

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KEDAI KOPI PADA PANADA COFFEE

DARA SOFIA APRILIADANI



**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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 SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi pada Panada Coffee” 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 skripsi ini.

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

Bogor, Juni 2026

Dara Sofia ApriliaDeani
H3401221008



ABSTRAK

DARA SOFIA APRILIADANI. Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi pada Panada Coffee. Dibimbing oleh YANTI NURAENI MUFLIKH.

Perubahan gaya hidup masyarakat dan meningkatnya konsumsi kopi di Indonesia mendorong pertumbuhan bisnis kedai kopi, termasuk Panada Coffee. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi faktor internal dan eksternal, merumuskan alternatif strategi pengembangan bisnis, serta menentukan strategi prioritas bagi Panada Coffee. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan analisis matriks IFE, EFE, IE, SWOT, dan QSPM. Data diperoleh melalui wawancara dan kuesioner kepada enam responden internal dan 32 responden eksternal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Panada Coffee berada pada posisi grow and build dan memerlukan strategi yang berorientasi pada pertumbuhan. Alternatif strategi yang dirumuskan meliputi optimalisasi promosi digital melalui media sosial dan platform pemesanan online, pengembangan paket menu dan program loyalitas pelanggan, peningkatan fasilitas dan kenyamanan konsumen, kolaborasi dengan komunitas, sekolah, dan kampus, standarisasi kualitas produk dan SOP pelayanan, digitalisasi sistem operasional, serta pembangunan kemitraan dengan pemasok. Strategi prioritas yang direkomendasikan adalah mengoptimalkan promosi digital melalui media sosial dan platform pemesanan online.

Kata kunci: formulasi strategi, kedai kopi, QSPM, SWOT

ABSTRACT

DARA SOFIA APRILIADANI. Coffee Shop Business Development Strategy at Panada Coffee. Supervised by YANTI NURAENI MUFLIKH.

Changing lifestyles and rising coffee consumption in Indonesia have driven the growth of coffee shop businesses, including Panada Coffee. This study aims to identify internal and external factors, formulate alternative business development strategies, and determine the priority strategy for Panada Coffee. The study employed a descriptive approach using IFE, EFE, IE, SWOT, and QSPM matrix analyses. Data were collected through interviews and questionnaires administered to six internal respondents and 32 external respondents. The results indicate that Panada Coffee is positioned in the grow and build category and therefore requires strategies that support business growth. The alternative strategies formulated include optimizing digital promotion through social media and online ordering platforms, developing menu packages and customer loyalty programs, improving facilities and consumer comfort, establishing collaborations with communities, schools, and universities, standardizing product quality and service standard operating procedures, digitalizing operational systems, and building supplier partnerships. The recommended priority strategy is optimizing digital promotion through social media and online ordering platforms.

Keywords: coffee shop, strategy formulation, QSPM, SWOT



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, tahun 2026
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.

STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS KEDAI KOPI PADA PANADA COFFEE

DARA SOFIA APRILIADANI

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Agribisnis

**DEPARTEMEN AGRIBISNIS
FAKULTAS EKONOMI DAN MANAJEMEN
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@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.

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

- 1 Prof. Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, M.S.
- 2 Dr. Anisa Dwi Utami, S.E., M.Sc.



@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



Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi pada Panada Coffee
Nama : Dara Sofia ApriliaDeani
NIM : H3401221008

Disetujui oleh

Pembimbing:

Dr. Yanti Nuraeni Muflikh, S.P., M.Agribus.



Diketahui oleh

Ketua Departemen:

Dr. Ir. Burhanuddin, M.M.

NIP 196802151999031001





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 Desember 2025 sampai bulan Mei 2026 ini berjudul “Strategi Pengembangan Bisnis Kedai Kopi pada Panada Coffee”.

