berjalan lancar tanpa hambatan finansial.

Biaya variabel (*variable cost*). Biaya variabel adalah biaya yang berubah seiring dengan tingkat produksi atau aktivitas bisnis. Ini berarti bahwa semakin banyak barang atau jasa yang diproduksi, semakin tinggi biaya variabel yang harus dikeluarkan, dan sebaliknya. Pada Hatara *Coffee*, biaya variabel mencakup berbagai komponen penting yang langsung berpengaruh terhadap proses produksi dan operasional.
Berdasarkan Tabel 4, keseluruhan biaya variabel yang harus dikeluarkan Hatara *Coffee* pada Desember 2023 hingga Mei 2024 adalah sebesar Rp 285.689.500. Dari total biaya variabel

tersebut, biaya bahan baku merupakan komponen terbesar, mencapai Rp 144.557.000.

Tabel 4. Biaya variabel Hatara *Coffee* bulan Desember 2023-Mei 2024

No	Komponen Biaya	Biaya/bulan (Rp)
1	B.Bahan Baku	144,557,000
2	B.Bahan Penolong	45,874,000
3	B.Listrik	23,625,000
4	B.Air	5,780,000
5	B.Kemasan	2,627,000
6	B.Pemeliharaan peralatan	2,100,000
7	B.Trasportasi	1,800,000
8	Biaya Pajak 10%	59,326,500
Total		**285,689,500**

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Biaya total *(total cost).* Biaya total merupakan biaya yang mencakup semua pengeluaran yang diperlukan untuk menjalankan operasional usaha dalam periode tertentu. Biaya total terdiri dari dua komponen utama, yaitu biaya tetap dan biaya variabel.

Tabel 5. Jumlah biaya total usaha Hatara *Coffee* pada bulan Desember 2023-Mei 2024

No	Komponn Biaya	Jumlah Biaya (Rp)
1.	Biaya Tetap	104,405,244
2.	Biaya Variabel	285,689,500
	Total Biaya	**390.096.744**

Sumber: Pengolahan data primer (2024)

Berdasarkan Tabel 5. Penjumlahan total biaya tetap dan biaya variabel didapat total biaya usaha Hatara *Coffee* pada bulan Desember 2023-Mei 2024 sebesar Rp 390.094.744.

Kelayakan Usaha Hatara *Coffee*

Revenue Cost Ratio (RCR) merupakan perbandingan antara penerimaan dan biaya total. Perhitungan *Revenue Cost Ratio* (RCR) usaha Hatara *Coffee* pada bulan Desember 2023-Mei 2024 dapat dilihat pada Tabel 12 berikut.

Tabel 6. Kelayakan usaha Hatara *Coffee* bulan Desember 2023-Mei 2024

No.	Keterangan	Jumlah (Rp)
1.	Penerimaan	593,265,000
2.	Biaya total	390.094.744
	RCR	**1,52**

Sumber data**:** Pengolahan data primer (2024)

Pada Tabel 6, Diperoleh keuntungan dari bulan Desember 2023-mei 2024 sebesar Rp 203.170.256, dengan keuntungan rata-rata perbulan yaitu Rp 33.861.709,3. Dengan perhitungan *Relative Cost Ratio* (RCR) sebesar 1,52. Nilai RCR sebesar 1,52 ini menunjukkan bahwa penerimaan usaha Hatara *Coffee* lebih besar dibandingkan dengan biaya total yang dikeluarkan, karena nilai RCR lebih besar dari satu (1,5 > 1).

