

ABSTRAK

Kaki Bukit *Coffee* adalah sebuah *coffee shop* yang berlokasi di Kabupaten Bandung Barat, tepatnya di Jl. Maribaya No.16, Kayuambon, Kecamatan Lembang, yang didirikan pada tanggal 16 Desember 2018. *Coffee shop* ini menawarkan berbagai jenis minuman dan makanan. Namun, Kaki Bukit *Coffee* menghadapi beberapa tantangan, termasuk tidak tercapainya target pendapatan. Tantangan ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya kemampuan pegawai, keterbatasan kapasitas tempat, kurangnya inovasi produk, banyaknya kompetitor, pengaruh faktor cuaca, strategi promosi yang kurang optimal, serta terbatasnya penggunaan media promosi hanya melalui Instagram. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengatasi masalah yang dihadapi oleh Kaki Bukit *Coffee* melalui evaluasi dan perancangan model bisnis baru menggunakan metode *Business Model Canvas* (BMC). Proses perbaikan dimulai dengan pengumpulan data mengenai kondisi model bisnis saat ini, termasuk *customer profile* yang diperoleh melalui kuesioner dan analisis lingkungan bisnis melalui studi literatur. Selanjutnya, dilakukan analisis SWOT untuk memahami kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari aspek internal maupun eksternal, serta identifikasi *value proposition canvas* untuk merumuskan strategi yang tepat. Beberapa usulan yang diajukan untuk dapat menyelesaikan permasalahan seperti pada blok *value proposition*, usulan mencakup peningkatan variasi produk, penawaran variasi ukuran gelas dan *topping*, serta penyediaan paket *bundling*. Pada blok *customer segments*, fokusnya adalah meningkatkan jumlah pelanggan lembang. untuk *channels*, usulan mencakup peningkatan penggunaan aplikasi pesan antar makanan *online* seperti GoFood, peningkatan promosi melalui media sosial seperti instagram, penambahan *platform* ShopeeFood dan TikTok, serta penampilan daftar menu dan linktr.ee di profil instagram. Pada blok *customer relationship*, usulan mencakup penawaran diskon dan promo, penyediaan promosi khusus untuk penduduk lokal, serta penyediaan koneksi WiFi. dalam blok *key activities*, peningkatan aktivitas penjualan dan pemasaran, penambahan program pelatihan dan pengembangan SDM, serta peningkatan fasilitas *indoor* dan *outdoor*. di blok *key partners*, yaitu meningkatkan kerjasama dengan *supplier* bahan baku. sementara itu, pada blok *cost structure*, usulan mencakup

penambahan biaya untuk peningkatan fasilitas *indoor* dan *outdoor*, biaya pelatihan dan pengembangan SDM, serta biaya untuk koneksi WiFi. Terakhir, di blok *revenue streams*, fokusnya adalah pada peningkatan penjualan produk secara *offline* dan *online*.

Kata Kunci: *Business Model Canvas, Analisis SWOT, Customer Profile, Model Bisnis, Analisis Lingkungan Bisnis, Value Proposition Canvas*