

ABSTRAK

Pocket Coffee merupakan bisnis kopi instan premium berbasis espresso cair yang menasar segmen konsumen muda dengan gaya hidup aktif. Meskipun memiliki nilai produk yang kuat melalui storytelling dan kemasan praktis, bisnis ini menghadapi kendala dalam sistem distribusi, produksi manual, serta belum adanya sistem pemesanan digital. Penelitian ini bertujuan merumuskan strategi pengembangan bisnis yang adaptif dan berdaya saing melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC), analisis SWOT, PESTLE, strategi generik Porter, dan Matriks TOWS.

Landasan teori yang digunakan mencakup strategi bisnis berbasis diferensiasi, kerangka BMC sebagai alat visualisasi model bisnis, serta analisis SWOT dan PESTLE untuk memahami kondisi internal dan eksternal perusahaan. Penelitian-penelitian terdahulu turut dijadikan acuan, terutama yang berkaitan dengan inovasi model bisnis UMKM berbasis digital dan komunitas.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam kepada enam informan internal dan empat informan eksternal. Proses analisis dilakukan secara deskriptif dengan triangulasi antar sumber melalui 18 indikator BMC, analisis SWOT, serta faktor eksternal PESTLE. Penelitian ini juga merancang strategi berbasis TOWS Matrix untuk memetakan hubungan antara kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam upaya pengembangan model bisnis Pocket Coffee.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kekuatan utama Pocket Coffee terletak pada kualitas rasa espresso, desain kemasan eksklusif, dan pendekatan storytelling produk yang membangun keterikatan emosional dengan konsumen. Namun, ditemukan kelemahan dalam sistem distribusi dan loyalitas pelanggan. Strategi pengembangan yang dirumuskan mencakup integrasi sistem pemesanan digital berbasis pre-order, ekspansi distribusi ke marketplace, penyusunan SOP produksi batch kecil, serta aktivasi komunitas pelanggan untuk meningkatkan loyalitas dan visibilitas brand.

Kesimpulan dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi diferensiasi dengan pendekatan digitalisasi dan komunitas menjadi arah paling relevan bagi pengembangan Pocket Coffee. Saran praktis ditujukan untuk memperkuat sistem pemesanan, efisiensi produksi, dan keterlibatan pelanggan, sedangkan saran teoritis mengusulkan pengembangan kajian lanjutan terhadap integrasi BMC, SWOT, dan strategi generik Porter dalam konteks UMKM berbasis digital.

Kata Kunci: Strategi Bisnis, Diferensiasi, Business Model Canvas, SWOT, Matriks TOWS, Rencana Bisnis, Pocket Coffee