

ABSTRAK

Rasa Kopi merupakan usaha yang bergerak pada bidang makanan dan minuman. Rasa Kopi memiliki sebuah kafe yang menyediakan makanan dan minuman, hampir semua minuman di Rasa Kopi berbasis kopi. Rasa Kopi yang baru berjalan satu tahun mengalami beberapa permasalahan yang terjadi. Pada faktor internal, Rasa Kopi masih belum bisa memaksimalkan proses penjualan yang stabil dengan infrastruktur yang ada. Dari sisi eksternal permasalahan yang dialami Rasa Kopi adalah hubungan dengan pelanggan atau kurang optimalnya pelayanan kepada pelanggan.

Model bisnis adalah sebuah alat untuk merumuskan strategi agar tetap kompetitif serta dapat bersaing dengan cara memetakan peta secara baik pada model bisnis. *Business Model Canvas (BMC)* adalah salah satu metode yang digunakan. Dengan metode ini, *SWOT* digunakan untuk menganalisis terhadap empat aspek utama yaitu proporsisi nilai, infrastruktur, biaya dan pendapatan juga hubungan pelanggan. Mengetahui bagaimana kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang akan dihadapi oleh Rasa Kopi adalah tujuannya. Lalu strategi usulan dirancang dengan mempertimbangkan *Value Proposition Canvas*, analisis lingkungan dan *customer profile* untuk keinginan serta kebutuhan atas produk dan jasa yang ditawarkan oleh Rasa Kopi.

Melalui sembilan blok bangunan diantara lain *Customer Segments*, *Value Propositions*, *Channels*, *Customer Relationship*, *Revenue Streams*, *Key Activities*, *Key Resources*, *Key Partnerships* dan *Cost Structure* akan dipetakannya strategi usulan. Rasa Kopi akan mendapatkan rekomendasi usulan strategi yang telah dirancang. Jika Rasa Kopi dapat mengimplementasikan strategi usulan, akan mendapatkan keuntungan yang salah satunya meningkatkan pendapatan Rasa Kopi.

Kata kunci — [*Rasa Kopi*, *Business Model Canvas (BMC)*, *SWOT*, *Value Proposition Canvas*]