



Bussines Model Canvas Pada Cafe Tampa Bakudapa Di Kabupaten Bolaang Mongondow

Business Model Canvas at Tampa Bakudapa Café in Bolaang Mongondow Regency

Nesha Salshadilah Yambo^{1*}, Melsje Yellie Memah¹, Agnes Estephina Loho¹

¹⁾ Program Studi Agribisnis, Jurusan Sosial Ekonomi, Fakultas Pertanian, Universitas Sam Ratulangi, Manado, Indonesia.

* Korespondensi: neshayambo034@student.unsrat.ac.id

Kata kunci:

Bisnis;
model canvas;
Cafe

Keywords:

*Bussines;
Model canvas;
Caffe*

Submit:

15 Agustus 2025

Diterima:

20 Oktober 2025

ABSTRAK

Cafe Tampa Bakudapa, pelopor cafe berkonsep lokal di Kabupaten Bolaang Mongondow, memanfaatkan Business Model Canvas (BMC) untuk mengembangkan strategi bisnisnya. Penelitian menggunakan metode accidental sampling pada pemilik usaha menunjukkan bahwa pelanggan didominasi perempuan usia 17–40 tahun, baik lokal maupun wisatawan. Nilai utama yang ditawarkan meliputi kenyamanan, menu lokal, fasilitas lengkap, dan layanan reservasi. Pemasaran dilakukan melalui media sosial dan promosi mulut ke mulut, dengan hubungan pelanggan dibangun lewat pelayanan personal, diskon, dan bonus. Pendapatan berasal dari penjualan menu dan reservasi acara, dengan sumber daya utama seperti lokasi strategis, staf terlatih, dan teknologi. Kegiatan utama mencakup pengolahan makanan, pelayanan, promosi, dan hiburan, serta kemitraan dengan pemasok dan promotor lokal. Biaya terdiri dari biaya tetap dan variabel. Cafe ini telah menerapkan sembilan elemen BMC secara terpadu, yang mendukung keberlanjutan dan daya saingnya di industri kuliner.

ABSTRACT

Cafe Tampa Bakudapa, a pioneer of locally-themed cafes in Bolaang Mongondow Regency, utilizes the Business Model Canvas (BMC) to develop its business strategy. Research using accidental sampling on business owners shows that customers are predominantly women aged 17–40, both locals and tourists. The key values offered include comfort, local menus, complete facilities, and reservation services. Marketing is conducted through social media and word-of-mouth promotions, with customer relationships built through personalized service, discounts, and bonuses. Revenue comes from menu sales and event reservations, with key resources such as strategic location, trained staff, and technology. Main activities include food preparation, service, promotion, and entertainment, as well as partnerships with local suppliers and promoters. Costs consist of fixed and variable expenses. The café has implemented the nine BMC elements in an integrated manner, supporting its sustainability and competitiveness in the culinary industry.

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi dan digitalisasi, persaingan bisnis semakin ketat sehingga pelaku usaha dituntut adaptif dan inovatif. Perubahan gaya hidup modern dan maraknya media sosial mendorong pesatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman, khususnya sektor kuliner seperti cafe dan coffee shop. Kini, cafe bukan sekadar tempat makan dan minum, tetapi juga ruang sosial, pusat komunitas, dan bagian dari gaya hidup.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2023), kuliner menjadi penyumbang terbesar ekonomi kreatif Indonesia, mencapai Rp455,44 triliun atau 41% dari total PDB ekonomi kreatif. Popularitas cafe didukung oleh variasi konsep, fasilitas internet, dan fungsinya sebagai tempat berkumpul beragam kalangan. Istilah cafe sendiri cukup populer di kalangan masyarakat kota karena dianggap lebih kekinian. Hal ini disebabkan oleh banyaknya variasi konsep yang ditawarkan, mulai dari pilihan menu, hingga ketersediaan fasilitas internet yang kini banyak diburu oleh pengunjung (Sakdiyah & Rohman, 2022).

Keberhasilan usaha, terutama UMKM, tidak hanya bergantung pada produk, tetapi juga model bisnis yang jelas. Business Model Canvas (BMC) adalah alat strategis yang membantu pelaku usaha memahami, merancang, dan mengembangkan model bisnis secara sederhana dan terstruktur. Sayangnya, banyak usaha kuliner masih belum memanfaatkannya, sehingga berisiko stagnan atau gagal saat pasar berubah.

