

PERANCANGAN FORMULASI STRATEGI PERTUMBUHAN BISNIS KOPI DI CITA RASA *COFFEE AND EATERY*

FAJAR TRIHUTOMO



**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University



IPB University
Bogor Indonesia

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Perpustakaan IPB University



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Perancangan Formulasi Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopi di Cita Rasa *Coffee and Eatery*” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2025

Fajar Trihutomo
K1501212292

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



RINGKASAN

FAJAR TRIHUTOMO. Perancangan Formulasi Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopi di Cita Rasa *Coffee and Eatery*. Dibimbing oleh RADEN DIKKY INDRAWAN, dan ARRY EKANANTA.

@Hak cipta milik IPB University

Bertambahnya jumlah pelaku usaha di sektor kuliner khususnya minuman kopi sejalan dengan meningkatnya tingkat konsumsi kopi. Namun, pertumbuhan operasional kedai kopi yang terus berkembang tidak selalu dapat bertahan dalam jangka panjang. Persaingan yang semakin intens di industri ini menciptakan tingkat kompetisi yang tinggi, karena konsumen memiliki beragam pilihan untuk memenuhi kebutuhan mereka akan layanan dan ketersediaan kopi. Cita Rasa *Coffee and Eatery* menghadapi beberapa tantangan bisnis, termasuk fluktuasi jumlah pelanggan, meningkatnya biaya bahan baku, persaingan yang ketat, rendahnya kesadaran merek, kondisi keuangan yang tidak stabil, dan strategi bisnis yang belum berkembang.

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan bisnis yang dihadapi oleh Cita Rasa *Coffee and Eatery*, menganalisis *Business Model Canvas* yang dimiliki, serta mengevaluasi faktor internal dan eksternal melalui pendekatan SWOT dan Matriks IE untuk mengungkap kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman. Berdasarkan analisis tersebut, formulasi strategi dirancang untuk diimplementasikan guna mendorong pertumbuhan dan daya saing bisnis secara berkelanjutan.

Metode penelitian menggunakan analisis BMC, SWOT, dan AHP. Hasil penelitian menunjukkan strategi pertumbuhan bisnis yang diusulkan meliputi penetrasi pasar layanan kopi bergerak yang terjangkau, kolaborasi rutin dengan kelompok komunitas, optimalisasi keterlibatan media sosial, dan perluasan opsi pembelian *online* melalui platform seperti Grab, *ShopeeFood*, dan Gojek. Pendekatan strategis ini bertujuan untuk meningkatkan daya saing, memperluas jangkauan pasar, dan menciptakan stabilitas keuangan bagi Cita Rasa *Coffee and Eatery*.

Keywords: BMC, Coffee, Internal Factor, External Factor

SUMMARY

FAJAR TRIHUTOMO. Designing a Business Growth Strategy Formulation for Coffee at Cita Rasa Coffee and Eatery Supervised by RADEN DIKKY INDRAWAN and ARRY EKANANTA.

The increasing number of entrepreneurs in the culinary sector, particularly in the coffee beverage industry, is in line with the rising coffee consumption levels. However, the continuously growing operational performance of coffee shops may not always be sustainable in the long term. The intensifying competition within this industry creates high competition levels, as consumers have a variety of choices to meet their service and coffee availability needs. Cita Rasa Coffee and Eatery faces several business challenges, including fluctuating customer numbers, rising raw material costs, fierce competition, low brand awareness, unstable financial conditions, and underdeveloped business strategies.

This study aimed to identify the business problems faced by Cita Rasa Coffee and Eatery, analyze its Business Model Canvas, and evaluate internal and external factors through SWOT and IE Matrix approaches to uncover strengths, weaknesses, opportunities, and threats. Based on the analysis, a strategy formulation was developed to be implemented for driving growth and business competitiveness sustainably.

The research used BMC, SWOT, and AHP analysis methods. The results of the study suggested proposed business growth strategies, including affordable mobile coffee service market penetration, regular collaboration with community groups, optimization of social media engagement, and expanding online purchase options through platforms such as Grab, ShopeeFood, and Gojek. This strategic approach aims to enhance competitiveness, expand market reach, and create financial stability for Cita Rasa Coffee and Eatery.

