

ABSTRAK

Perkembangan jumlah kedai kopi di Indonesia semakin menjamur terutama di kota-kota besar. Banyaknya jumlah kedai kopi menimbulkan tingkat persaingan yang tinggi dalam bisnis kedai kopi. Alphabet Coffee merupakan salah satu usaha kedai kopi di Kota Bandung. Saat ini segmentasi konsumen yang disasar oleh Alphabet Coffee adalah mahasiswa dan rentang usia 18 sampai 30 tahun. Dalam suatu bisnis terdapat banyak cara perusahaan untuk menciptakan, memberikan, dan menangkap nilai. Model bisnis merupakan salah satu cara untuk merancang bagaimana perusahaan menciptakan, memberikan dan menangkap nilai agar perusahaan dapat bersaing di lingkungan bisnisnya.

Pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang berlandaskan postpositivisme yang bersifat deskriptif dan eksploratif dengan dilakukan intervensi data guna perancangan model bisnis Alphabet Coffee menggunakan *Value Proposition Canvas* dan *Business Model Canvas*. Langkah awal penelitian ini adalah menggambarkan *business model canvas* saat ini dari Alphabet Coffee, lalu melakukan analisis profil pelanggan. Setelah itu melakukan perancangan model bisnis yang baru dari Alphabet Coffee.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah memetakan model bisnis Alphabet Coffee saat ini sehingga mengetahui nilai-nilai yang kurang dari perancangan bisnis Alphabet Coffee tawarkan kepada pelanggannya dan memperbaiki nilai-nilai yang ditawarkannya. Sehingga Alphabet Coffee mampu bertahan dalam persaingan bisnis dan dapat mengembangkan bisnisnya yang sesuai dengan segmen pasar yang disasar sesuai dengan *customer job*, *customer pain*, dan *customer gain* sehingga bisa diusulkan produk dan *service*, *pain reliever* dan *gain creator* kepada Alphabet Coffee.

Kata Kunci: *Value Proposition Canvas*, *Business Model Canvas*, Kedai Kopi.