Di Kabupaten Bolaang Mongondow, usaha kuliner terus tumbuh, termasuk cafe dengan konsep modern yang menawarkan pengalaman sosial dan estetika. Salah satunya adalah Cafe Tampa Bakudapa di Desa Passi, yang berdiri sejak November 2022. Mengusung konsep lokal “tempat berkumpul”, cafe ini menjadi pusat aktivitas warga dan wisatawan, sekaligus wadah kegiatan komunitas, diskusi kreatif, dan pertunjukan seni. Keunikan konsep ini menjadi nilai tambah, namun keberlanjutan usahanya bergantung pada pemahaman model bisnis yang jelas dan adaptif. Mengkaji penerapan BMC pada Cafe Tampa Bakudapa penting untuk melihat sejauh mana model bisnis ini digunakan dan pengaruhnya terhadap perkembangan bisnis.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, Cafe *Tampa Bakudapa* menjadi salah satu contoh usaha yang menarik untuk dikaji guna mengetahui sejauh mana elemen-elemen *Business Model Canvas* telah diterapkan, dan bagaimana penerapan tersebut berpengaruh terhadap keberlangsungan dan pengembangan bisnis Cafe *Tampa Bakudapa*.

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana *Business Model Canvas* Pada Cafe *Tampa Bakudapa* Di Kabupaten Bolaang Mongondow.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti dapat memberi pengalaman baru dan memperluas pengetahuan.
2. Bagi Pemilik usaha cafe *Tampa Bakudapa*, dapat menjadi masukan dalam menggunakan *Business Model Canvas*
3. Bagi Penelitian selanjutnya, bisa memberikan referensi untuk penelitian lain.

METODOLOGI PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini telah dilaksanakan selama 3 bulan yakni dari bulan April 2025 sampai Juni 2025. Tempat pelaksanaan di Desa Passi, Kecamatan Passi Barat, Kabupaten Bolaang Mongondow, Sulawesi Utara.

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer merupakan data yang diperoleh dari tempat penelitian melalui pemilik usaha. Data sekunder

diperoleh melalui internet berbagai jurnal ilmiah dan skripsi, serta sumber lain yang berkaitan dengan penelitian sebelumnya.

Metode Pengambilan Sampel

Metode Pengambilan sampel dilakukan dengan pengambilan secara sengaja (*accidental sampling*), diambil dari pemilik usaha yang bertemu dengan peneliti.

Konsep Pengukuran Variabel

Variabel yang diukur dalam penelitian ini adalah:

- 1) *Customer Segments* (Segmentasi Pelanggan)
Pengenalan pelanggan dapat dilakukan dengan:
 - a) Usia, jenis kelamin, jenis pekerjaan
 - b) Tempat tinggal
 - c) Warga lokal
 - d) Wisatawan
- 2) *Value Propositions* (Nilai Yang Ditawarkan)
Value proposition adalah manfaat utama yang diberikan cafe kepada pelanggan. Cafe *Tampa Bakudapa* menawarkan:
 - a) Suasana cafe *tampa bakudapa* yang alami dengan pemandangan indah.
 - b) Makanan dan minuman khas daerah dengan bahan berkualitas dan beberapa menu yang diminati.
 - c) Tempat berkumpul yang nyaman untuk bersosialisasi atau bekerja.
 - d) Reservasi tempat untuk acara tertentu seperti event khusus misalnya catering, acara komunitas, acara ulang tahun, acara buka bersama, acara malam tahun baru, prom night dan lain-lain.
- 3) *Channels* (Saluran)
Saluran yang digunakan cafe untuk menjangkau pelanggan, seperti:
 - a) Promosi melalui Facebook.
 - b) Promosi dari mulut ke mulut dan ulasan online.
 - c) Reservasi tempat melalui Facebook atau nomor telepon.
- 4) *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan)
Identifikasi cara membangun dan mempertahankan hubungan dengan pengunjung, misalnya melalui pelayanan ramah dan responsif, memberikan diskon, bonus atau lainnya.
- 5) *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan)
Mengidentifikasi bagaimana business Cafe *Tampa Bakudapa* akan menghasilkan pendapatan melalui penjualan langsung.
- 6) *Key Resources* (Sumber Daya Utama)
Sumber daya yang diperlukan untuk menjalankan bisnis, meliputi:
 - a) Sumber daya fisik berupa lokasi, peralatan produksi cafe, dan fasilitas cafe.
 - b) Sumber daya manusia berupa karyawan, barista, juru masak.
 - c) Sumber daya finansial, berupa ketersediaan uang tunai, ketersediaan dana.
 - d) Aset teknologi yang digunakan di cafe dan media sosial.
- 7) *Key Activities* (Kegiatan Utama)
Kegiatan utama yang dilakukan untuk menjaga operasional cafe berjalan dengan baik, seperti produksi, penyajian makanan dan minuman, persediaan bahan baku, pengelolaan produk, aktivitas operasional harian, memasak menu utama cafe, pelayanan pelanggan yang ramah, hiburan live music atau karaoke, promosi melalui media sosial, pengelolaan keuangan dan administrasi.
- 8) *Key Partnership* (Kemitraan)
Meliputi pihak yang bekerja sama mendukung operasional cafe seperti mitra bahan baku dan mitra pemasaran.
- 9) *Cost Structure* (Struktur Biaya)
Cost Structure meliputi biaya yang dikeluarkan dalam menjalankan bisnis seperti biaya tetap dan biaya variabel.

Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan *Business Model Canvas* (BMC). *Business Model Canvas* terdiri dari sembilan elemen yaitu Value Proposition (Nilai Yang Ditawarkan), Customer Relationship (Hubungan Pelanggan), Channels (Saluran), Revenue Streams (Aliran Pendapatan), Customer Segments (Segmentasi Pelanggan), Key Activities (Kegiatan Utama), Cost Structure (Struktur Biaya), Key Resources (Sumber Daya Utama), dan Key Partnership (Kemitraan) (Alexander & Yves, 2012). Hasil dari proses wawancara dan observasi langsung akan dilakukan dengan sembilan komponen yang ada di *Business Model Canvas*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Wilayah Penelitian

Cafe *Tampa Bakudapa* merupakan usaha yang berlokasi di Jl. R. Soeprapto, Kecamatan Passi Barat, Kabupaten Bolaang Mongondow, Provinsi Sulawesi Utara. Cafe *Tampa Bakudapa* adalah bisnis yang didirikan oleh ibu Endang Bara sejak bulan November tahun 2022, Cafe *Tampa Bakudapa* buka setiap hari mulai dari jam 16.00-00.00 WITA dan telah menjadi salah satu destinasi favorit masyarakat lokal, wisatawan daerah, dan wisatawan luar negeri yang mencari tempat bersantai dengan nuansa alam yang asri dan nyaman. Nama *Tampa Bakudapa* sendiri dalam bahasa daerah berarti “Tempat Bertemu”, karena letaknya antara Kotamobagu dan Bolaang Mongondow jadi diberi nama Cafe *Tampa Bakudapa*, yang mencerminkan konsep utama cafe sebagai ruang sosial yang terbuka bagi semua kalangan, baik untuk bersantai, bekerja, berdiskusi, maupun mengadakan kegiatan komunitas.

Identifikasi *Business Model Canvas* Cafe *Tampa Bakudapa*

Berdasarkan hasil wawancara melalui kusioner kepada pemilik usaha, berikut merupakan komponen bisnis yang sedang dijalankan dan dituangkan dalam 9 elemen *Business Model Canvas*:

Customer Segments (Segmentasi Pelanggan)

Cafe Tampa Bakudapa memiliki pelanggan yang beragam berdasarkan tempat tinggal, usia, pekerjaan, dan kondisi ekonomi. Mayoritas pengunjung adalah perempuan berusia 17–40 tahun, terutama dari kalangan pelajar, mahasiswa, pekerja, dan PNS. Sebagian besar berasal dari Kabupaten Bolaang Mongondow dan Kota Kotamobagu, tetapi ada juga yang datang dari luar daerah hingga wisatawan mancanegara. Banyaknya pengunjung perempuan dikaitkan dengan suasana cafe yang nyaman, estetik, dan sesuai selera anak muda. Meski punya segmentasi jelas, cafe ini tetap terbuka untuk semua orang.

Value Propositions (Nilai Yang Ditawarkan)

Cafe *Tampa Bakudapa* menawarkan sejumlah nilai yang menjadi daya tarik utama bagi pelanggan dari berbagai segmen. Nilai-nilai ini tidak hanya terletak pada produk makanan dan minuman yang disediakan, tetapi juga pada keseluruhan pengalaman yang diberikan kepada pengunjung.

- a. Cafe ini menghadirkan suasana yang nyaman dan alami dengan pemandangan alam sekitar yang indah, sehingga menciptakan tempat yang ideal untuk bersantai, bekerja, maupun berkumpul bersama komunitas. Konsep desain interior dan eksterior yang terbuka dan estetik juga menjadi daya tarik tersendiri, terutama bagi kalangan muda yang mengutamakan suasana tempat fotogenik dan *instagramable*.
- b. Cafe *Tampa Bakudapa* menyajikan menu makanan dan minuman yang tidak hanya lezat, tetapi juga memanfaatkan bahan-bahan berkualitas, termasuk cita rasa lokal khas daerah Bolaang Mongondow. Beberapa menu unggulan dirancang agar sesuai dengan selera masyarakat lokal sekaligus tetap menarik bagi wisatawan seperti menu makanan nasi goreng TB, sup iga sapi, ayam kampung lalapan, dada tuna bakar, rahang tuna bakar, fish and spice, bobara bakar, kuah asam goropah, mie goreng ayam, mie goreng seafood, mie cakalang, mie bakso, oci bakar, sapo tahu, nasi putih, cah kangkung, perkedel jagung, pisang goroho, pisang coklat/keju, kentang stik, roti bakar coklat/keju, dan onde-onde. Menu minuman seperti jus alvokat, orange juice, jus sirsak, jus semangka, jus nenas, jeruk nipis panas, jeruk nipis dingin, orange (hot), es kacang tanah, es berenebon, es teh

tawar/manis, kopi hitam (hot), kopi susu hot/ice, kopi aren hot/ice, kopi TB hot/ice, coklat hot/ice, taro hot/ice, lemon tea hot/ice, redvelvet hot/ice, matcha hot/ice, cookies and cream ice.

