

PENGEMBANGAN DAN INOVASI CAFE INSAN CITA MENGGUNAKAN BUSINESS MODEL CANVAS

M. Shandito Reynaldi Marwanda¹

¹Sistem Informasi, Fakultas Teknik dan Ilmu Komputer, Universitas Islam Indragiri,
Email: dito7255@gmail.com¹

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis serta mengembangkan model bisnis Cafe Insan Cita melalui pendekatan Business Model Canvas (BMC) guna meningkatkan daya saing dan keberlanjutan usaha. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis dilakukan dengan memetakan kondisi model bisnis awal berdasarkan sembilan elemen BMC, yaitu customer segments, value propositions, channels, customer relationships, revenue streams, key resources, key activities, key partnerships, dan cost structure. Hasil penelitian menunjukkan bahwa model bisnis Cafe Insan Cita masih memiliki beberapa kelemahan, di antaranya segmentasi pasar yang belum spesifik, kurangnya keunikan nilai yang ditawarkan, serta belum optimalnya pemanfaatan media digital sebagai saluran pemasaran. Selain itu, hubungan dengan pelanggan masih bersifat transaksional dan sumber pendapatan masih terbatas pada penjualan produk utama. Melalui analisis dan pengembangan model bisnis, diperoleh beberapa rekomendasi inovasi, antara lain penentuan target pasar yang lebih fokus, penguatan konsep kafe yang kreatif dan edukatif, optimalisasi pemasaran digital, pengembangan program loyalitas pelanggan, serta diversifikasi sumber pendapatan dan perluasan kemitraan. Dengan penerapan Business Model Canvas, Cafe Insan Cita diharapkan mampu memperbaiki struktur model bisnisnya secara lebih sistematis, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat daya saing di tengah persaingan usaha kafe yang semakin ketat.

Kata Kunci: Business Model Canvas, UMKM, Inovasi Bisnis, Kafe, Strategi Pengembangan.

1 PENDAHULUAN

Perkembangan sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di Indonesia menunjukkan tren yang semakin positif dalam beberapa tahun terakhir. UMKM tidak hanya berperan sebagai tulang punggung perekonomian nasional, tetapi juga menjadi motor penggerak dalam menciptakan lapangan kerja serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Salah satu sektor UMKM yang mengalami pertumbuhan pesat adalah usaha kuliner, khususnya kafe. Kehadiran kafe tidak lagi sekadar sebagai tempat untuk menikmati makanan dan minuman, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang sosial, tempat bekerja, hingga sarana ekspresi gaya hidup masyarakat, terutama generasi muda. Di tengah persaingan yang semakin ketat, pelaku usaha kafe dituntut untuk terus melakukan inovasi dan pengembangan agar mampu bertahan dan berkembang. Perubahan preferensi konsumen yang dinamis, kemajuan teknologi, serta meningkatnya ekspektasi terhadap kualitas layanan dan pengalaman pelanggan menjadi tantangan tersendiri. Oleh karena itu, diperlukan strategi yang tepat dan terstruktur dalam mengelola bisnis kafe agar mampu menciptakan nilai tambah yang berkelanjutan.

Cafe Insan Cita merupakan salah satu usaha kafe yang hadir di tengah masyarakat dengan tujuan tidak hanya menyediakan produk makanan dan minuman, tetapi juga menjadi wadah interaksi sosial dan pengembangan ide-ide kreatif. Meskipun memiliki potensi yang besar, Cafe Insan Cita masih menghadapi berbagai kendala dalam pengelolaan usahanya. Beberapa permasalahan yang umum dihadapi antara lain belum optimalnya strategi pemasaran, kurangnya diferensiasi produk, serta belum terstruktur dengan baiknya model bisnis yang dijalankan. Kondisi

ini dapat berdampak pada kurang maksimalnya kinerja usaha dan sulitnya bersaing dengan kafe lain yang lebih inovatif. Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk mengatasi permasalahan tersebut adalah dengan menerapkan Business Model Canvas (BMC). Business Model Canvas merupakan alat strategis yang digunakan untuk menggambarkan, menganalisis, dan mengembangkan model bisnis secara sederhana namun komprehensif. BMC terdiri dari sembilan elemen utama, yaitu segmen pelanggan, proposisi nilai, saluran distribusi, hubungan pelanggan, aliran pendapatan, sumber daya utama, aktivitas utama, kemitraan utama, dan struktur biaya. Dengan menggunakan BMC, pelaku usaha dapat melihat gambaran menyeluruh tentang bagaimana bisnis dijalankan serta mengidentifikasi peluang inovasi yang dapat dilakukan.

