

ABSTRACT

BUSINESS MODEL CANVAS DESIGN OF MAMBOE KOPI COFFEE SHOP YOGYAKARTA PERIOD 2020-2024

Mamboe Kopi Coffee Shop is a coffee shop business in Special Region Province of Yogyakarta which strive to gain profit without compromising the company's vision, mission and values. To achieve this goal, Warung Kopi Mamboe Kopi needs a business model that can provide advantages over its competitor. This study is a qualitative descriptive study aimed at designing a new business model for Mamboe Kopi Coffee Shop using business model canvas. In practice, this study uses the Blue Ocean strategy to look for new values in the components of the business model canvas, which are identified for three different prototypes of the business model canvas. These prototypes are developed through analysis of strengths, weaknesses, opportunities & threats. To obtain an objective decision, this study uses the pair-wise Analytic Hierarchy Process method. The result of this study indicates that Mamboe Kopi Coffee Shop has the opportunity to excel in competition while continue to heed its principles through environmentally friendly concepts as a new value proposition in the new business model canvas.

Keywords: business model canvas, coffee shop, business model, blue ocean strategy, analytic hierarchy process, service industry, food and beverage

ABSTRAK

PERANCANGAN BUSINESS MODEL CANVAS WARUNG KOPI MAMBOE KOPI YOGYAKARTA PERIODE 2020-2024

Warung Kopi Mamboe Kopi Yogyakarta merupakan salah satu bisnis kedai kopi di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang bertujuan memperoleh profit tanpa mengesampingkan visi, misi, dan nilai perusahaan. Untuk mencapai tujuan tersebut, Warung Kopi Mamboe Kopi membutuhkan sebuah model bisnis yang dapat memberikan keunggulan dan kelebihan dari para pesaingnya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan merancang model bisnis baru bagi Warung Kopi Mamboe Kopi menggunakan *business model canvas*. Pada pelaksanaannya, penelitian ini menggunakan strategi *Blue Ocean* untuk mencari nilai-nilai baru dalam komponen *business model canvas*, yang diidentifikasi untuk menyusun tiga prototipe *business model canvas* berbeda. Prototipe-prototipe ini didapatkan melalui analisis kekuatan, kelemahan, peluang & ancaman. Untuk memperoleh keputusan yang objektif, penelitian ini menggunakan metode *pair-wise* dalam *Analytic Hierarchy Process*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Warung Kopi Mamboe Kopi memiliki kesempatan untuk unggul dalam persaingannya dengan tetap mengindahkan prinsip-prinsipnya melalui konsep ramah lingkungan sebagai proporsi nilai baru pada *business model canvas* yang baru.

Kata kunci: kanvas model bisnis, warung kopi, kedai kopi, model bisnis, strategi *blue ocean*, *analytic hierarchy process*, industri jasa, makanan dan minuman.