- c. Kenyamanan pelanggan juga didukung dengan fasilitas tambahan seperti akses internet gratis, tempat duduk indoor dan outdoor, serta pelayanan ramah dari staf cafe. Hal ini memperkuat posisi cafe sebagai tempat yang bukan hanya menjual produk, tetapi juga menjual pengalaman.
- d. Cafe ini memberikan layanan reservasi tempat untuk berbagai keperluan seperti acara komunitas, ulang tahun, prom night, buka puasa bersama, acara malam tahun baru, reunion, halal bi halal, *pre wedding*, *wedding*, atau kegiatan sosial lainnya. Dengan adanya fasilitas ini, cafe berfungsi tidak hanya sebagai tempat makan, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial dan kegiatan masyarakat.

Melalui kombinasi suasana, produk berkualitas, pelayanan, dan fasilitas yang disediakan, Cafe *Tampa Bakudapa* berhasil menciptakan proposisi nilai yang relevan dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta membedakan diri dari cafe-cafe lain di wilayah sekitarnya.

Channels (Saluran)

Cafe *Tampa Bakudapa* memanfaatkan beberapa saluran utama, baik secara langsung maupun tidak langsung, sebagai berikut:

- a. Promosi melalui Facebook

Cafe *Tampa Bakudapa* aktif menggunakan media sosial, khususnya Facebook, sebagai media utama untuk promosi, menyampaikan informasi, jam operasional, serta berbagai kegiatan atau acara yang diselenggarakan di cafe.

- b. Promosi dari mulut ke mulut dan ulasan online

Sebagian besar pelanggan mengetahui keberadaan Cafe *Tampa Bakudapa* melalui rekomendasi dari teman, keluarga, atau kenalan. Banyak pelanggan yang secara sukarela membagikan pengalaman mereka di media sosial pribadi, lengkap dengan foto dan ulasan, yang secara tidak langsung menjadi media promosi bagi cafe. Hal ini memperluas jangkauan informasi kepada calon pelanggan yang lebih luas.

- c. Reservasi bisa melalui Facebook atau nomor telepon, selain melalui media sosial, pelanggan juga dapat langsung melakukan pemesanan tempat atau mengunjungi cafe tanpa reservasi.

Customer Relationship (Hubungan Pelanggan)

Cafe *Tampa Bakudapa* membangun hubungan erat dengan pelanggannya melalui pelayanan yang ramah, cepat, dan penuh perhatian. Staf, mulai dari barista hingga pengelola, selalu menyambut tamu dengan senyum, melayani tanpa membuat mereka menunggu lama, serta sabar menjawab pertanyaan. Sikap ini membuat pengunjung merasa nyaman dan dihargai. Sebagai bentuk apresiasi, cafe juga memberikan bonus atau diskon untuk rombongan atau pemesanan besar, seperti minuman gratis atau potongan harga. Pendekatan ini bukan hanya menjaga kepuasan pelanggan, tapi juga mendorong mereka untuk kembali berkunjung.

Revenue Streams (Aliran Pendapatan)

Dari penjualan makanan dan minuman inilah cafe mendapatkan rata-rata pendapatan harian sebesar Rp3.000.000/hari dan dalam sebulan mencapai Rp30.000.010. Selain Pendapatan harian tersebut, cafe juga memperoleh pemasukan dari reservasi tempat untuk berbagai acara. Pendapatan ini berasal dari penyewaan lokasi untuk keperluan prewedding yang biasanya digunakan untuk sesi foto dengan latar pemandangan alam cafe yang asri.

Cafe *Tampa Bakudapa* juga menjadi tempat pilihan untuk berbagai acara lain seperti prom night, acara *wedding*, rapat, halal bi halal, dan acara buka puasa bersama yang menu pakatnya disesuaikan dengan kebutuhan pelanggan, dengan harga mulai dari Rp75.000/orang (cakaleng suir, telur bumbu bali, sayur campur, sup makaroni, aqua), Rp100.000/orang (ayam bumbu kecap, ikan bakar, ikan woku, capcay, sup makaroni, perkedel milu, buah segar, aqua), Rp150.000/orang (daging rica-rica atau daging ampal, ikan woku, ikan bakar, udang bumbu kecap, perkedel jagung, sup makaroni, capcay, buah segar, buah potong, cake, aqua), Rp200.000/orang (daging rica-rica atau ampal, sambal hati, ikan bakar, sate, sup tulang, perkedel jagung, udang, capcay, buah segar, cake, buah potong (semangka, nenas, dan pepaya), puding, aqua. tergantung menu dan jumlah peserta. acara *wedding*,

rapat, prom night, dan lain-lain dengan pelanggan yang rutin datang setiap hari, terutama pada akhir pekan dan hari libur.