Penulis menyadari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak memiliki kontribusi yang sangat besar pada penyelesaian skripsi ini. Terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Ibu Dr. Yanti Nuraeni Muflikh, S.P., M.Agribus., sebagai dosen pembimbing akademik dan pembimbing yang telah membimbing, mendukung, dan memberi masukan dan saran pada kehidupan akademik perkuliahan dari semester tiga hingga semester delapan dan saran serta masukan dalam proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Ir. Netti Tinaprilla, M.M., yang menjadi dosen evaluator dan memberi saran dan masukan saat kolokium proposal penelitian.
3. Bapak Al-May Abyan Izzy Burhani, S.E., M.Si., yang menjadi dosen moderator pada kegiatan seminar hasil dan telah memberi saran dan masukan guna perbaikan skripsi ini.
4. Prof. Dr. Ir. Bayu Krisnamurthi, M.S., selaku dosen penguji utama, Dr. Anisa Dwi Utami, S.E, M.Sc., selaku dosen penguji wakil program studi yang telah memberi saran dan masukan guna perbaikan skripsi ini.
5. Keluarga tercinta, Bapak Deni, Almh. Ibu Yoyoh Siti Sopiah, Atallah Novara Deani, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terkhusus kepada Almarhumah Ibu tercinta, penulis mengucapkan terima kasih atas segala kasih sayang, doa, pengorbanan, dukungan, serta perjuangan yang telah diberikan sejak penulis dilahirkan, dibesarkan, dan dididik hingga mampu mencapai tahap ini. Skripsi ini merupakan salah satu bentuk ikhtiar untuk mewujudkan harapan dan cita-cita yang selalu Ibu tanamkan kepada penulis. Penulis juga memohon maaf karena perjalanan studi ini tidak dapat diselesaikan secepat yang diharapkan. Berbagai proses dan tantangan yang penulis hadapi membuat langkah ini terasa lebih panjang dari yang direncanakan. Penulis juga memohon maaf karena belum mampu memenuhi keinginan Ibu untuk menyaksikan secara langsung momen kelulusan dan wisuda ini. Meski demikian, penulis berharap dan meyakini bahwa Ibu dapat turut berbahagia melihat pencapaian ini dari tempat terbaik di sisi-Nya. Semoga segala doa, kasih sayang, dan kebaikan yang telah Ibu berikan menjadi amal yang terus mengalir, serta semoga Allah SWT menempatkan Almarhumah di tempat terbaik di sisi-Nya. Aamiin.
6. Seluruh dosen dan staf Departemen Agribisnis yang telah membekali penulis dengan ilmu, pengalaman, dan fasilitas yang sangat berharga selama masa perkuliahan.
7. Muhamad Gilang Fauzi selaku pemilik Panada Coffee yang telah memberikan izin penelitian.



8. Imas Juliani, Wildhan Rizky Zulkhifli, Rian Ahmad, Ramy Azhar Raif, dan Herdiana, selaku staf Panada Coffee dan konsumen Panada Coffee selaku responden yang turut memberi peran kepada penulis dalam pengumpulan data.
9. Muhammad Azriel Naufa Rasyid yang sudah menjadi teman, sahabat, sekaligus keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayang kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman penulis, terkhusus kepada Adzkia Finanda, Natdlira Maulida, Wildani Hilmianingsih, Inas Balqis, Vannisa Ayu dan teman-teman IPB yang telah memberi kasih sayang, doa, dukungan, dan motivasi kepada penulis.

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

Bogor, Juni 2026

Dara Sofia ApriliaDeani



DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	5
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Strategi Pengembangan Bisnis	6
2.2 Strategi Pengembangan Bisnis Kuliner	7
KERANGKA PEMIKIRAN	9
3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis	9
3.2 Kerangka Pemikiran Operasional	18
METODE PENELITIAN	22
4.1 Lokasi dan Waktu Penelitian	22
4.2 Jenis dan Sumber Data	22
4.3 Metode Pengumpulan Data dan Sampel	23
4.4 Metode Analisis Data	25
GAMBARAN UMUM USAHA	33
5.1 Sejarah dan Perkembangan Panada Coffee	33
5.2 Visi dan Misi Panada Coffee	33
5.3 Struktur Organisasi Panada Coffee	34
5.4 Kegiatan Operasional dan Budaya Kerja Panada Coffee	35
HASIL DAN PEMBAHASAN	36
6.1 Analisis Lingkungan Internal Panada Coffee	36
6.2 Analisis Lingkungan Eksternal Panada Coffee	49
6.3 Perumusan Strategi Pengembangan Usaha Panada Coffee	64
SIMPULAN DAN SARAN	86
7.1 Simpulan	86
7.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
LAMPIRAN	92
RIWAYAT HIDUP	141