RCR = 1,52 artinya setiap Rp 1 yang dikeluarkan akan mendapatkan penerimaan sebesar Rp 1,52 atau dikatakan setiap Rp 1 akan mendapatkan keuntungan sebesar Rp 0,52. Dapat disimpulkan bahwa secara finansial, usaha Hatara *Coffee* layak untuk dijalankan. Keberhasilan dalam mencapai RCR yang lebih tinggi dari 1 menandakan bahwa usaha ini tidak hanya mampu menutupi semua biaya operasional dan produksi, tetapi juga menghasilkan keuntungan yang signifikan. Ini menunjukkan efisiensi dan efektivitas dalam pengelolaan biaya serta potensi keberlanjutan dan perkembangan usaha Hatara *Coffee* di masa mendatang.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada hatara *Coffee*, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Blok segmentasi pelanggan (costumer segments) Yaitu blok segmentasi pelanggan degan jenis kelami laki-laki 47% dan perempuan 53%. Dengan usia remaja sebanyak 23% , dewasa 70% dan pra lansia 7%. Tingkat pendidikan terakhir SMP/Sederajat sebanyak 7%, SMA/Sederajat sebanyak 16% dan Sarjana sebanyak 77%, dan pendapatan rata-rata perbulan Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000 sebanyak 70%. Pelanggan yang melakukan pembelian berjarak < 1 km – 5 km dari lokasi Hatara *Coffee*. Gaya hidup pelanggan yang menyukai untuk ke Hatara *Coffee* dengan melakukan pembelian di Hatara *Coffee* dengan rata-rata 1-2 kali dalam satu minggu 27% dan 63% tidak tentu.
2. Blok Proporsisi nilai (*Value Propositions*). Berbagai varian menu yang beragam. Ada menu kopi dan non kopi. Ada juga makanan berat dan snack, menyediakan area khusus seperti meeting room, work space, tersedia wifi yang bisa diakses kapan saja, stop kontak

di setiap sudut meja, musholla dan toilet yang bersih.

3. Blok saluran (channel). Hatara *Coffee* yang buka setiap hari, sosial media Instagram untuk promosi, social media whatsapp untuk melakukan reservasi secara online, aplikasi Gofood untuk pembelian secara online.
4. Blok hubungan pelanggan (*Customer Relationship*s). Blok hubungan pelanggan (*Customer Relationships*). Pelayanan yang ramah dan respon yang cepat, menggunakan media sosial Instagram dan Whatsapp untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Menginformasikan mereka tentang promosi, atau peluncuran produk baru, menyediakan opsi pembayaran digital yang memudahkan pelanggan dalam bertransaksi.
5. Blok arus pendapatan (*Revenue stream*s). Makanan berat, snack, minuman kopi, minuman non kopi.
6. Blok sumberdaya utama (key resources). Bangunan Hatara *Coffee*, peralatan dan fasilitas yang mendukung operasional harian kafe, karyawan yang berjumlah 8 orang
7. Blok aktivitas kunci (key activities). Memproduksi minuman kopi, non kopi dan makanan/snack, menjual minuman kopi, non kopi dan makanan/snack
8. Blok kemitraan utama (key partnership). Gofood, demeter fruit and vegetabel, setara kopi, shopee, kopi gang, es omah, mitra sukses sejahtera, ohaio supply
9. Blok struktur biaya (cost structure). biaya tetap yaitu biaya penyusutan sebesar Rp 20.525.244, biaya sewa lahan parkir Rp 3.000.000, biaya tenaga kerja sebesar Rp 78.600.000. dan biaya wifi sebesar Rp 2.280.000, Biaya variabel yaitu biaya bahan baku sebesar Rp 144.557.000, biaya bahan penolong sebesar Rp 45.874.000, biaya listrik sebesar Rp 23.625.000, biaya air sebesar Rp 5.780.000, biaya penggunaan kemasan sebesar Rp 2.627.000, biaya pemeliharaan peralatan sebesar Rp 2.100.000, biaya transportasi sebesar Rp 1.800.000 dan biaya pajak penjualan 10% sebesar Rp 59.328.500..
10. Kelayakan usaha Hatara *Coffee* pada bulan Desember 2023-Mei 2024 yaitu sebesar 1,52. Hal ini menunjukkan Hatara *Coffee* menguntungkan dan layak untuk dijalankan, karena RCR >1.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian pada Hatara *Coffee* maka dapat disarankan yaitu sebagai berikut:

