

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Efrata Coffe Bajawa merupakan usaha yang bergerak di bidang *kulier* yang menjual kopi dalam bentuk yang sudah menjadi bubuk atau sudah digiling halus dan roast bean yang di kemas dengan berat 100g, 250g, dan 500g. Kopi yang di olah merupakan kopi asli khas daerah Bajawa NTT. Efrata coffe di roasting menjadi 3 tingkat kematangan kopi , yaitu *light*, *medium*, dan *dark roast*. Proses ini berfungsi membentuk rasa asli dari biji kopi. Biji yang tidak di-roasting terlebih dahulu akan memiliki rasa yang sangat pahit saat diseduh. Efrata coffe di dirikan pada bulan November tahun 2019. Alasannya beridrinya usaha ini adalah agar nilai jual kopi arabika bajawa lebih baik, karena selama ini yang di jual adalah biji kopi yang blom di proses atau menjual biji kopi dalam bentuk biji yang belum di roasting maupun yang belum menjadi kopi bubuk, kemudian membantu para konsumen agar lebih mudah dalam mencari kopi arabika bajawa yang sudah di packing dengan kemasan yang sudah di siapkan.

Rumusan Masalah

Penelitian ini ditujukan untuk menganalisa perkembangan usaha Efrata Coffee dalam factor internal (kekuatan dan kelemahan) dan eksternal (peluang dan ancaman) dengan menggunakan menggunakan SWOT yang dapat mempengaruhi usaha efrata coffee, kemudian menggunakan pengembangan model bisnis BMC yang tersusun dalam 9 blok yaitu *customer segment*, *value proposition*, *customer relationship*, *key partnership*, *key activittes*, *key resources* dan *cost structure* serta *revenue stream*. Pendekatan BMC diperlukan sebagai alat bantu visualisasi atas upaya penyusunan strategi pengembangan usaha efrata coffee untuk mengoptimalkan dalam pelayanan usaha dan dapat meningkatkan produktivitas usaha efrata coffe