

ABSTRAK

Indonesia dikenal sebagai salah satu negara penghasil kopi terbesar keempat di dunia setelah Brazil, Vietnam dan Kolombia, dan dikenal juga sebagai negara yang menjadi referensi produksi kopi berkualitas baik. Budaya minum kopi sekarang merupakan menjadi rutinitas atau bahkan menjadi kebiasaan orang – orang yang sering kita jumpai mulai dari kedai kopi di gang sempit, persimpangan jalan, hingga mal – mal di perkotaan. Hal ini menjadi penanda bahwa fenomena kedai kopi menjadi sebuah bisnis baru yang cukup menjajikan, salah satunya Kedai Kopi Neal di Bekasi. Dengan misi mengutamakan kepuasan konsumen dari segi rasa dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada setiap pelanggannya, tetapi pihak Kedai Kopi Neal masih memiliki kendala dengan pencapaian target perbulan yang belum sesuai harapan, strategi promosi yang belum gencar dilakukan dan factor internal yaitu penggunaan takaran resep yang tidak konsisten dan selalu berubah yang berdampak kepada pembelanjaan bahan baku yang membengkak. Hal ini terjadi karena dalam penerapan BMC (*Business Model Canvas*) yang dimiliki oleh Kedai Kopi Neal belum berjalan secara efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan proses bisnis Kedai Kopi Neal menggunakan sembilan blok bisnis model kanvas rekomendasi yang dapat menyelesaikan masalah yang ada.

Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa model bisnis perlu adanya perbaikan dengan menambahkan *marketing campaign* pada blok *value proposition*, membentuk segmentasi baru pada blok *customer segmentation*, menjual produk titipan pada blok *revenue stream*, Mengecek ketersediaan bahan baku, dan tanggal kadaluarsa pada blok *key activities*, melakukan *endorsement* pada blok *channels* dan terlibat dalam event kuliner pada blok *customer relationship*.

Kata Kunci : Bisnis Model Kanvas, Model Bisnis, Kedai Kopi Neal