Biaya sewa tempat, yang bervariasi sesuai area yang digunakan oleh pelanggan. Terdapat sewa Rp1.000.000 untuk area tertentu, Rp5.000.000 untuk area yang lebih luas, hingga Rp10.000.000 jika menyewa keseluruhan area cafe untuk satu acara. Berbagai aliran pendapatan tersebut menjadi kekuatan utama *Cafe Tampa Bakudapa* dalam mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan bisnis kuliner di Kabupaten Bolaang Mongondow.

Key Resources (Sumber Daya Utama)

Sumber daya ini terbagi dalam beberapa kategori, yaitu sumber daya fisik, sumber daya manusia, sumber daya finansial, dan sumber daya teknologi.

- Sumber daya fisik, *Cafe Tampa Bakudapa* memiliki lokasi strategis yang terletak di Desa Passi, Kecamatan Passi Barat, Kabupaten Bolaang Mongondow. Lokasi ini tidak hanya mudah diakses, tetapi juga menawarkan pemandangan alam yang indah, sehingga menjadi daya tarik tersendiri bagi pelanggan.
- Sumber daya manusia merupakan komponen yang memastikan layanan cafe berjalan baik. Tim kerja di *Cafe Tampa Bakudapa* terdiri dari pemilik usaha sebagai pengelola utama, karyawan 7 orang, dan juru masak yang menyiapkan menu makanan ada 7 orang.
- Sumber daya finansial berperan dalam mendukung kelangsungan operasional sehari-hari. Pendanaan yang digunakan berasal dari modal pribadi pemilik usaha. Dana ini digunakan untuk pembelian bahan baku, pembayaran gaji karyawan, pemeliharaan fasilitas dan lain-lain.
- Sumber daya teknologi, Dalam produksi, digunakan mesin grinder (mesin penggiling), roaster kopi untuk menyangrai (memanggang) biji kopi, dan mesin kopi barista espresso. Untuk menciptakan suasana yang menarik, digunakan vidiotron, sound system, dan pencahayaan (lighting) yang mendukung berbagai acara. Dan cafe ini aktif media sosial seperti Facebook untuk promosi dan reservasi serta menyediakan akses Wi-Fi bagi kenyamanan pelanggan.

Key Activities (Kegiatan Utama)

Cafe Tampa Bakudapa menjalankan berbagai kegiatan operasional untuk menjaga kelancaran bisnis dan kepuasan pelanggan. Setiap hari, mereka menyiapkan dan mengolah bahan segar menjadi menu khas seperti ikan bakar, ayam kampung lalapan, kopi, teh, dan jus, dengan menjaga kualitas rasa dan tampilan. Bahan baku seperti ikan dari Bitung, ayam, sayuran, dan bumbu selalu dicek dan dipasok rutin agar tetap segar. Sebelum buka, staf menata peralatan, memastikan kebersihan, dan memeriksa kesiapan dapur. Setelah tutup, dilakukan pembersihan dan pengecekan keamanan. Juru masak berpengalaman mengolah menu secara higienis dan efisien, sementara pelayanan diberikan secara ramah dan cepat oleh seluruh staf, termasuk pemilik. Untuk hiburan, cafe mengadakan live music atau karaoke di malam hari. Promosi dilakukan lewat media sosial, terutama Facebook pemilik, dengan menampilkan suasana, menu, dan event khusus. Pemilik juga mengurus keuangan, pembayaran gaji, pembelian bahan, serta reservasi acara seperti ulang tahun, pernikahan, dan reuni, sehingga semua operasional tetap tertata dengan baik.

Key Partnership (Kemitraan)

Mitra bahan baku meliputi supplier dan toko langganan yang menyediakan kebutuhan operasional cafe. Bahan baku utama seperti ikan segar diperoleh langsung dari bitung melalui supplier langganan pemilik cafe, sedangkan kebutuhan lainnya seperti sayuran, bumbu, dan bahan pelengkap dibeli di pasar 23 Maret Kotamobagu. Selain itu, *Cafe Tampa Bakudapa* juga memiliki langganan tetap di Toko Lestari untuk pembelian beberapa bahan makanan kemasan dan kebutuhan lainnya. Mitra pemasaran yaitu pihak-pihak yang membantu mempromosikan cafe kepada masyarakat luas. Mitra pemasaran cafe ini diantaranya ada influencer lokal.

