



ABSTRAK

Industri kopi di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Fenomena ini didorong oleh meningkatnya popularitas kopi di kalangan masyarakat, terutama di kalangan generasi muda yang menjadi konsumen utama. Konsep kopi keliling telah muncul sebagai sebuah inovasi yang menawarkan berbagai keunggulan yang membuatnya sangat menarik bagi konsumen, khususnya di kalangan mahasiswa, pekerja kantoran, dan wisatawan. Kopi keliling menyediakan kemudahan akses dan harga yang relatif lebih terjangkau dibandingkan dengan kafe tradisional. Selain itu, kopi keliling menawarkan pengalaman pelanggan yang unik dan interaktif, di mana pelanggan dapat berinteraksi langsung dengan barista dan menikmati kopi di berbagai lokasi yang berbeda. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk merancang model bisnis “Kopi Keliling Koffieniti”. Analisis dilakukan menggunakan kerangka *Business Model Canvas* (BMC) yang terdiri dari sembilan elemen penting dari model bisnis, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, arus pendapatan, sumber daya utama, aktivitas kunci, kemitraan utama dan struktur biaya. Selain itu penelitian ini menggunakan peta empati yang terdiri dari enam elemen penting yaitu *see, hear, think and feel, say and do, pain*, dan gain elemen-elemen tersebut digunakan untuk lebih memahami dalam keinginan, kebutuhan, dan permasalahan pelanggan potensial. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang didukung dengan metode kuantitatif, Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara kepada dua kompetitor bisnis sejenis dan 2 calon pelanggan serta menggunakan survei kepada 31 responden dengan kriteria tertentu. Hasil penelitian ini meliputi gambaran dari perancangan model bisnis Kopi Keliling Koffieniti dalam bentuk kanvas model bisnis, peta empati, dan analisis finansial. Berdasarkan hasil analisis finansial, didapatkan nilai NPV yang positif dengan keuntungan sebesar Rp 476.251.258, IRR sebesar 45,70%, dan PP selama 2 tahun 7 bulan. Sehingga dengan hasil tersebut dapat dipastikan bahwa bisnis Kopi Keliling Koffieniti layak untuk dijalankan

Kata kunci: kopi keliling, kanvas model bisnis, peta empati, analisis kelayakan finansial



ABSTRACT

The coffee industry in Indonesia has experienced rapid growth in recent years. This phenomenon is driven by the increasing popularity of coffee among the public, especially among young people who are the main consumers. The concept of "Kopi Keliling" (mobile coffee) has emerged as an innovation offering various advantages that make it very attractive to consumers, particularly students, office workers, and tourists. Kopi Keliling provides easy access and relatively affordable prices compared to traditional cafes. Additionally, Kopi Keliling offers a unique and interactive customer experience, where customers can interact directly with baristas and enjoy coffee in various locations. Therefore, this study aims to design a business model for "Kopi Keliling Koffieniti". The analysis was conducted using the Business Model Canvas (BMC) framework, which consists of nine essential elements of a business model: customer segments, value propositions, distribution channels, customer relationships, revenue Streams, key Resources, key activities, key Partnerships, and cost Structure. Furthermore, this research uses the empathy map, which consists of six key elements: see, hear, think & feel, say & do, pain, and gain. These elements are used to better understand the desires, needs, and problems of potential customers. This study employs a qualitative method supported by a quantitative method. Data collection was carried out through interviews with two competitors and two potential customers, as well as surveys with 31 respondents with specific criteria. The results of this study include a description of the business model design for Kopi Keliling Koffieniti in the form of a Business Model Canvas, empathy map, and financial analysis. Based on the financial analysis results, a positive NPV value with a profit of Rp476,251,258, an IRR of 45.70%, and a payback period of 2 years and 7 months was obtained. Therefore, it can be concluded that the Kopi Keliling Koffieniti business is feasible to run.

Keywords: mobile coffee, business model canvas, empathy map, financial feasibility analysis