DAFTAR TABEL

1	Jumlah usaha rumah makan, restoran, dan kafe di Kabupaten Ciamis Tahun 2020-2024	2
2	Daftar kedai kopi yang berdekatan dengan Panada Coffee	3
3	Jenis dan sumber data	22
4	Responden kuesioner penelitian	25
5	Penilaian bobot faktor internal/eksternal	27
6	Matriks IFE	28
7	Matriks EFE	28
8	Matriks QSPM	32
9	Karakteristik sumber daya manusia Panada Coffee	38
10	Karakteristik umum konsumen Panada Coffee	40
11	Perbandingan <i>engagement rate</i> akun Instagram Panada Coffee dan kedai kopi pesaing	44
12	Faktor-faktor lingkungan internal Panada Coffee	49
13	Rata-rata nilai tukar IDR/USD pada harga bahan baku kopi	50
14	Inflasi dan Pengeluaran Rumah Tangga per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas Makanan dan Minuman Jadi Kab. Ciamis	51
15	Produk Domestik Regional Bruto per Kapita Kab. Ciamis pada Pengeluaran Penduduk Ciamis per Kapita Tahun 2020-2024	52
16	Institusi Pendidikan di sekitar Panada Coffee 2026	54
17	Jumlah dan Pertumbuhan UMKM di Kab. Ciamis 2020-2024	59
18	Faktor-faktor lingkungan eksternal Panada Coffee	64
19	Hasil analisis matriks IFE	66
20	Hasil analisis matriks EFE	68
21	Hasil analisis matriks SWOT	71
22	Hasil analisis QSPM	82
23	Rencana aksi dari tujuh rumusan alternatif strategi untuk Panada Coffee	85



DAFTAR GAMBAR

1	Omzet dan target omzet Panada Coffee Tahun 2025 (diolah dari Panada Coffee 2025)	4
2	Teknik perumusan strategi (David dan David 2017)	10
3	Matriks SWOT (David dan David 2017)	17
4	Kerangka Pemikiran Operasional	21
5	Matriks Internal-Eksternal (David dan David 2017)	29
6	Matriks SWOT (David dan David 2017)	31
7	Struktur organisasi Panada Coffee 2026 (Panada Coffee 2026)	34
8	Menu Panada Coffee (Panada Coffee 2026)	42
9	Media sosial Instagram Panada Coffee dan kedai kopi pesaing	43
10	Penggunaan platform digital untuk konsumen Panada Coffee (Panada Coffee 2026)	56
11	Penggunaan teknologi finansial pada Panada Coffee (Panada Coffee 2026)	57
12	Media sosial Panada Coffee (Panada Coffee 2026)	57
13	Sebaran kedai kopi pesaing di sekitar Panada Coffee (Google Earth 2026)	59
14	Sebaran produk substitusi Panada Coffee (Google Earth 2026)	61
15	Kerangka <i>Porter's Five Forces</i> Panada Coffee	63
16	Hasil matriks Internal-Eksternal Panada Coffee	69
17	<i>Timeline</i> pelaksanaan alternatif strategi	84

DAFTAR LAMPIRAN

1	Lampiran 1 Dokumentasi Penelitian	93
2	Lampiran 2 Daftar pertanyaan wawancara mendalam pihak Panada Coffee	95
3	Lampiran 3 Daftar pertanyaan wawancara mendalam pihak Dinas Pariwisata Kabupaten Ciamis	105
4	Lampiran 4 Daftar pertanyaan wawancara mendalam pihak Dinas Koperasi, UKM, Perdagangan, dan Perindustrian Kab. Ciamis	110
5	Lampiran 5 Kuesioner penelitian penentuan bobot dan <i>rating</i> faktor strategis internal dan eksternal Panada Coffee	115
6	Lampiran 6 Kuesioner penelitian untuk konsumen Panada Coffee	127
7	Lampiran 7 Kuesioner penelitian untuk penilaian <i>Attractiveness Score</i> (AS) alternatif strategi Panada Coffee	134
8	Lampiran 8 Perhitungan skor total bobot faktor strategis internal	138
9	Lampiran 9 Perhitungan skor total bobot faktor strategis eksternal	139
10	Lampiran 10 Hasil analisis QSPM	140