Cost Structure (Struktur Biaya)

Biaya tetap merupakan biaya yang jumlahnya relatif konstan setiap bulan, meskipun jumlah pengunjung atau produksi makanan mengalami perubahan. Biaya tetap cafe ini meliputi:

1. Gaji karyawan tetap, yang terdiri dari beberapa besaran sesuai tanggung jawab dan posisi kerja, yaitu Rp1.000.000, Rp2.000.000, dan Rp2.500.000 per bulan.
2. Biaya air bulanan, menggunakan sumber air sumur bor yang tetap memerlukan perawatan dan biaya operasional untuk pemakaian setiap bulan.
3. Biaya internet bulanan sebesar Rp975.000 untuk mendukung transaksi online, akses digital cafe, dan kebutuhan Wi-Fi pelanggan.

Biaya variabel adalah biaya yang jumlahnya akan berubah sesuai dengan tingkat aktivitas produksi maupun jumlah pengunjung yang datang ke cafe. Biaya variabel Cafe *Tampa Bakudapa* antara lain:

1. Pembelian bahan baku makanan dan minuman, yang bervariasi antara Rp500.000, Rp1.500.000, hingga Rp3.000.000 jika terdapat pesanan prasmanan atau acara tertentu. Bahan baku ini meliputi ikan segar, ayam, sayuran, beras, bumbu masak, air aqua, gas, dan kebutuhan operasional lain yang menunjang penyediaan menu makanan dan minuman di cafe.
2. Upah karyawan tambahan saat event, berkisar antara Rp50.000 hingga Rp100.000 per orang, tergantung jenis dan durasi acara yang diadakan.
3. Biaya listrik, yang diestimasi sebesar Rp150.000 per hari untuk menunjang penggunaan alat dapur, lampu, kulkas, dan fasilitas lainnya.

Business Model Canvas pada Café Tampa Bakudapa

Berdasarkan hasil identifikasi yang sudah dilakukan, maka diperoleh *Business Model Canvas* Pada Cafe *Tampa Bakudapa* dalam Gambar 1.

Key Partnership	Key Activities	Value Proposition	Customer Relationship	Customer Segments
<ul style="list-style-type: none">-Supplier ikan dari Bitung-Sayuran, bumbu dan bahan pelengkap di Pasar 23 Maret Kotamobagu-Bahan makanan kemasan diToko Lestari-Influencer lokal	<ul style="list-style-type: none">- Produksi, persiapan makanan dan minuman setiap hari, persediaan bahan baku, pengelolaan produk, aktivitas operasional harian, memasak menu utama cafe, pelayanan pelanggan yang ramah dan cepat-Hiburan live music atau karaoke, promosi melalui media sosial, pengelolaan keuangan dan administrasi reservasi acara	<ul style="list-style-type: none">-Panorama alam-Menu makanan dan minuman khas cafe-Tempat berkumpul yang <i>instagramable</i>-Reservasi untuk berbagai acara	<ul style="list-style-type: none">-Pelayanan ramah dan responsif-Pemberian diskon atau bonus untuk pesanan dalam jumlah besar atau rombongan-Menjaga interaksi baik dengan pengunjung	<ul style="list-style-type: none">-Mayoritas perempuan-Pelajar, mahasiswa, pekerja, PNS, pegawai swasta dan lain-lain.-Warga lokal Bolaang Mongondow dan Kotamobagu-Wisatawan domestik maupun mancanegara
	Key Resources		Channels	
	<ul style="list-style-type: none">-Lokasi strategis-Bangunan cafe-Peralatan dapur dan penyajian-Barista, juru masak, karyawan-Mesin kopi, vidiotron, sound system, lighting, WiFi		<ul style="list-style-type: none">-Promosi melalui Facebook-Promosi mulut ke mulut dan ulasan online-Reservasi melalui Facebook atau nomor Telepon	
Cost Structure		Revenue Stream		
<ul style="list-style-type: none">-Biaya tetap, gaji karyawan Rp1.000.000-Rp2.500.000, biaya internet Rp975.000/bulan-Biaya variabel, bahan baku Rp500.000-Rp3.000.000, upah tambahan Rp50.000-Rp100.000, biaya listrik Rp150.000/hari		<ul style="list-style-type: none">-Penjualan makanan dan minuman Rp.3.000.000/hari dan Rp.30.000.010/bulan-Acara prom night, wedding, rapat, halal bi halal, buka puasa bersama dengan paket menu per kepala (Rp75.000, Rp100.000, Rp150.000, Rp200.000).-Biaya sewa tempat, mulai dari Rp.1.000.000, Rp.5.000.000 dan Rp.10.000.000.		