1. Untuk ruangan *workspace* disarankan untuk dilakukan renovasi. Kursi dan meja yang masih menggunakan kayu dengan pinggirannya yang tajam saat ini membuat pelanggan tidak terlalu nyaman jika duduk terlalu lama. Oleh karena itu, mengganti furnitur seperti yang memiliki sudut-sudut tumpul dan bahan yang lebih lembut atau dilapisi, diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan pelanggan sehingga mereka merasa betah berlama-lama di kafe.
2. Untuk saluran/channel, saat ini Hatara *Coffee* hanya bekerja sama dengan GoFood. Ke depan, akan sangat bermanfaat untuk memperluas kemitraan ini Untuk saluran/channel, saat ini Hatara *Coffee* hanya bekerja sama dengan GoFood. Ke depan, akan sangat bermanfaat untuk memperluas kemitraan ini dengan mengintegrasikan layanan pengantaran lainnya seperti GrabFood dan Maxim. Dengan adanya variasi dalam opsi pengantaran, Hatara *Coffee* dapat menjangkau lebih banyak konsumen, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan penjualan yang lebih signifikan. Selain itu, agar tidak bergantung pada satu platform saja, sehingga bisnis menjadi lebih stabil dan adaptif terhadap perubahan pasar.
3. Sebaiknya Hatara *Coffee* memperluas lagi media promosinya tidak hanya melalui instagram saja misalnya bisa melalui tiktok atau mungkin lebih memperluas untuk melakukan endors kepada para influencer di kota Banjarbaru.
4. Untuk interaksi antara karyawan dan pelanggan sendiri masih bisa ditingkatkan, tidak hanya melakukan pelayanan penjualan saja, tetapi bisa ditingkatkan mungkin berupa promo promo menarik berupa voucher kepada konsumen yang baru pertama kali mengunjungi Hatara *Coffee* atau konsumen setia dan bisa juga untuk pelanggan yang sedang berulang tahun. Karna dengan cara tersebut bisa membangun loyalitas pelanggan yang lebih kuat, karena pelayanan yang ramah saja tidak cukup.
5. Sebaiknya Hatara *Coffee* melakukan kontrak dengan para mitra karena beberapa alasan penting. Pertama, kontrak formal memberikan kejelasan mengenai tanggung jawab, hak, dan kewajiban kedua belah pihak,

sehingga mengurangi risiko kesalahpahaman dan memastikan setiap pihak memahami peran dan harapan mereka. Selain itu, kontrak jangka panjang dengan mitra dapat memberikan stabilitas bisnis, memastikan pasokan bahan baku atau layanan yang konsisten dan dapat diandalkan.

6. Dikarenakan jam buka Hatara *Coffee* yang cukup pagi, disarankan untuk diadakan menu khusus breakfast nusantara. Menyediakan menu sarapan khas Indonesia dapat menarik pelanggan yang mencari pilihan sarapan di pagi hari. Menu breakfast nusantara juga dapat menambah daya tarik Hatara *Coffee*, membedakannya dari kafe lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Andrean W. Finaka. (2023). *Negara Penghasil Kopi Terbesar*. Indonesiabaik.Id. https://indonesiabaik.id/infografis/negara-penghasil-kopi-terbesar.

Kasim, A.S. 2004. Petunjuk Menghitung Keuntungan dan Pendapatan Usahatani. Jurusan Sosial Ekonomi Pertanian Fakultas Pertanian. Universitas Lambung Mangkurat. Banjarbaru

Ningrum, Y. A. K., Wilda, K., & Anjardiani, L. (2021). Analisis kualitas pelayanan kedai Kopi Janji Jiwa Banjarbaru. *Frontier Agribisnis*, *5*(4).