

ABSTRAK

Cafe Kopi Klotok Tako merupakan Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) yang mengusung konsep tradisional-modern dan telah memiliki pelanggan tetap. Namun, proses bisnis yang dijalankan belum memanfaatkan teknologi secara optimal, seperti dalam pencatatan stok, reservasi, dan strategi promosi, sehingga menghambat efisiensi dan pertumbuhan usaha. Kondisi tersebut penting untuk diteliti karena meningkatnya persaingan industri kedai kopi di Indonesia menuntut pelaku UMKM untuk lebih adaptif terhadap digitalisasi. *Cafe* ini masih menghadapi kesenjangan antara operasional manual yang berjalan saat ini dengan kebutuhan pasar yang dinamis dan digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan memetakan model bisnis menggunakan *Business Model Canvas* (BMC), kemudian dievaluasi menggunakan SWOT untuk merumuskan isu strategis. Solusi yang dikembangkan berupa model bisnis baru (BMC 2.0) yang mencakup sistem reservasi digital, promosi terstruktur, program loyalitas, dan pengelolaan data pelanggan. Model bisnis baru telah divalidasi oleh *stakeholder* dan *expert*, dan dinilai relevan untuk diterapkan secara bertahap. Solusi ini berkontribusi dalam meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing UMKM di sektor FnB terutama kedai kopi melalui strategi berbasis digital.

Kata Kunci: *Business Model Canvas*, Digitalisasi, FnB, Strategi Bisnis, SWOT