

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS  
KEDAI KOPIKINA-TEBET DENGAN PENDEKATAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS***

**TESIS**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Magister Manajemen (S2)**



**AHMAD KOSASIH  
2151001001**

**PROGRAM STUDI  
MAGISTER MANAJEMEN  
UNIVERSITAS BAKRIE  
JAKARTA  
2017**

## PERNYATAN ORISINILITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,  
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Ahmad Kosasih

NIM : 2151001001

Tanda Tangan :



Tanggal : 4 September 2017

## LEMBAR PENGESAHAN

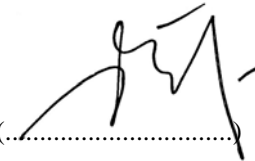
Tesis ini diajukan oleh

Nama : Ahmad Kosasih  
NIM : 2151001001  
Program Studi : Magister Manajemen  
Judul Tesis : Pengembangan Strategi Bisnis Kedai Kopikina-Tebet Dengan Pendekatan *Business Model Canvas*.

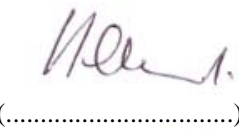
**Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen-Universitas Bakrie**

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Didit Herawan, Ir, MBA, Dr.

()

Penguji I : Suwandi, SE, MSi., Dr.

()

Penguji II : Achmad Reza Widjaja, SE, MS, PhD.

()

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 September 2017

## UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Magister Manajemen - Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada :

1. Istri tercinta, Herlina Melani, SE, anak-anakku tersayang : Nayyara Talita Sakhi, dan Neysha Sabiya Ghaizani, yang telah memberikan keceriaan, doa dan dukungan selama proses kuliah dan penulisan tesis ini.
2. Bapak Dr. Ir. Didit Herawan, MBA, selaku dosen pembimbing.
3. Bapak Suwandi, SE, MSi, Dr., selaku dosen penguji.
4. Bapak Achmad Reza Widjaja, SE, MS, PhD., selaku dosen penguji.
5. Bapak dan Ibu dosen serta staf administrasi Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie.
6. Seluruh staf karyawan/karyawati Program Studi Magister Manajemen, Universitas Bakrie, yang telah memberikan pelayanan yang terbaik selama proses pendidikan dan pada saat penulisan tesis ini.
7. Cornelius Swangga dan karyawan Kedai Kopikina yang telah banyak meluangkan waktu untuk berdiskusi dan telah mengizinkan Kedainyasebagai objek penelitian.
8. Kedua orang tuaku tercinta yang telah berjasa mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang.
9. Bapak Dr. Suseno Kramadibrata, dan Bapak Aldo Namora sebagai atasan langsung di PT. Bumi Resources Minerals yang telah memberikan ijin dan dukungan kepada Penulis.
10. Teman-teman karyawan PT. Bumi Resources Minerals (Atmaryadi, Firmansyah, Indra, Koes, Arif, Mizal, Heriyadi, Khrisna, Widi, Dwi, Dhani W, dll) yang selalu mendukung dan menyemangati selama penulisan tesis.
11. Teman-teman seangkatan Magister Manajemen Universitas Bakrie.

Semoga dukungan dan bantuan yang telah diberikan oleh semua pihak yang telah disebutkan di atas maupun pihak lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu, akan mendapat balasan yang baik dari Allah Subanahu Wa Ta'ala.

Penulis menyadari bahwa baik dalam pengungkapan, penyajian dan pemilihan kata-kata maupun pembahasan materi tesis ini masih sangatlah jauh untuk dikatakan sempurna. Oleh karena itu dengan penuh kerendahan hati penulis mengharapkan saran, kritik dan pengarahan dari semua pihak untuk perbaikan tesis ini.

Jakarta, 4 September 2017

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, sweeping arch followed by a series of smaller, connected strokes that form a stylized name.

**(Ahmad Kosasih)**

## PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Ahmad Kosasih  
NIM : 2151001001  
Program Studi : Magister Manajemen  
Jenis Tesis : Problem Solving

Demi Pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul “Pengembangan Strategi Bisnis Kedai Kopikina-Tebet Dengan Pendekatan *Business Model Canvas*” beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta  
Pada tanggal : 4 September 2017

Yang menyatakan,



(Ahmad Kosasih)

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS  
KEDAI KOPIKINA-TEBET DENGAN PENDEKATAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS***

