STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MODEL KEDAI KOPI ULEE KARENG DAN GAYO II BERBASIS PERILAKU KONSUMEN

REZA MUHAMMAD RIFQI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
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.
Perpustakaan IPB University

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

Perpustakaan IPB University

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tesis yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Model Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II Berbasis Perilaku Konsumen" adalah benar karya saya dengan arahan dari komisi pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apapun 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 karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Januari 2026

Reza Muhammad Rifqi
K1501212188

IPB University
Bogor Indonesia
@Hak cipta milik IPB University
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.
Perpustakaan IPB University

RINGKASAN

REZA MUHAMMAD RIFQI. Strategi Pengembangan Bisnis Model Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II Berbasis Perilaku Konsumen. Dibimbing oleh HARTOYO dan MOCHAMMAD MUKTI ALI.

Dalam dekade terakhir ini, kedai kopi menjadi tempat yang sering dikunjungi oleh masyararakat dari berbagai kalangan. Keberagaman tujuan mengunjungi kedai kopi tentu telah memengaruhi konsep dan model bisnis kedai kopi dari tahun-tahun sebelumnya. Hal ini tentunya berpengaruh terhadap model bisnis yang dapat dilihat dari perilaku konsumen. Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II merupakan kedai kopi tradisional khas Aceh yang berlokasi di Kota Medan yang telah berdiri sejak tahun 2012. Kedai kopi ini memiliki konsep kedai kopi tradisional dengan menu andalan Kopi Gayo dan Kopi Sanger. Sejak tahun 2020-2024 terdapat fluktuasi dari hasil penjualan. Sementara dari sisi eksternal, semakin maraknya kedai kopi baik konvensional dan modern di daerah sekitar, membuat adanya persaingan dengan kompetitor semakin ketat. Berdasarkan permasalahan di atas, diperlukan pengembangan model bisnis yang sudah ada.

Untuk meningkatkan penjualan dan peningkatan jumlah konsumen, Kedai kopi Ulee Kareng & Gayo II dijadikan objek pengembangan model bisnis yang berbasis pada perilaku konsumen. Pada penelitian ini dilakukan analisis perilaku konsumen pelanggan eksisting Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II, kemudian dilakukan analisis *Business Model Canvas (BMC)* yang eksisting, serta analisis SWOT internal, maka akan didapatkan model bisnis baru yang akan diterapkan kepada Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II. Penelitian ini menggunakan pendekatan metode campuran *(mixed methods)* dengan analisis deskriptif, yaitu dengan menganalisis data (kuantitatif) dari kuisioner yang dibagikan kepada 200 responden dan melakukan wawancara (kualitatif) dengan manajer operasional kedai kopi untuk bisnis model rekomendasi kepada Kopi Ulee Kareng & Gayo II.

Model bisnis pengembangan Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II berfokus pada menerapkan model bisnis yang mengintegrasikan nilai tradisional dengan inovasi modern. Model bisnis yang diusulkan mengedepankan kualitas kopi premium dengan harga kompetitif, didukung diversifikasi menu dan suasana yang nyaman. Melalui kolaborasi strategis dengan mitra dan *platform digital*, model bisnis ini mempertahankan segmen pelanggan eksisting serta ekspansi ke generasi muda. Pendapatan dioptimalkan melalui penjualan konvensional dan kanal digital, dengan tetap mempertahankan otentisitas Kopi Aceh sebagai nilai utama.

Kata kunci: Kedai kopi, model bisnis, dan perilaku konsumen

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

SUMMARY

REZA MUHAMMAD RIFQI. Business Model Development Strategy for Ulee Kareng Coffee shops Based on Consumer Behavior. Supervised by HARTOYO and MOCHAMMAD MUKTI ALI.

