

## INTISARI

Perkembangan industri kopi di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Pekanbaru, menunjukkan tren peningkatan konsumsi kopi siap minum (*ready-to-drink*). Untuk mengakomodasi kebutuhan konsumen yang menginginkan kemudahan dan kepraktisan, model distribusi melalui vending machine menjadi solusi inovatif yang menjanjikan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang model bisnis vending machine KOPEK yang menjual kopi kemasan botol dari beberapa *coffeeshop* lokal ternama di Pekanbaru dengan pendekatan yang inovatif dan berkelanjutan. Perancangan model bisnis menggunakan *framework Business Model Canvas* yang terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, mitra utama, dan struktur biaya. Selain itu, analisis peta empati digunakan untuk memahami perilaku dan kebutuhan konsumen secara mendalam. Metode penelitian menggabungkan pendekatan kualitatif dengan wawancara mendalam pada 2 pelaku bisnis sejenis dan 2 calon pelanggan, serta survei kuantitatif kepada 105 responden dengan kriteria tertentu, untuk menguji preferensi pasar dan kelayakan finansial.

Hasil penelitian ini meliputi gambaran dari perancangan model bisnis *vending machine* KOPEK dalam bentuk peta empati, kanvas model bisnis, dan analisis finansial. Penelitian ini menunjukkan bahwa *vending machine* KOPEK mampu menawarkan proposisi nilai berupa kemudahan akses kopi berkualitas lokal kapan saja tanpa batasan waktu, didukung oleh teknologi pembayaran digital dan lokasi strategis. Berdasarkan Analisis kelayakan finansial dengan indikator NPV didapat dengan nilai positif dengan keuntungan sebesar Rp 567,195,475, IRR sebesar 38%, dan Payback Period selama 2 tahun 5 bulan. Sehingga mengindikasikan bahwa model bisnis ini layak dijalankan dan berpotensi memberikan keuntungan yang berkelanjutan. Dengan demikian, KOPEK dapat menjadi alternatif distribusi kopi siap minum yang relevan dan kompetitif di pasar Pekanbaru.

Kata Kunci : *vending machine*, kopi botolan, kanvas model bisnis, peta empati, analisis kelayakan finansial

## ABSTRACT

*The coffee industry in Indonesia, especially in urban areas such as Pekanbaru City, shows a growing trend in the consumption of ready-to-drink coffee. To accommodate consumers' needs for convenience and practicality, a distribution model through vending machines has emerged as a promising innovative solution. This study aims to design a business model for KOPEK vending machines that sell bottled coffee products from several well-known local coffeeshops in Pekanbaru, using an innovative and sustainable approach. The business model design utilizes the Business Model Canvas framework, which consists of nine key elements: customer segments, value propositions, distribution channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, and cost structure. Additionally, an empathy map analysis is employed to gain a deeper understanding of consumer behavior and needs. This research combines qualitative methods through in-depth interviews with two similar business actors and two potential customers, along with a quantitative survey involving 105 respondents with specific criteria, to test market preferences and financial feasibility.*

*The study results include an overview of the KOPEK vending machine business model design in the form of an empathy map, business model canvas, and financial analysis. The research shows that KOPEK vending machines offer a value proposition of easy access to high-quality local coffee anytime without time restrictions, supported by digital payment technology and strategic locations. Based on financial feasibility analysis, the Net Present Value (NPV) is positive with a profit of IDR 567,195,475, an Internal Rate of Return (IRR) of 38%, and a Payback Period of 2 years and 5 months. This indicates that the business model is feasible to operate and has the potential to provide sustainable profits. Thus, KOPEK can become a relevant and competitive alternative distribution channel for ready-to-drink coffee in the Pekanbaru market.*

*Keywords : vending machine, bottled coffee, business model canvas, empathy map, financial feasibility analysis*