Penerapan Business Model Canvas dalam pengembangan usaha kafe menjadi sangat relevan karena mampu membantu pelaku usaha dalam memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan secara lebih mendalam. Selain itu, BMC juga memudahkan dalam merancang strategi yang lebih efektif, baik dalam hal pemasaran, operasional, maupun pengelolaan sumber daya. Melalui pendekatan ini, Cafe Insan Cita diharapkan dapat mengembangkan model bisnis yang lebih terarah, adaptif, dan mampu menciptakan keunggulan kompetitif. Pengembangan dan inovasi dalam bisnis kafe tidak hanya terbatas pada produk yang ditawarkan, tetapi juga mencakup aspek pelayanan, suasana tempat, hingga strategi komunikasi dengan pelanggan. Inovasi produk dapat berupa penciptaan menu baru yang unik dan sesuai dengan selera pasar. Sementara itu, inovasi dalam pelayanan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas interaksi antara karyawan dan pelanggan, serta memanfaatkan teknologi digital seperti media sosial dan aplikasi pemesanan online. Selain itu, suasana kafe yang nyaman dan estetik juga menjadi faktor penting dalam menarik minat pelanggan untuk berkunjung dan kembali lagi.

Dalam konteks Cafe Insan Cita, pengembangan dan inovasi yang dilakukan perlu disesuaikan dengan karakteristik pasar yang dituju. Segmentasi pelanggan yang jelas akan membantu dalam menentukan strategi yang tepat, baik dalam hal penentuan harga, promosi, maupun jenis produk yang ditawarkan. Misalnya, jika target pasar adalah mahasiswa dan pelajar, maka harga yang terjangkau serta suasana yang mendukung kegiatan belajar atau diskusi menjadi faktor yang sangat penting. Sebaliknya, jika menasar kalangan pekerja atau profesional muda, maka kualitas produk dan kenyamanan tempat menjadi prioritas utama. Selain itu, kemitraan dengan berbagai pihak juga menjadi salah satu aspek penting dalam pengembangan bisnis kafe. Kerja sama dengan pemasok bahan baku yang berkualitas, komunitas lokal, maupun platform digital dapat memberikan nilai tambah bagi usaha. Melalui kemitraan yang strategis, Cafe Insan Cita dapat memperluas jangkauan pasar serta meningkatkan efisiensi operasional. Namun demikian, dalam praktiknya, tidak semua pelaku UMKM memiliki pemahaman yang cukup mengenai pentingnya perencanaan model bisnis yang terstruktur. Banyak usaha yang berjalan secara konvensional tanpa adanya strategi yang jelas, sehingga sulit untuk berkembang secara optimal. Oleh karena itu, penerapan Business Model Canvas tidak hanya berfungsi sebagai alat analisis, tetapi juga sebagai panduan dalam menjalankan dan mengembangkan usaha secara berkelanjutan.

Penelitian atau kegiatan ini bertujuan untuk menganalisis serta mengembangkan model bisnis Cafe Insan Cita dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas. Melalui analisis ini, diharapkan dapat diidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan tantangan yang dihadapi oleh usaha tersebut. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi strategi inovasi yang dapat diterapkan guna meningkatkan daya saing dan kinerja usaha.

Dengan adanya pengembangan model bisnis yang lebih terstruktur dan inovatif, Cafe Insan Cita diharapkan mampu meningkatkan kualitas layanan, memperluas pasar, serta menciptakan pengalaman yang lebih baik bagi pelanggan. Pada akhirnya, upaya ini tidak hanya memberikan manfaat bagi pemilik usaha, tetapi juga bagi masyarakat sekitar melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan aktivitas ekonomi lokal. Pendekatan Business Model Canvas menawarkan solusi yang praktis dan efektif dalam merancang strategi bisnis yang lebih terarah. Oleh karena itu, penerapan BMC pada Cafe Insan Cita menjadi langkah yang strategis dalam upaya meningkatkan keberlanjutan dan daya saing usaha di masa depan.