Keywords: BMC, Coffee, Internal Factor, External Factor





Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025¹ Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

PERANCANGAN FORMULASI STRATEGI PERTUMBUHAN BISNIS KOPI DI CITA RASA *COFFEE AND EATERY*

FAJAR TRIHUTOMO

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Manajemen
pada
Program Studi Manajemen dan Bisnis

**MAGISTER MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

@Hak cipta milik IPB University

IPB University





@Hak cipta milik IPB University

Penguji Luar Komisi pada Ujian Tesis:

1. **Ir. Setiadi Djohar, M.S.M., D.B.A**
2. **Dr. Nur Hasanah, SKom, M. Eng**

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Judul Tesis : Perancangan Formulasi Strategi Pertumbuhan Bisnis Kopi di Cita
 Rasa *Coffee and Eatery*

Nama : Fajar Trihutomo
 NIM : K1501212292

@Hak cipta milik IPB University

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
 Dr. Raden Dikky Indrawan, SP, MM



Pembimbing 2:
 Dr, Arry Ekananta, S.T, M.Si



Diketahui oleh

Ketua Program Studi Pascasarjana
 Manajemen dan Bisnis:
 Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.
 NIP. 196009161986011001



Dekan Sekolah Bisnis
 Prof. Dr. Ir. Noer Azam, Achsani, M.S.
 NIP. 196311111988111001





PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Juni 2023 sampai bulan Desember 2024 ini, dengan judul “Perancangan Formulasi Strategi Bisnis Kopi di Cita Rasa *Coffee and Eatery*”.

Terima kasih penulis ucapkan kepada para pembimbing, Dr. Raden Dicky Indrawan, SP, MM dan Dr. Arry Ekananta, S.T, M.Si yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada pembimbing akademik, moderator seminar, dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, penghargaan penulis sampaikan kepada karyawan Cita Rasa *Coffee and Eatery* yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, serta seluruh keluarga dan Istri yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2025

Fajar Trihutom

@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	5
1.4 Manfaat	5
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi Bisnis	6
2.2 Strategi Marketing	6
2.3 Manajemen Strategik	7
2.4 <i>Business Model Canvas</i>	9
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu	17
2.6 Kerangka Pemikiran	21
III METODE	24
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	24
3.2 Jenis dan Sumber Data	24
3.3 Teknik Pengambilan Sampel	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	25
3.5 Teknik Pengolahan dan Analisis Data	25
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	27
4.1 Permasalahan Bisnis di Cita Rasa <i>Coffee and Eatery</i>	27
4.2 <i>Business Model Canvas</i> Cita Rasa <i>Coffee and Eatery</i>	28
4.3 Analisis Faktor Internal dan Eksternal Cita Rasa <i>Coffee and Eatery</i>	34
4.4 Analisis Matriks Internal Eksternal (IE)	47
4.5 Perumusan Strategi Pengembangann Matriks TOWS	48
4.6 Analisis AHP	52
4.7 Implikasi Manajerial	57
V SIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN	66
RIWAYAT HIDUP	72

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



DAFTAR TABEL

1. 1	Coffee shop di Wibawa Mukti II	3
1. 2	Laporan pendapatan cita rasa coffee and eatery 2023- 2024	3
2. 1	Penyusunan perencanaan strategis (David 2019)	11
2. 2	Skema matriks eksternal- EFE (David 2019)	13
2. 3	Skema matriks internal- IFE (David 2019)	13
2. 4	Matriks strategi internal- eksternal (IE) (David 2019)	14
2. 5	Matriks SWOT (David 2019)	15
2. 6	Skala penilaian perbandingan berpasangan	16
2. 7	Penelitian terdahulu	18
3. 1	Daftar keseluruhan responden penelitian	24
3. 2	Daftar responden identifikasi SWOT	25
3. 3	Daftar responden identifikasi IFE EFE	26
3. 4	Daftar responden identifikasi AHP	26
4. 1	BMC Cita Rasa <i>Coffee and Eatery</i>	28
4. 2	Analisis kompetitor <i>sruma coffee & eatery</i>	41
4. 3	Analisis lingkungan cita rasa <i>coffee and eatery</i>	42
4. 4	Responden penelitian	43
4. 5	Hasil pembobotan dan penilaian matriks IFE	44
4. 6	Hasil pembobotan dan penilaian matriks EFE	46
4. 7	Matriks IE Cita Rasa <i>Coffee and Eatery</i>	48
4. 8	Rumusan strategi	51
4. 9	Perbandingan berpasangan faktor SWOT	53
4. 10	Perbandingan berpasangan subfaktor SWOT	54
4. 11	Hasil perbandingan alternatif strategi	56
4. 12	Implikasi manajerial	58

DAFTAR GAMBAR

1. 1	Pendapatan Juli 2023-Juli 2024	4
2. 1	Model komprehensif manajemen strategik (David 2019)	8
2. 2	Bisnis model canvas (Osterwalder dan Pigneur 2010)	10
2. 3	Kerangka penelitian	23
4. 1	Struktur <i>hierarki</i> strategi pertumbuhan bisnis Cita Rasa <i>Coffee and Eatery</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

1	List Wawancara Bersama <i>Owner</i>	67
2	Kuesioner Responden	67
3	AHP Responden	70