Ahmad Kosasih

---

***ABSTRACT***

*The purpose of this research is to provide an alternative business strategy for the Kopikina shop to be more competitive and adaptable in the ever-growing business conditions. Business strategy formulation is carried out with the Business Model Canvas (BMC) approach, in which every element is evaluate by SWOT analysis. Kopikina shop has a value proposition to the market and introduces its coffee products from various regions in Indonesia. The development of this strategy is very important in that increase the revenue target of above Rp 150 million/month, a target has not been achieved since the establishment of Kopikina in 2013.*

*The outcome of the strategy formulation emphasizes in the shifting of a business model to be more focus on the internet marketing. By adding marketing channels through internet marketing, the target market will be broader, not only reaching the national but also the international markets. It is expected that the implementation of the proposed business strategy will allow Kopikina to increase its revenue stream in accordance with the target.*

*Keywords: Coffee shop, Kopikina, competitiveness, internet marketing, and Business Model Canvas (BMC)*

**PENGEMBANGAN STRATEGI BISNIS  
KEDAI KOPIKINA-TEBET DENGAN PENDEKATAN  
*BUSINESS MODEL CANVAS***

Ahmad Kosasih

---

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan alternatif rancangan strategi bisnis kedai Kopikina dalam menghadapi persaingan usaha dan beradaptasi dalam kondisi bisnis yang semakin berkembang. Perancangan strategi bisnis dilakukan dengan pendekatan *Business Model Canvas*, dimana setiap elemen dievaluasi dengan analisis SWOT. Kedai Kopikina memiliki *value proposition* dalam memasarkan dan memperkenalkan produk kopinya dari berbagai daerah di Indonesia. Pengembangan strategi ini diperlukan untuk dapat meningkatkan target pendapatan di atas Rp 150 juta/bulan, sebagai sasaran yang belum pernah tercapai sejak didirikan tahun 2013.

Hasil formulasi strategi ini menekankan pada perubahan model bisnis yang berfokus pada internet marketing. Dengan menambahkan *channel* pemasaran melalui internet marketing target pasar akan semakin luas, tidak hanya menjangkau pasar nasional namun mencapai pasar internasional. Diharapkan dengan strategi bisnis yang diterapkan akan dapat membantu pemasaran dan meningkatkan arus pendapatan kedai Kopikina sesuai target yang telah direncanakan kedai Kopikina.

Kata kunci : Bisnis kedai kopi, Kopikina, daya saing, internet marketing, dan *Business Model Canvas (BMC)*



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN ORISINILITAS.....</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>UNGKAPAN TERIMA KASIH .....</b>	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GRAFIK.....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan .....	7
1.3 Perumusan Masalah .....	7
1.4 Manfaat .....	8
<b>BAB 2 IDENTIFIKASI MASALAH.....</b>	<b>9</b>
2.1 Gambaran Umum, Visi, Misi, dan Organisasi Kopikina.....	9
2.2 Persaingan Kedai Kopi di Wilayah Tebet, Jakarta Selatan .....	14
2.3 Identifikasi Masalah.....	16
2.4 Kerangka Pemikiran Operasional .....	17
<b>BAB 3 TINJAUAN PUSTAKA DAN PENDEKATAN MASALAH.....</b>	<b>20</b>
3.1 Definisi Konsep Masalah.....	20
3.1.1 Perkembangan Kedai Kopi.....	21
3.1.2 Perubahan Gaya Hidup.....	25
3.1.3 Daya Saing.....	25
3.1.4 Manajemen Pemasaran.....	26
3.1.5 Menentukan Segmen Pasar.....	27
3.2 Pendekatan Masalah .....	29
3.2.1 Manajemen Strategik.....	29
3.2.2 Business Model Canvas (BMC) .....	32
3.2.3 Analisis SWOT ( <i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> ) .....	47
<b>BAB 4 PENDEKATAN PENYELESAIAN MASALAH.....</b>	<b>51</b>
4.1 Pendekatan Yang Digunakan.....	51
4.2 Metode Pengumpulan Data.....	51
4.2.1 Pengumpulan Data.....	51
4.2.2 Jenis dan Sumber Data .....	52
4.3 Teknik Analisis Data .....	52
4.4 Instrumen Penelitian .....	54

