

INTISARI

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan model bisnis yang dilakukan oleh kedai kopi dengan praktik ramah lingkungan yang ada di Yogyakarta. Terdapat empat belas elemen model bisnis yang menjadi indikator yakni, tata kelola, tujuan jangka panjang, tujuan jangka pendek, pengukuran dampak, pengukuran hasil, pelanggan dan penerima manfaat, pemangku kepentingan yang tidak ditargetkan, saluran, keterikatan pelanggan dan penerima manfaat, aktivitas kunci, sumberdaya kunci, proposisi nilai sosial, struktur biaya dan pendapatan.

Obyek penelitian ini adalah empat kedai kopi yang teridentifikasi menerapkan praktik ramah lingkungan. Responden dalam penelitian ini adalah pemilik atau pengelola dari keempat kedai kopi. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara semi terstruktur. Data untuk penelitian ini diperoleh dengan menggunakan data primer yang dikumpulkan dari wawancara dan data sekunder yang didapatkan melalui publikasi sosial media dan hasil observasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa model bisnis keempat kedai kopi yang menerapkan praktik ramah lingkungan di Yogyakarta memiliki kesamaan pada elemen tata kelola, pelanggan dan penerima manfaat, pemangku kepentingan yang tidak ditargetkan, saluran, keterikatan pelanggan dan penerima manfaat, aktifitas kunci, sumberdaya kunci, pendapatan dan struktur biaya. Sementara itu, latar belakang pemilik kedai kopi yang berbeda-beda menyebabkan adanya perbedaan pada proposisi nilai sosial, tujuan jangka panjang, pengukuran dampak, tujuan jangka pendek dan pengukuran hasil.

Kata Kunci: Kedai Kopi, Ramah Lingkungan, *Social Enterprise Model Canvas*, Model Bisnis

ABSTRACT

Increasing of consumer attention to environmental issues makes environmentally products considered to be one of solution that can be done by enterprise, both large-scale and small-medium enterprises. Using sapulu coffee, svarga flora, tiga roepa and dongeng kopi as case studies, this study explores how the environmentally friendly business model applied by the environmentally friendly coffee shops in Yogyakarta.

This study use 14 elements of social enterprise model canvas to compare these environmentally friendly coffee shops. Semi-structured interview with the coffee shop managers were conducted to find out the business model applied through its business model canvas. This qualitative research is also supported by social media publications and observation result as secondary data.

The study found that business model of these four green coffee shop in Yogyakarta have similarities in elements governance, customer dan beneficiaries, non-targeted stakeholder, channels, customer dan beneficiaries engagement, key activities, key resources, income and cost structured. On the other hand, different coffee shops owner background cause differences in social value proposition, mission values, impact measures, objectives, and output measures.

Keywords: Coffee Shop, Environmentally Friendly, Social Enterprise Model Canvas, Business Model