Gambar 4. *Business Model Canvas* Pada Cafe Tampa Bakudapa

Gambar 4. menggambarkan situasi terkini dari operasional bisnis Cafe *Tampa Bakudapa*. *Business Model Canvas* berfungsi sebagai sarana untuk memetakan dan memastikan bahwa seluruh

aspek penting telah diperhitungkan dan dioptimalkan demi mencapai keberhasilan dalam menjalankan bisnis ini.

Customer Segments (Segmentasi Pelanggan), mayoritas pengunjung perempuan, pebisnis menargetkan semua kalangan tanpa batasan, seperti pelajar, mahasiswa, pekerja, pegawai negeri sipil (PNS), pegawai swasta, warga lokal Bolaang Mongondow dan Kotamobagu, hingga wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini menunjukkan bahwa cafe memiliki segmentasi pasar yang luas dan beragam.

Value Proposition (Nilai Yang Ditawarkan), pebisnis menekankan bahwa cafe ini menawarkan suasana nyaman dengan pemandangan indah, makanan dan minuman khas cafe yang berkualitas, serta tempat yang *instagramable* sehingga cocok untuk bersantai dan bersosialisasi. Selain itu, cafe juga menyediakan reservasi tempat untuk berbagai acara seperti ulang tahun, prom night, maupun acara lainnya. Pemilik ingin pelanggan tidak hanya membeli makanan dan minuman, tetapi juga merasakan pengalaman bersantai dengan nuansa alam terbuka.

Customer Relationship (Hubungan Pelanggan), pemilik menjelaskan bahwa hubungan dengan pengunjung dijaga melalui pelayanan ramah dan responsif. Selain itu, pengunjung yang datang dalam jumlah banyak atau membawa rombongan akan diberikan bonus atau potongan harga tertentu sebagai bentuk penghargaan dan upaya mempertahankan loyalitas pelanggan.

Channels (Saluran), pebisnis memanfaatkan promosi melalui Facebook sebagai media utama untuk menginformasikan menu dan reservasi tempat, serta promosi dari mulut ke mulut yang sangat efektif di wilayah setempat. Banyak pelanggan datang karena rekomendasi teman atau keluarga, dan cafe ini juga mendapatkan promosi gratis melalui ulasan online yang diunggah pelanggan di media sosial mereka.

Revenue Streams (Aliran Pendapatan), sumber pendapatan utama cafe berasal dari penjualan makanan dan minuman dengan rata-rata harian Rp.3.000.000/hari dan bulanan Rp30.000.010. Pendapatan juga diperoleh dari reservasi tempat untuk *prewedding*, prom night, *wedding*, rapat, dan acara lainnya dengan paket menu mulai dari Rp75.000 hingga Rp200.000 per orang, tergantung pilihan menu dan jumlah peserta. Biaya sewa tempat, yang bervariasi sesuai area yang digunakan oleh pelanggan. Terdapat sewa Rp1.000.000 untuk area tertentu, Rp5.000.000 untuk area yang lebih luas, hingga Rp10.000.000 jika menyewa keseluruhan area cafe untuk satu acara. Sumber pendapatan ini menjadi kekuatan utama Cafe *Tampa Bakudapa* dalam mempertahankan keberlanjutan usahanya di tengah persaingan bisnis kuliner.

Key Resources (Sumber Daya Utama), pemilik cafe menyampaikan bahwa sumber daya utama yang menopang bisnis meliputi lokasi strategis dengan pemandangan indah, bangunan cafe, peralatan dapur, dan penyajian, barista dan juru masak, serta mesin kopi, vidiotron, sound system, lighting, dan WiFi yang menambah kenyamanan pelanggan.

Key Activities (Kegiatan Utama), pemilik menjelaskan bahwa kegiatan utama cafe meliputi produksi dan persiapan makanan dan minuman setiap hari, persediaan bahan baku, pengelolaan produk, aktivitas operasional harian, memasak menu utama cafe, pelayanan pelanggan yang ramah dan cepat hiburan live music atau karaoke, promosi melalui media sosial, serta pengelolaan keuangan dan reservasi acara.

Key Partnership (Kemitraan), pemilik menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, diantaranya supplier bahan baku ikan dari Bitung, pasar 23 Maret Kotamobagu, Toko Lestari, dan influencer lokal.