<b>BAB 5 ANALISIS DATA DAN PENYELESAIAN MASALAH.....</b>	<b>55</b>
5.1 Analisis Data.....	55
5.1.1 Analisis <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	55
5.1.2 Analisis SWOT ( <i>Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats</i> ) .....	64
5.2 Prioritas Strategi .....	71
5.2.1 Menghadapi Persaingan.....	71
5.2.2 Meningkatkan Target Penjualan.....	77
5.2.3 Meningkatkan Kompetensi Sumber Daya Manusia .....	83
5.3 Strategi Pengembangan .....	86
5.3.1 Rancangan Pemasaran Online .....	86
5.3.2 Data Pengguna Internet .....	88
5.3.3 Sistem Pemasaran <i>Offline</i> dan <i>Online</i> .....	91
5.4 Analisis Risiko dan Mitigasi.....	93
5.5 Alternatif Pendukung Penyelesaian Masalah .....	95
5.5.1 Memperluas Pangsa Pasar .....	95
5.5.2 Meningkatkan <i>Value Proposition</i> .....	97
5.5.3 Memperbaiki Manajemen Internal dan Rantai Pasok .....	98
<b>BAB 6 REKOMENDASI PENYELESAIAN MASALAH.....</b>	<b>100</b>
6.1 Penyelesaian Masalah.....	100
6.1.1 Implementasi Manajerial .....	100
6.1.2 Estimasi Biaya Implementasi .....	102
6.2 Kesimpulan dan Saran .....	103
6.2.1 Kesimpulan.....	103
6.2.2 Saran .....	103
<b>Bibliography .....</b>	<b>107</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kafe Kopi di Indonesia .....	1
Tabel 1.2 Negara Pengimpor Kopi Dunia.....	2
Tabel 2.1 Data Kedai Kopi atau Cafe ( <i>Coffee Shop</i> ) .....	14
Tabel 3.1 Perkembangan Konsumsi Kopi Indonesia .....	21
Tabel 3.2 Negara-Negara Pengekspor Kopi Tahun 2016 .....	22
Tabel 3.3 Negara Tujuan Ekspor Kopi Terbesar Indonesia (ton) .....	23
Tabel 5.1 Analisis SWOT Pada Elemen <i>Business Model Canvas</i> (BMC) .....	70
Tabel 6.1 Tabel Implementasi Kegiatan .....	102
Tabel 6.2 Estimasi Biaya.....	102

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tampak Muka Kedai Kopikina.....	4
Gambar 1.2 Jumlah Kedai Kopi di Kecamatan Tebet 2017.....	6
Gambar 2.1 Kumpulan Beberapa Kopi Indonesia dari Berbagai Daerah.....	9
Gambar 2.2 Suasana didalam Kedai Kopikina .....	10
Gambar 2.3 Struktur Organisasi Kopikina.....	14
Gambar 2.4 Journey Coffee Tebet .....	15
Gambar 2.5 Proses Kerangka Pemikiran .....	18
Gambar 3.1 Proses Manajemen Strategik .....	30
Gambar 3.2 Nine Blocks of Business Model Canvas ( <i>BMC</i> ) .....	33
Gambar 3.3 Diagram Analisa SWOT .....	48
Gambar 5.1 Model Bisnis Kedai Kopikina dengan <i>Business Model Canvas</i> .....	63
Gambar 5.2 Tampilan Ruangan Kedai Kopikina.....	72
Gambar 5.3 Contoh Tampilan Layanan Messenger.....	73
Gambar 5.4 Tampilan User Login pada Website Kopikina.....	74
Gambar 5.5 Tampilan Pendaftaran Online pada Website Kopikina.....	75
Gambar 5.6 Tampilan Konfirmasi Pembayaran pada Website Kopikina.....	75
Gambar 5.7 Tampilan Produk Kopi Kedai Kopikina .....	78
Gambar 5.8 Kemasan Produk Kedai Kopikina.....	79
Gambar 5.9 Tampilan Kedai Kopikina di Tokopedia.....	84
Gambar 5.10 Rancangan Model Bisnis Kedai Kopikina dengan <i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	85
Gambar 5.11 Data Pengguna Internet Indonesia 2016.....	88
Gambar 5.12 Data Pengguna Internet Berdasarkan Usia.....	89
Gambar 5.13 Data Pengguna Berdasarkan Pekerjaan.....	89
Gambar 5.14 Data Perilaku Pengguna Internet Indonesia .....	90
Gambar 5.15 Perangkat dan Browser Yang Digunakan Pengguna Internet di Indonesia .....	91
Gambar 6.1 Parcel dan Bingkisan Produk Kopi Kedai Kopikina.....	104

## DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1 Pendapatan Kedai Kopikina periode 2014-2015 .....	5
Grafik 2.1 Pengunjung Kedai Kopikina Berdasarkan Usia .....	11
Grafik 2.2 Persentase Waktu Kunjungan Konsumen ke Kedai Kopikina .....	12
Grafik 2.3 Persentase Pengunjung Berdasarkan Jenis Kelamin.....	13
Grafik 3.1 Negara-Negara Pengekspor Kopi .....	23
Grafik 3.2 Ekspor Kopi Indonesia .....	24