2 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis kondisi aktual serta mengidentifikasi peluang pengembangan dan inovasi pada Cafe Insan Cita. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai proses bisnis yang dijalankan, termasuk interaksi antar elemen dalam model bisnis yang ada.

2.1 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Cafe Insan Cita yang menjadi objek kajian utama. Pemilihan lokasi dilakukan secara purposive (sengaja) dengan pertimbangan bahwa kafe tersebut merupakan usaha yang sedang berkembang dan membutuhkan pengembangan model bisnis. Waktu penelitian dilaksanakan selama periode tertentu, mulai dari tahap observasi awal hingga penyusunan laporan akhir.

2.2 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah pemilik usaha, karyawan, serta pelanggan Cafe Insan Cita. Sementara itu, objek penelitian adalah model bisnis yang dijalankan oleh Cafe Insan Cita, yang akan dianalisis dan dikembangkan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC).

2.3 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui beberapa teknik yang saling melengkapi, yaitu observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap aktivitas operasional Cafe Insan Cita, mulai dari proses pelayanan kepada pelanggan, pola interaksi antara karyawan dan konsumen, hingga strategi pemasaran yang diterapkan dalam kegiatan sehari-hari. Melalui observasi ini, peneliti dapat memperoleh gambaran nyata mengenai kondisi usaha serta mengidentifikasi berbagai aspek yang menjadi kekuatan maupun kelemahan dalam pengelolaan kafe.

Selain observasi, teknik wawancara juga digunakan untuk menggali informasi yang lebih mendalam. Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada pemilik usaha dan karyawan guna memahami bagaimana proses pengelolaan bisnis dijalankan, kendala yang dihadapi, serta strategi yang telah diterapkan selama ini. Di samping itu, wawancara juga dilakukan kepada pelanggan untuk mengetahui persepsi mereka terhadap kualitas produk, pelayanan, serta tingkat kepuasan secara keseluruhan.

Selanjutnya, teknik dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan berbagai data pendukung yang relevan, seperti foto kegiatan operasional, catatan penjualan, daftar menu produk, serta dokumen lain yang berkaitan dengan aktivitas Cafe Insan Cita. Data dokumentasi ini berfungsi sebagai pelengkap sekaligus penguat terhadap hasil observasi dan wawancara, sehingga informasi yang diperoleh menjadi lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan.

2.4 Teknik Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini dilakukan secara kualitatif dengan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC) sebagai alat untuk memahami dan mengembangkan model bisnis Cafe Insan Cita secara menyeluruh. Tahap awal analisis dimulai dengan mengidentifikasi model bisnis yang sedang berjalan dengan memetakan sembilan elemen utama dalam BMC, yaitu segmen pelanggan (customer segments), proposisi nilai (value propositions), saluran (channels), hubungan pelanggan (customer relationships), sumber pendapatan (revenue streams), sumber daya utama (key resources), aktivitas utama (key activities), kemitraan utama (key partnerships), serta struktur biaya (cost structure). Pemetaan ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana bisnis dijalankan serta hubungan antar elemen yang membentuknya.

Selanjutnya, dilakukan analisis permasalahan dengan mengidentifikasi berbagai kelemahan dan kendala yang terdapat pada masing-masing elemen model bisnis tersebut. Proses ini penting

untuk mengetahui bagian mana yang belum optimal dan memerlukan perbaikan. Berdasarkan hasil analisis tersebut, tahap berikutnya adalah pengembangan dan inovasi model bisnis, yaitu dengan menyusun rekomendasi strategis melalui perbaikan atau penambahan elemen dalam BMC yang dianggap masih kurang efektif. Rekomendasi ini disesuaikan dengan kebutuhan pasar serta kondisi internal usaha agar lebih relevan dan aplikatif.

Tahap akhir adalah evaluasi hasil pengembangan, yang dilakukan dengan membandingkan model bisnis sebelum dan sesudah dilakukan perbaikan. Evaluasi ini bertujuan untuk melihat sejauh mana perubahan yang diusulkan dapat memberikan potensi peningkatan kinerja usaha, baik dari segi operasional, pemasaran, maupun kepuasan pelanggan. Dengan demikian, keseluruhan proses analisis ini diharapkan mampu menghasilkan model bisnis yang lebih inovatif, terstruktur, dan berdaya saing.

