

ABSTRAK

Saat ini usaha kedai kopi menjadi harapan. Kedai kopi sangat beragam, dari kedai kopi yang menciptakan eksklusif hingga kedai kopi yang standar. Kebiasaan minum kopi bagi masyarakat Indonesia telah menjadi sebuah gaya hidup di masyarakat. Banyak pilihannya tempat minum kopi di Pekanbaru membuat konsumen memiliki banyak pertimbangan untuk menikmati kopi di kedai kopi. Dalam usaha bisnis minuman kopi, Kopisiku sebagai 'pemain baru' bersaing dan bisnis brandingnya agar berbeda dengan yang lainnya.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk membuat atau merancang *Business Model Canvas* (BMC) dari Kopisiku. Jenis penelitian yang digunakan adalah Metode *Business Model Canvas* (BMC) dan Analisis SWOT, yaitu menggambarkan dan memberikan pemaparan serta menjelaskan mengenai yang diteliti berdasarkan wawancara mendalam, observasi yang diperoleh dalam penelitian terhadap pemilik, serta pengunjung Kopisiku dan dokumen yang ada.

Kesimpulan penelitian ini adalah dalam melakukan strategi branding Kopisiku sebelumnya telah menganalisa permasalahan yang sedang terjadi serta mempertimbangkan dari segi produk yang ditawarkan, harga, tempat, dan promosi yang akan dilakukan. Kopisiku juga menerapkan 9 blok elemen dari metode Business Model Canvas (BMC) dalam melakukan strategi untung meningkatkan pelanggan.

Kata Kunci: *Business Model Canvas* (BMC), Kopi, Budaya, SWOT