

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS *STARTUP*
BEPAHKUPI**

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Bakrie



RIFQI APRILYAN AJIANSYAH

1161001044

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rifqi Aprilyan Ajiansyah

NIM : 1161001044

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Agustus 2020

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Rifqi Aprilyan Ajiansyah
NIM : 1161001044
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : “Perancangan Strategi Bisnis Startup Bepahkupi”

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ir. Didit Herawan MBA.



Penguji I : Dr. Ir. B.P. Kusumo Bintoro, MBA.



Penguji II : Arief B. Suharko, Ph.D.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 25 Agustus 2020

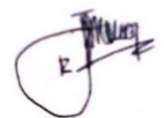
UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji serta syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkah dan rahmat-Nya, Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini, Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Didit Herawan, MBA, selaku Dosen Pembimbing, yang telah membimbing, mengarahkan dan selalu memberikan masukan terkait penulisan skripsi ini sampai akhirnya dapat diselesaikan.
2. Bapak Dr. Ir. B. P. Kusumo Bintoro, MBA, selaku dosen penguji.
3. Bapak Arief B. Suharko, B.S.E.E., M.S.E.E., Ph.D, selaku dosen penguji.
4. Bapak dan Ibu dosen serta staf administrasi Program Studi Manajemen, Universitas Bakrie.
5. Orang tua, kakak dan teman dekat penulis yang selalu mendoakan dan memberikan semangat kepada penulis agar dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
6. Teman-teman seangkatan Manajemen Universitas Bakrie.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan pembaca dapat mengembangkan tulisan ini agar dapat bermanfaat bagi siapapun yang membacanya.

Jakarta, 25 Agustus 2020



Penulis

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqi Aprilyan Ajiansyah
NIM : 1161001044
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PERANCANGAN STRATEGI BISNIS STARTUP BEPAHKUPI”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti, Non-ekklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal: 25 Agustus 2020

Yang Menyatakan



Rifqi Aprilyan Ajiansyah

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS *STARTUP*
BEPAHKUPI**

Rifqi Aprilyan Ajiansyah

ABSTRACT

The purpose of this research is to provide an alternative design strategy for Bepahkupi business in developing its business in marketing coffee products from farmers in Bener Meriah Regency, Aceh Province. Business strategy design is carried out by following the theory of the strategy design process (David, 2012) and Business Model Canvas (Osterwalder and Pigneur, 2010). The results of the analysis show that competition at the conventional and daring (online) level of coffee sales is very high. Meanwhile, the conditions of supply from coffee farmers in Bener Meriah Regency have not been able to meet the standards of Starbucks companies that have purchased coffee from farmers in Central Aceh District. The strategy proposed by the researcher is for Bepahkupi to complete the current strategy, namely to increase awareness of its packaging coffee products, by marketing to Starbucks companies through local cooperatives (KBQ Baburrayan). This on-site marketing strategy to international companies will be carried out through improving coffee quality to achieve the CAFE Practices standard of Starbucks. The proposed addition of this strategy will require the addition of human resources with sufficient skills at the Bener Meriah farmer / coffee plantations site to improve the quality of agricultural products.

Keywords: Aceh Gayo Coffee, Bener Meriah Regency, Bepahkupi Startup, Strategic Management, Business Model Canvas (BMC), and Café Practices Certification.

**PERANCANGAN STRATEGI BISNIS *STARTUP*
BEPAHKUPI**

Rifqi Aprilyan Ajiansyah

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan alternatif rancangan strategi bisnis Bepahkupi dalam mengembangkan usahanya memasarkan produk kopi dari petani di Kabupaten Bener Meriah, Provinsi Aceh. Perancangan strategi bisnis dilakukan dengan mengikuti teori proses perancangan strategi (David, 2012) dan *Business Model Canvas* (Osterwalder dan Pigneur, 2010). Hasil analisis menunjukkan bahwa persaingan ditingkat penjualan kopi dalam kemasan secara konvensional maupun daring (*online*) sangat tinggi. Sementara, kondisi pasokan dari petani kopi di Kabupaten Bener Meriah belum bisa memenuhi standard dari perusahaan Starbucks yang sudah membeli hasil kopi dari petani di Kabupaten Aceh Tengah. Strategi yang diusulkan peneliti adalah agar Bepahkupi melengkapi strategi yang dijalankan saat ini, yakni meningkatkan kepedulian kepada produk kopi kemasannya, dengan pemasaran ke perusahaan Starbucks melalui koperasi setempat (KBQ Baburayan). Strategi pemasaran di lokasi ke perusahaan internasional ini akan dapat dilakukan melalui peningkatan kualitas kopi untuk mencapai standar *CAFE Practices* dari Starbucks. Usulan penambahan strategi ini akan membutuhkan penambahan sumber daya manusia dengan keterampilan yang memadai di lokasi petani/kebun kopi Bener Meriah untuk meningkatkan kualitas hasil pertaniannya.

