

**PENYUSUNAN KONSEP BISNIS *COWORKING SPACE CAFE* BERBASIS
KEBUTUHAN DAN KEPUASAN KONSUMEN DENGAN PENDEKATAN
BUSINESS MODEL CANVAS (BMC)**

Almira Fauzia¹, Suharno², Adi Djoko Guritno²

ABSTRAK

Industri kuliner di Indonesia mengalami perkembangan pesat. Salah satu usaha kuliner yang mengalami peningkatan di Yogyakarta adalah *café*. Peningkatan jumlah *café* ini dikarenakan adanya perubahan gaya hidup dan perkembangan teknologi. Perubahan gaya hidup membuat masyarakat menjadi independen dalam bekerja dan membutuhkan tempat untuk bekerja di luar tempat kerja dan di luar tempat tinggal. *Third place* atau tempat ketiga dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan akan tempat bekerja namun tetap menunjang kehidupan sosial. *Coworking space* muncul sebagai jawaban atas perubahan gaya hidup tersebut. Belum ada penjelasan *coworking space café* secara akademis. Oleh karena itu, dilakukan penelitian untuk mendapatkan gambaran umum mengenai konsep bisnis *coworking space café* dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh gambaran umum mengenai model bisnis *coworking space café* yang memiliki atribut berdasarkan kebutuhan dan kepuasan konsumen. Gambaran umum mengenai *coworking space café* dalam penelitian ini menggunakan model Kano dan *Business Model Canvas* (BMC). Penelitian ini diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen dengan survei pendahuluan terlebih dahulu. Hasil dari survei pendahuluan dibuat menjadi kuesioner Kano. Kemudian dilakukan penyusunan konsep bisnis berdasarkan hasil dari kuesioner Kano pada blok BMC. Kuesioner Kano berisikan tentang identitas responden, pertanyaan fungsional, serta pertanyaan disfungsional mengenai atribut. terdapat tiga kategori yang menjadi hasil dari kuesioner kano dalam pengelompokkan atribut, yaitu kategori *One-Dimensional*, kategori *Attractive*, dan kategori *Indifferent*. Konsep bisnis dibuat dengan mengisikan blok pada *Business Model Canvas*, yaitu blok segmen konsumen, blok preposisi nilai, blok saluran, blok hubungan konsumen, blok arus pendapatan, blok aktivitas utama, dan blok sumber daya utama.

Kata Kunci: *business model canvas, coworking space café, kano*

¹Mahasiswa Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

²Staff Pengajar Departemen Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Gadjah Mada

CREATION OF BUSINESS CONCEPT BASED ON CONSUMER NEEDS AND CONSUMER SATISFACTION WITH BUSINESS MODEL CANVAS

APPROACH

Almira Fauzia¹, Suharno², Adi Djoko Guritno²

ABSTRACT

The culinary industry in Indonesia is experiencing rapid development. One type of the culinary experience that has increased in Yogyakarta is the café. The increasing number of cafés is due to lifestyle changes and technological developments. Lifestyle changes make people become individualists in work and need a place to work outside the workplace and outside the place of residence. third place is needed to meet the need for a workplace but still support social life. Coworking space emerged as an answer to these lifestyle changes. There is no explanation for coworking space café academically. Therefore, research is conducted to get a general picture of the business concept of coworking space café in meeting consumer needs. This study aims to obtain a general description of the coworking space café business model that has attributes based on customer needs and satisfaction. The general description of the coworking space café in this study uses the Kano model and Business Model Canvas (BMC). This research begins with identifying consumer needs with a preliminary survey first. The results of the preliminary survey were made into a questionnaire using the Kano method. Then the business concept was drafted based on the results of the Kano method on the BMC block. The Kano questionnaire contains the respondents' identities, functional questions, and dysfunctional questions regarding attributes. there are three categories which are the results of the canoe questionnaire in grouping attributes, namely the One-Dimensional category, the Attractive category, and the Indifferent category. Business concepts are created by filling in blocks on Business Model Canvas, namely consumer segment blocks, value preposition blocks, channel blocks, consumer relationship blocks, revenue stream blocks, main activity blocks, and major resource blocks.

Keywords: business model canvas, coworking space café, kano

¹ Studentat Department of Agroindustrial Technology, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada

² Lecturer Department of Agroindustrial Technology, Faculty of Agriculture Technology, Universitas Gadjah Mada