In the past decade, coffee shops have become frequently visited establishments by people from various backgrounds. The diversity of purposes for visiting coffee shops has certainly influenced the concept and business model of coffee shops compared to previous years. This has affected business models as evident from consumer behavior. Ulee Kareng & Gayo II Coffee shop is a traditional Acehnese coffee shop located in Medan City, established in 2012. This coffee shop maintains a traditional concept with signature menus featuring Gayo Coffee and Sanger Coffee. From 2020-2024, there have been fluctuations in sales performance. Meanwhile, externally, the proliferation of both conventional and modern coffee shops in the surrounding area has intensified competition with competitors. Based on these challenges, development of the existing business model is necessary.

To increase sales and consumer growth, Ulee Kareng & Gayo II Coffee shop has become the object of business model development based on consumer behavior. This research analyzes the consumer behavior of existing Ulee Kareng & Gayo II Coffee shop customers, followed by analysis of the existing Business Model Canvas (BMC), and internal SWOT analysis, which will result in a new business model to be implemented at Ulee Kareng & Gayo II Coffee shop. This research employs a mixed methods approach with descriptive analysis, analyzing (quantitative) data from questionnaires distributed to 200 respondents and conducting (qualitative) in-depth interviews with operational manager of the coffee shop for business model recommendations for Ulee Kareng & Gayo II Coffee.

The business model development for Ulee Kareng & Gayo II Coffee shop focuses on implementing a model that integrates traditional values with modern innovation. The proposed business model emphasizes premium coffee quality at competitive prices, supported by menu diversification and comfortable ambiance. Through strategic collaborations with partners and digital platforms, the business maintains existing customer segments while expanding to younger generations. Revenue is optimized through conventional sales and digital channels, while maintaining the authenticity of Acehnese Coffee as its core value.

Keywords: Business model, coffee shop, and consumer behaviour

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026[1]
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.

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

Perpustakaan IPB University

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS MODEL KEDAI KOPI ULEE KARENG DAN GAYO II BERBASIS PERILAKU KONSUMEN

REZA MUHAMMAD RIFQI

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

PROGRAM STUDI MANAJEMEN DAN BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

Tim Penguji pada Ujian Tesis:
1. Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, MFSA
2. Dr. Ir. Popong Nurhayati, MM

@Hak cipta milik IPB University
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.
IPB University
Bogor Indonesia
Perpustakaan IPB University

Judul Tesis : Strategi Pengembangan Bisnis Model Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II Berbasis Perilaku Konsumen
Nama : Reza Muhammad Rifqi
NIM : K1501212188

Disetujui oleh

Pembimbing 1:
Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc.

Pembimbing 2:
Dr. Mochammad Mukti Ali, S.T., M.M.

Diketahui oleh

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

Dekan Sekolah Bisnis:
Prof. Dr. Ir. Noer Azam Achsani, M.S.
NIP 196812291992031016

Digitally signed by:
Noer Azam Achsani
Date: 19 Jan 2026 13.02.54 WIB
Verify at disign.ipb.ac.id

Tanggal Ujian: 7 Januari 2026

Tanggal Lulus:

IPB University
Bogor Indonesia
@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.
IPB University
Perpustakaan IPB University

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah *subhanaahu wa ta'ala* atas limpahan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul "Strategi Pengembangan Bisnis Model Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II Berbasis Perilaku Konsumen. Karya ilmiah ini merupakan salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Master di Program Studi Magister Manajemen dan Bisnis, Sekolah Bisnis, Institut Pertanian Bogor. Terima kasih penulis ucapkan kepada seluruh pihak yang telah memberikan kontribusi, bimbingan, dan dukungan selama penulisan karya ilmiah ini diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hartoyo, M.Sc. dan Bapak Dr. Mochammad Mukti Ali, S.T. M.M., selaku komisi pembimbing yang telah membimbing penulis dengan penuh arahan yang telah diberikan sejak awal penyusunan karya ilmiah hingga akhir penulisan.
2. Ibu Prof. Dr. Ir. Lilik Noor Yuliati, MFSA. dan Ibu Dr. Ir. Popong Nurhayati, M.M., selaku komisi penguji yang telah memberikan banyak arahan dan saran sehingga penyusunan karya ilmiah baik dan benar.
3. Ibu Dr. Linda Karlina Sari, S.Stat, M.Si., dan Ibu Dr. Nur Hasanah, S. Kom, M. Eng., selaku moderator Kolokium dan Seminar Hasil yang telah memberikan arahan dan saran sehingga penyusunan karya ilmiah baik dan benar.
4. Kedua Orang Tua Saya Bapak Dedy Setiawan dan Ibu Yohana Ariestiyati, sebagai sumber kekuatan penulis melalui do'a, dukungan, dan kasih sayangnya.
5. Kakak kandung Saya, Safira Arfiani yang telah memberikan dukungan moral, doa dan kasih sayangnya.
6. Teman-teman yang penulis cintai: Alvin Jefry, Fajar Abhirama, Luni Aulia, , Nurul Fathin, Rahadean Makhdani, Rifqi Aulia, dan Tania Zagita. Serta teman-teman seperjuangan Sekolah Bisnis IPB angkatan R67 dan pihak akademik SB IPB atas semangat, dukungan moral, serta kebersamaan yang tak ternilai dan kenangan yang tak akan terlupakan selama mengarungi masa perkuliahan ini.