Kata kunci: Kopi Gayo Aceh, Kabupaten Bener Meriah, *Startup* Bepahkupi, Manajemen Stratejik, *Business Model Canvas* (BMC), dan Sertifikasi *Café Practices*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UNGKAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II STUDI PUSTAKA	9
2.1 Manajemen Stratejik.....	9
2.2 Business Model Canvas.....	13
2.3 Konsep Sertifikasi	16
2.3.1 Latar Belakang Munculnya Sertifikasi	16
2.3.2 Standard dan Sertifikasi Berkelanjutan di Indonesia.....	18
2.3.3 CAFÉ Practices.....	20
2.4 Kopi Indonesia	21
2.4.1. Asal Usul Kopi.....	22
2.4.2. Jenis-jenis kopi	22
2.4.3. Perkembangan Kopi Di Indonesia	23
2.4.4. Kopi Gayo Di Indonesia	24
2.5 Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	29
3.1 Jenis Penelitian	29
3.2 Metode Pengumpulan Data	29

3.3 Sumber Data	29
3.4 Tahapan Penelitian	30
3.5 Pendekatan Yang Digunakan	32
3.5.1. Pengumpulan Data.....	32
3.5.2. Jenis dan Sumber Data.....	32
3.6 Teknik Analisis Data	33
3.7 Instrumen Penelitian.....	34
BAB IV ANALISIS PERANCANGAN STRATEGI BISNIS	35
4.1 Analisis Manajemen Strategik	35
4.2 Analisis <i>Business Model Canvas</i>	38
4.2 Analisis SWOT (<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats</i>)	44
4.3 Prediksi Penjualan Setelah dan Sebelum Menerapkan <i>Café Practices</i>	50
4.4 Hasil Penelitian.....	52
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	53
5.1 Kesimpulan.....	53
5.2 Saran.....	53
DAFTAR PUSTAKA.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Strategic Management Process	11
Gambar 2. 2 Nine Block of Business Model Canvas (BMC).....	13
Gambar 3. 4 Tahapan Penelitian Strategi pada startup Bepahkupi	30
Gambar 4.1 2 Model Bisnis Bepahkupi dengan Business Model Canvas.....	43
Gambar L. 1 Produk yang dijual oleh Bepahkupi	61
Gambar L. 2. 1 Peta Persebaran Produson Kopi Di Indonesia	62
Gambar L. 2. 2 Perkembangan Luas Areal Perkebunan Kopi	63
Gambar L. 2. 3 Produksi kopi Indonesia tahun 2016 – 2018.....	64
Gambar L. 2. 4 <i>Voulme</i> Ekspor Kopi	65
Gambar L. 2. 5 <i>Volume</i> dan nilai ekspor kopi, 2011-2018	66
Gambar L. 2. 6 <i>Volume</i> ekspor kopi menurut Negara tujuan 2018.....	67

DAFTAR TABEL

Table 1. Konsumsi Kopi Dunia.....	2
Tabel 4. 2 Analisis SWOT Pada Elemen BMC Bepahkupi	49
Tabel 4. 3. 2 Prediksi Penjualan Sebelum Penerapan Cafe Practices.	50
Tabel 4. 3. 3 Prediksi Penjualan Setelah Penerapan Cafe Practices.....	50

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	59
PROFIL USAHA BEPAHKUPI	59
A. Gambaran Umum Bepahkupi.....	59
B. Deskripsi Perusahaan	60
C. Visi dan Misi Bepahkupi.....	60
D. Produk Bepahkupi.....	61
LAMPIRAN 2	62
BUDIDAYA KOPI DI INDONESIA	62
1. Perkembangan Luas Areal Perkebunan Kopi	62
2. Perkembangan Produksi Kopi.....	64
3. Perkembangan Ekspor Kopi.....	65
LAMPIRAN 3	68
PERTANYAAN WAWANCARA	68