Cost Structure (Struktur Biaya), Biaya tetap Cafe *Tampa Bakudapa* mencakup gaji karyawan tetap mulai dari Rp.1.000.000, Rp.2.000.000, dan Rp.2.500.000 per bulan, biaya air bulanan dari sumur bor, biaya internet Rp975.000 per bulan. Biaya variabel meliputi biaya produksi (bahan baku makanan dan minuman) antara Rp500.000–Rp1.500.000 per hari dan bisa mencapai Rp3.000.000 saat ada acara besar, upah karyawan tambahan Rp50.000–Rp100.000, dan biaya listrik sekitar Rp150.000 per hari.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Cafe *Tampa Bakudapa* memiliki *Customer Segments* (Segmentasi Pelanggan) yang luas mencakup berbagai kalangan, menawarkan *Value Propositions* (Nilai Yang Ditawarkan) berupa suasana nyaman, makanan khas, dan fasilitas untuk berbagai acara. *Channels* (Saluran) promosi dilakukan melalui media sosial dan komunikasi langsung, dengan *Customer Relationship* (Hubungan Pelanggan) dijaga melalui pelayanan yang ramah dan program loyalitas. *Revenue Streams* (Aliran Pendapatan) utama berasal dari penjualan produk dan reservasi acara, dengan rata-rata pendapatan bulanan mencapai Rp30.000.010. *Key Resources* (Sumber Daya Utama) mencakup lokasi strategis, fasilitas lengkap, dan SDM terlatih. *Key Activities* (Kegiatan Utama) mencakup hiburan, penyajian makanan-minuman, dan promosi. *Key Partnership* (Kemitraan) dibangun dengan berbagai pemasok lokal dan influencer, sementara *Cost Structure* (Struktur Biaya) meliputi biaya operasional harian, acara, gaji, dan biaya lainnya. Keseluruhan 9 elemen tersebut mendukung keberlangsungan dan daya saing Cafe *Tampa Bakudapa* di tengah persaingan bisnis kuliner.

Saran

Cafe *Tampa Bakudapa* disarankan untuk menambahkan spot foto khusus, di area cafe dengan dekorasi khas Bolaang Mongondow atau tema alam terbuka yang estetik dan menambahkan lampu sorot atau lampu hias pada batang atau daun pohon-pohon yang ada di area cafe. Disarankan juga bekerja sama dengan pihak travel agent untuk menjadikan Cafe *Tampa Bakudapa* sebagai salah satu destinasi singgah wisatawan. Penawaran paket kerja sama ini dapat menambahkan jumlah pengunjung setiap harinya. Selain itu, cafe juga disarankan untuk membuat akun media sosial resmi dengan nama cafe sendiri “Cafe *Tampa Bakudapa*”, serta memaksimalkan promosi melalui media sosial lainnya selain Facebook, seperti Instagram dan Tiktok, untuk menjangkau target pasar yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bolaang Mongondow. 2024. *Statistik Daerah Kabupaten Bolaang Mongondow 2023*.
- Chiquito, L., & Wijayangka, C. 2020. Analisis Bisnis Model Kanvas Pada Kedai Kopi Neal Bekasi Analysis Business Model Canvas On Neal's Coffee Bekasi. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7(2).
- Harahap, K., Vovi Sinta, B., Oroh, F. N. S., & Hamzah, Z. Z. 2024. *Bisnis Model Canvas*. Medan: PT Media Penerbit Indonesia.
- Kompas.com. 2024. *Sektor Kuliner Penyumbang Terbesar PDB Ekonomi Kreatif Indonesia*. Di akses pada 12 Februari 2025, dari <https://canteen.telkomuniversity.ac.id/sektor-kuliner-penyumbang-terbesar-pdb-ekonomi-kreatif-indonesia-kompas-com/#:~:text=%E2%80%9CKuliner%20menyerap%209%2C5%20juta%20tenaga%20kerja%20dan,kreatif%20sebesar%20Rp%201.134%20triliun%20pada%202020>
- Saeputra, M. Y., & Hidayatullah, D. S. 2016. Analisis Model Bisnis pada Kafe Fruitea Holic dengan Pendekatan Business Model Canvas. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Sakdiyah, H., & Rohman, A. 2022. Strategi Bisnis Cafe Dalam Meningkatkan Minat Pengunjung Ditinjau Perspektif Syariah Marketing Mix (Studi pada Cafe Sekitar Universitas Trunojoyo Madura). *Kaffa: Journal of Sharia Economic & Bussines Law*, 1(4): 172-194.
- Tjitradi, E. C. 2015. Evaluasi dan Perancangam Model Bisnis Berdasarkan Business Model Canvas. *Agora*, 3(1): 8-16.
- Walean, J. J. R., Pangemanan, P. A., & Lolowang, T. F. 2023. Strategi Pengembangan Usaha Melalui Business Model Canvas (Studi Kasus" JW Roti" Di Desa Totolan Kecamatan Kakas Barat Kabupaten Minahasa). *Agri-Sosioekonomi*, 19(1), 387-394.

Widarti, P. 2019. *Pertumbuhan Kafe Berbasis Kopi Jatim Mencapai 18 Persen Setahun*. Surabaya: Bisnis.com. Di akses pada 24 Februari 2025, dari <https://surabaya.bisnis.com/read/20191001/531/1154444/pertumbuhan-kafe-berbasis-kopijatim-mencapai-18-persen-setahun>