3 HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), diperoleh gambaran menyeluruh mengenai kondisi model bisnis Cafe Insan Cita beserta peluang pengembangannya pada setiap komponennya. Berikut merupakan table 1 hasil analisis data menggunakan model BMC.

Tabel 1 Analisis BMC

Komponen BMC	Permasalahan	Pengembangan dan Inovasi
Customer Segments	Segmentasi belum spesifik, belum ada target utama yang jelas	Memfokuskan pada mahasiswa dan pekerja muda sebagai target utama dengan kebutuhan ruang produktif
Value Propositions	Belum memiliki ciri khas atau keunikan dibanding kafe lain	Menambahkan konsep kafe edukatif & kreatif, menyediakan WiFi cepat, spot foto, dan suasana tematik
Channels	Pemanfaatan digital marketing belum optimal	Mengoptimalkan media sosial (Instagram, TikTok), layanan pesan antar, dan Google Maps
Customer Relationships	Belum ada program loyalitas pelanggan	Membuat membership, promo diskon, dan interaksi aktif di media sosial
Revenue Streams	Sumber pendapatan terbatas	Menambah sumber pendapatan seperti event kecil, sewa tempat, dan kolaborasi komunitas
Key Resources	Keterbatasan SDM dan fasilitas pendukung	Peningkatan kualitas SDM, penambahan fasilitas (WiFi, interior, peralatan)
Key Activities	Kurang aktivitas promosi dan inovasi produk	Menambahkan kegiatan promosi rutin, inovasi menu, dan event komunitas
Key Partnerships	Kemitraan terbatas	Menjalin kerja sama dengan komunitas, influencer lokal, dan platform digital
Cost Structure	Pengelolaan biaya belum efisien	Optimalisasi biaya operasional dan alokasi anggaran untuk pemasaran

Hasil analisis ini menunjukkan bahwa Cafe Insan Cita memiliki potensi yang cukup baik untuk berkembang, namun masih memerlukan berbagai perbaikan dan inovasi pada setiap elemen model bisnisnya. Dengan penerapan strategi yang lebih terarah melalui pendekatan Business Model Canvas, diharapkan Cafe Insan Cita mampu meningkatkan daya saing serta keberlanjutan usahanya di tengah persaingan yang semakin ketat.

4 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan menggunakan pendekatan Business Model Canvas (BMC), dapat disimpulkan bahwa model bisnis Cafe Insan Cita secara umum telah berjalan, namun masih belum optimal pada beberapa komponen penting. Hal ini terlihat dari segmentasi pelanggan yang masih luas, nilai tawar (value propositions) yang belum memiliki keunikan yang kuat, serta pemanfaatan saluran pemasaran digital yang masih terbatas. Selain itu, hubungan dengan pelanggan yang masih bersifat transaksional serta sumber pendapatan yang hanya bergantung pada penjualan produk utama juga menjadi faktor yang menghambat perkembangan usaha.

Melalui penerapan BMC, berbagai permasalahan yang ada dapat diidentifikasi secara lebih terstruktur, sehingga memudahkan dalam merumuskan strategi pengembangan dan inovasi. Upaya perbaikan yang dapat dilakukan meliputi penentuan target pasar yang lebih spesifik, penciptaan konsep kafe yang lebih menarik dan berbeda, optimalisasi pemasaran digital, serta penguatan hubungan dengan pelanggan melalui program loyalitas. Selain itu, diversifikasi sumber pendapatan, peningkatan kualitas sumber daya, serta perluasan kemitraan juga menjadi langkah penting dalam mendukung keberlanjutan usaha.

Dengan adanya pengembangan dan inovasi pada setiap elemen Business Model Canvas, Cafe Insan Cita diharapkan mampu meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, serta memberikan nilai tambah bagi pelanggan. Secara keseluruhan, penerapan BMC terbukti menjadi alat yang efektif dalam membantu pelaku usaha untuk memahami, mengevaluasi, dan mengembangkan model bisnis secara lebih sistematis dan berkelanjutan.

UCAPAN TERIMA KASIH (Opsional)

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Ucapan terima kasih secara khusus disampaikan kepada pemilik dan seluruh karyawan Cafe Insan Cita yang telah memberikan izin, informasi, serta kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian secara langsung. Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada para responden, khususnya pelanggan Cafe Insan Cita, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Selain itu, terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam proses pengumpulan data, penyusunan, hingga penyelesaian penelitian ini. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat, khususnya bagi pengembangan usaha Cafe Insan Cita dan bagi pihak lain yang membutuhkan referensi terkait pengembangan model bisnis menggunakan pendekatan Business Model Canvas..

