

ABSTRAK

Indonesia merupakan salah satu negara dengan penghasil kopi terbaik di dunia dengan memiliki beraneka ragam cita rasa biji kopi yang dihasilkan sehingga memiliki kualitas rasa yang baik dan diminati oleh banyak negara. Tidak hanya mencukupi kebutuhan dalam negeri, Indonesia juga banyak melakukan ekspor kopi ke negara lain serta mencatatkannya menjadi negara pengekspor kopi teratas nomor empat setelah Brazil, Vietnam, dan Colombia pada tahun 2020.

Sejalan dengan hal ini, banyak pula bermunculan kedai kopi di beberapa kota di Indonesia dikarenakan banyaknya variasi kopi yang dapat dikreasikan sehingga lambat laun dapat menjadikan kopi itu sendiri menjadi produk yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia di setiap harinya. Dengan maraknya kedai kopi yang bermunculan sehingga mengakibatkan adanya perubahan gaya hidup konsumtif yang terjadi pada beberapa konsumen.

Banyak anak muda yang menjadikan kedai kopi sebagai wadah untuk berkumpul bersama teman, kerabat, kolega dll sehingga menjadikan kedai kopi sebagai destinasi favorit anak muda. Berdasarkan peluang tersebut, menjadikan kedai kopi dapat dibidang sebagai bisnis yang prospek untuk dijalankan, sehingga dilakukanlah observasi kepada masyarakat Kota Pekanbaru tentunya dengan konsep yang belum ada sebelumnya.

Rancangan model bisnis Kyla Coffee ini dibuat dengan menggunakan metode survei dan juga dilengkapi dengan wawancara sehingga dapat mengetahui secara menyeluruh apa yang konsumen butuhkan untuk menjadikan kedai kopi ini favorit di kalangan anak muda. Selain itu, penelitian ini juga menganalisa aspek finansial dengan menunjukkan NPV bernilai positif, IRR 8% dan juga PP selama empat tahun satu bulan.

Kata kunci: kopi, kedai kopi, model bisnis

ABSTRACT

Indonesia is one of the largest coffee producers globally, providing a wide range of tastes of coffee beans that have an excellent taste and are in high demand in many countries. Indonesia not only meets internal demands but also sells a huge amount of coffee to other countries, making it the fourth-largest coffee exporting country in 2020, after Brazil, Vietnam, and Colombia.

As a result of the various types of coffee that may be produced, many coffee shops have cropped up in several Indonesian cities, indicating that coffee is progressively becoming a product enjoyed by many Indonesians daily. As a result of the development of coffee shops, some consumers consumption habits have shifted.

Coffee shops are a popular gathering place for many youngsters, who utilize them to meet up with friends, relatives, coworkers, and other colleagues. Making coffee shops may be regarded a potential company to operate based on these prospects, thus an observation was made to the people of Pekanbaru City, of course with a concept that did not exist before.

The Kyla Coffee business model was created utilizing a survey approach and interviews in order to fully understand what customers want in order for this coffee shop to become a favorite among young people. Furthermore, this study examines the financial element by demonstrating a positive NPV, 8% IRR, and PP for four years and one month.

Keywords: Coffee, Coffee Shop, Business Model