

ABSTRAK

Salah satu macam minuman yang populer di masyarakat yaitu kopi. Kopi adalah perdagangan komoditas tropis utama dunia, menyumbang setengah dari total ekspor komoditas tropis. Meningkatnya popularitas kopi menjadikan *coffeeshop* sebagai bisnis yang menjanjikan sehingga menargetkan persaingan bisnis yang tinggi setiap tahunnya mengikuti perkembangan budaya termasuk didalamnya bisnis digital. 372 Kopi Indonesia merupakan salah satu pelaku bisnis kopi yang masih berpegang pada prinsip penjualan *offline* sehingga diperlukan pengembangan dalam menjalankan bisnisnya agar dapat bertahan dalam dunia bisnis kopi, salah satu yang perlu dilakukan adalah ekspansi bisnis digital dan perubahan strategi manajemen. Adapun metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, strategi penelitian yaitu studi kasus, unit analisis yang digunakan yaitu organisasi, keterlibatan peneliti yaitu *minimal interference*, latar dari penelitian ini adalah *noncontrived settings* dan waktu pelaksanaan penelitian adalah *cross-sectional studies*. Hasil dari penelitian ini adalah untuk menganalisis *business model canvas existing* yang akan mengidentifikasi faktor eksternal dan internal perusahaan. Analisis data eksternal menggunakan PESTEL, *Porter's Five Forces*, dan *competitor's analysis*. Sedangkan analisis data internal menggunakan kerangka VRIO dan *value chain analysis*. Selanjutnya, data-data tersebut dirangkum menggunakan matrix SWOT yang dihubungkan dengan strategi bisnis menggunakan *Porter's Generic Strategies*, sehingga akan dapat diusulkan *New Proposed Business Model Canvas* (BMC) untuk melihat kemungkinan pengembangan bisnis digital 372 Kopi Indonesia.

Kata kunci: *Coffeeshop, Bisnis Digital, Business Model Canvas, PESTEL, Porter's Five Forces, Competitors Analysis, VRIO, Value Chain Analysis, SWOT.*