

ABSTRAK

Industri kopi di Kota Bandung telah berkembang pesat, menciptakan peluang sekaligus tantangan bagi usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) seperti Neduh Kopi. Berdiri sejak tahun 2019, Neduh Kopi perlu merumuskan strategi bisnis baru untuk tetap kompetitif di pasar yang dinamis. Penelitian ini bertujuan untuk mengembangkan model bisnis baru bagi Neduh Kopi menggunakan kerangka Business Model Canvas (BMC) berdasarkan analisis SWOT dan TOWS.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, mengumpulkan data melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, dan analisis dokumen internal. Business Model Canvas (BMC) digunakan untuk memetakan elemen-elemen kunci dari model bisnis saat ini, sementara analisis SWOT membantu mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Strategi baru dirumuskan menggunakan Matriks TOWS untuk mengintegrasikan temuan SWOT.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Neduh Kopi dapat memperkuat segmentasi pasar dengan memberikan kebutuhan pada segmentasi saat ini, serta meningkatkan fokus pada mahasiswa. Dengan menawarkan pengalaman yang lebih dari sekadar menikmati kopi, melalui fasilitas tambahan dan program diskon, Neduh Kopi dapat menarik lebih banyak pelanggan. Penggunaan media sosial dan penjualan online juga akan dimaksimalkan untuk menjangkau pasar yang lebih luas.

Strategi model bisnis baru ini mencakup peningkatan interaksi dengan pelanggan melalui program loyalitas dan pelatihan SDM, investasi dalam teknologi, serta memperkuat kemitraan dengan pemasok dan komunitas lokal. Efisiensi biaya juga akan ditingkatkan melalui pengelolaan pembelian biji kopi langsung dari petani dan pengelolaan operasional yang ketat.

Penelitian ini berkontribusi dalam literatur tentang pengembangan model bisnis UMKM di sektor kopi dengan menggunakan BMC, SWOT, dan Matriks TOWS. Saran penelitian mencakup fokus pada peningkatan kualitas produk dan layanan, serta memperluas pasar melalui strategi pemasaran yang inovatif dan diversifikasi produk. Implementasi strategi ini diharapkan dapat meningkatkan daya saing dan posisi pasar Neduh Kopi sebagai kafe yang menawarkan pengalaman unik dan berkualitas bagi pelanggan.

Kata kunci: Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), *Business Model Canvas* (BMC), SWOT analysis, Matriks TOWS