

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peranan penting dalam pertumbuhan dan perkembangan ekonomi, baik di negara-negara sedang berkembang (NSB), maupun di negara-negara maju (NM). Kontribusi UMKM terhadap pembentukan atau pertumbuhan produk domestik bruto (PDB) dinyatakan paling besar dibandingkan dengan kontribusi dari usaha besar. Dalam sepuluh tahun terakhir, pertumbuhan jumlah unit UMKM dari tahun 2016 hingga 2019 mengalami peningkatan sebesar 4,2% setiap tahunnya, dan rata-rata kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia telah melebihi 50% dalam tiga tahun terakhir. Pandemi Covid-19 menjadi masalah global termasuk di Indonesia. Pandemi ini tentunya sangat berpengaruh besar terhadap berbagai sektor, terutama sektor ekonomi. Pandemi Covid-19 menyebabkan menurunnya daya beli masyarakat yang dikarenakan pembatasan interaksi diluar ruangan guna meminimalisir persebaran pandemi. Dengan keterbatasan tersebut sehingga mengalihkan pembelian secara digital. Dampaknya banyak dari UMKM mau tidak mau harus menutup usahanya akibat menurunnya pembelian dan masih tergantung pada penjualan secara interaksi langsung (*offline*). Salah satu bidang bisnis UMKM yang mengalami tekanan tersebut adalah kedai kopi. Sejak diberlakukannya Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) oleh pemerintah sebagai upaya memutus mata rantai penularan virus Covid-19, bisnis kedai kopi menjadi salah satu bisnis terdampak yang mengakibatkan pendapatan mereka menurun. Salah satunya adalah kedai kopi Brewhaus di Surabaya. Meski demikian, Brewhaus harus memutar otak mereka dengan cara menjajakan produknya secara *Online* dan juga menerapkan protokol kesehatan di kedainya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi kondisi bisnis dari Brewhaus, dan juga faktor-faktor lingkungan internal apa saja yang dapat menjadi kekuatan dan kelemahan serta mengidentifikasi faktor-faktor lingkungan eksternal apa saja yang akan menjadi peluang dan ancaman pada bisnis kedai kopi Brewhaus sehingga dapat dirumuskan strategi bisnis yang tepat bagi Brewhaus pada masa pandemi Covid-19. Selain itu, tujuan lainnya adalah untuk mengimplementasikan strategi bisnis Brewhaus ke dalam *Business Model Canvas (BMC)*. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan strategi penelitian yaitu studi kasus. Hasil dari penelitian ini adalah pengembangan *Business Model Canvas* yang dilandasi dari hasil perancangan strategi bisnis yang akan dikembangkan oleh pemilik bisnis UMKM kedai kopi Brewhaus sebagai strategi bertahan di tengah pandemi Covid-19.

Kata Kunci: *UMKM, model bisnis, kedai kopi, pandemi Covid-19*