REFERENSI

- [1] S. G. Prasetya And M. Maria, "Strategi Pengembangan Bisnis Jasa Layanan Logistik J & T Express Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc)," Vol. 11, No. 1, Pp. 129–136, 2023, Doi: 10.37641/Jimkes.V11i1.1565.
- [2] V. P. Rahayu, R. F. Astuti, And A. T. Sandy, "Analisis Swot Dan Business Model Canvas (Bmc) Sebagai Solusi Dalam Menentukan Strategi Pengembangan Usaha Kuliner," Vol. 6, Pp. 112–121, 2022.
- [3] E. Tiffany, L. C. W. Yulyanti, V. Vincent, And M. Malinda, "Penerapan Strategi Business Model Canvas Dalam Upaya Pengembangan Bisnis Umkm Cocinero Di Situasi Setelah Pandemi Covid-19," *Semin. Nas. Pariwisata Dan Kewirausahaan*, Vol. 1, Pp. 122–129, 2022, Doi: 10.36441/Snpk.Vol1.2022.28.
- [4] A. Ariani, M. Rusdi, A. Riska, A. Syafaruddin, And R. Yakub, "Implementasi Business Model Canvas Terhadap Pengembangan Usaha Pada Deodoran Tadeo Kecamatan Maiwa Kabupaten Enrekang," Vol. 3, Pp. 430–440, 2025.

- [5] Y. C. Machsunah And R. Nurdiana, “Pengembangan Instrumen Penilaian Pemahaman Konsep Business Model Canvas Pada Mata Kuliah Kewirausahaan,” Vol. 11, No. 2, Pp. 434–446, 2023.
- [6] P. M. Saskara, H. M. Rizal, F. Ekononi, And U. M. Buana, “Jurnal Impresi Indonesia (Jii) Pengembangan Business Model Canvas Untuk Menciptakan Competitive Advantage Seabank Indonesia,” Vol. 2, No. 1, Pp. 40–57, 2023, Doi: 10.58344/Jii.V2i1.1921.
- [7] R. Maftahah, B. Wijyantini, E. Setianingsih, J. Karimata, And N. Jember, “Strategi Pengembangan Usaha Budidaya Jamur Dengan Pendekatan Business Model Canvas (Bmc),” Vol. 11, No. 2, 1978.
- [8] A. K. Hendrawan, S. F. Wachidah, And A. Restuningsih, “Jurnal Optimasi Teknik Industri Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi Makosan Dengan Menggunakan Analisis Swot Dan Business Model Canvas (Bmc),” Pp. 32–37, 2023.
- [9] M. G. Maulana, E. D. Yunda, M. H. F. Nanda, And B. Rianto, “Desa Pulau Palas Menggunakan Business Model,” Pp. 1–6, 2008.
- [10] L. Saptaria, R. A. Shobirin, R. Astuti, I. Habibi, And P. Handayati, “Implementasi Business Model Canvas Terintegrasi Dalam,” Vol. 6, No. 2, Pp. 925–942, 2022.
- [11] D. A. N. Kewirausahaan, “Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan,” Vol. 2, No. 1, Pp. 17–24, 2025.
- [12] B. Lintang And R. Widhar, “Pengembangan Bisnis Jasa ‘ Kaluna Badminton Club ’ Menggunakan Business Model Canvas,” Vol. 15, No. 1, Pp. 581–589, 2024.
- [13] M. Canvas And A. Swot, “Efisiensi Dan Efektivitas Pengembangan Bisnis Melalui Pendekatan Business Model Canvas (Bmc) Dan Analisis Swot,” Vol. 02, No. 03, Pp. 90–102, 2024.
- [14] S. S. Ningrum And R. W. Pahlevi, “Strategi Pengembangan Usaha ‘ Bakso Pak Wasino ’ Dengan Pendekatan,” Vol. 2, No. 1, Pp. 80–88, 2024.
- [15] V. April Et Al., “Analisis Business Model Canvas Usaha Mikro Kecil Menengah Toko Jif Bandung , Indonesia,” Vol. 1, Pp. 173–182, 2022.