Penulis menyadari masih ada keterbatasan sehingga dalam tulisan ini masih terdapat banyak kekurangan. Meskipun demikian, Tesis ini telah dipersiapkan sebagai acuan dalam melaksanakan penelitian yang dimaksudkan. kontribusi, bimbingan, dan dukungannya selama penulisan karya ilmiah ini. Akhir kata penulis berharap karya ilmiah ini dapat bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Januari 2026

Reza Muhammad Rifqi

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan 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 Penelitian 4
1.4 Manfaat Penelitian 5
1.5 Ruang Lingkup Penelitian 5
II TINJAUAN PUSTAKA 6
2.1 Industri *Coffee Shop* 6
2.2 *Business Model Canvas* 7
2.3 Perilaku Konsumen 12
2.4 Analisis SWOT 18
2.5 Kajian Penelitian Terdahulu 23
2.6 Kerangka Pemikiran Operasional 25
III METODE 28
3.1 Lokasi dan Waktu Penelitan 28
3.2 Desain Penelitan 28
3.3 Teknik Penentuan Sampel 28
3.4 Teknik Pengumpulan Data 29
3.5 Analisis Data 29
IV HASIL DAN PEMBAHASAN 31
4.1 Karakteristik Responden 31
4.2 Deskripsi Indikator Variabel 34
4.3 Identifikasi Model Bisnis *Existing* Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II 37
4.4 Analisis SWOT 41
4.5 Analisis Matriks IFAS & EFAS 44
4.6 Matriks *Space* SWOT 46
4.7 Strategi SO & ST 46
4.8 Perencanaan *Business Model Canvas* Perbaikan pada Kedai Kopi Ulee Kareng dan Gayo II 48
4.9 Implikasi Manajerial 53
V KESIMPULAN DAN SARAN 56
5.1 Kesimpulan 56
5.2 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 58
LAMPIRAN 61
RIWAYAT HIDUP 74

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University

DAFTAR TABEL

1 Karakteristik responden 31
2 Perilaku pembelian 34
3 *Perceived value* 35
4 *Purchase intention* 36
5 Matriks SWOT Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II 42
6 Analisa matriks IFAS 44
7 Analisa matriks EFAS 45
8 Strategi SO & ST 47

DAFTAR GAMBAR

1 Data penjualan Ulee Kareng 2020-2024 3
2 Matriks *space* SWOT 21
3 Kerangka pemikiran operasional 26
4 Business model canvas existing Kedai Ulee Kareng & Gayo II 37
5 Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II 40
6 Suasana interior Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II 40
7 Diagram matriks *space* SWOT Kedai Kopi Ulee Kareng 46
8 Rekomendasi Business Model Canvas Kedai Kopi Ulee Kareng & Gayo II 48

DAFTAR LAMPIRAN

1 Kuisioner identifikasi sembilan elemen dalam BMC 62
2 Kuisioner penentuan bobot dan peringkat 66
3 Kuisioner Penelitian 69

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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.
@Hak cipta milik IPB University
IPB University
Perpustakaan IPB University