

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGEMBANGAN  
USAHA BEPAHKUPI**

**TUGAS AKHIR**



**DHEA AZZAHRA ALAMSYAH**

**1171001094**

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

**2021**

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGEMBANGAN  
USAHA BEPAHKUPI**

**TUGAS AKHIR**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana  
manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu  
Sosial**



**DHEA AZZAHRA ALAMSYAH**

**1171001094**

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

**2021**

**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 : Dhea Azzahra Alamsyah

NIM : 1171001094

Tanda Tangan : 

Tanggal : 1 Maret 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**

Tugas akhir diajukan oleh :  
Nama : Dhea Azzahra Alamsyah  
NIM : 1171001094  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial  
Judul Skripsi : Strategi Pemasaran Untuk Pengembangan Usaha  
Bepahkupi

**Telah berhasil dipertahankan di hadapan 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 1 : M. Taufiq Amir, S.E, M.M., Ph.D.   
(.....)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 5 Maret 2021

## KATA PENGANTAR

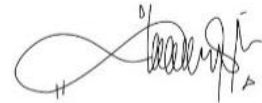
Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Strategi Pemasaran Untuk Pengembangan Bisnis Bepahkupi”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir, banyak sekali kesulitan dan hambatan yang penulis temui. Namun penulis sangat bersyukur dan berterimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan serta perhatiannya kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang senantiasa selalu memberikan kesehatan dan kelancaran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Ir. Didit Herawan, MBA. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberi bimbingan, kritik, saran, dan motivasi dalam penulisan tugas akhir ini.
3. Bapak M. Taufiq Amir, S.E, M.M., Ph.D. selaku dosen penguji dalam sidang tugas akhir penulis yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
4. Orang tua serta adik penulis yang selalu mendukung, mendoakan, dan selalu berada di sisi penulis dari semasa perkuliahan sampai kepada penyusunan tugas akhir ini.
5. Fany Kurnia Azi dan Muhammad Zhahir Istiqlal selaku Tim Bepahkupi yang bersama-sama telah mengikuti Program Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM), yang telah susah senang bersama penulis dalam menyusun tugas akhir ini.
6. Teman-teman penulis (Novita, Shella, Della, Gita, Devi, Dewi dan Syifa) serta Jihan dan Indah yang selalu memberikan semangat kepada penulis selama penyusunan tugas akhir ini.

7. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu terimakasih atas doa dan dukungannya.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penyajian dan penyusunan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan tugas akhir ini. Penulis berharap semoga semua bantuan, doa, semangat, dan jerih payah yang telah diberikan kepada penulis mendapat imbalan dari Tuhan Yang Maha Esa. Dan penulis berharap semoga penelitian ini dapat menjadi manfaat bagi banyak pihak ke depannya.

Bekasi, 1 Maret 2021



Penulis

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS  
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Dhea Azzahra Alamsyah

NIM : 1171001087

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Perencanaan Bisnis

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:

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS  
BEPAHKUPI**

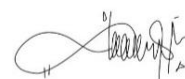
Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Bekasi

Pada tanggal : 1 Maret 2021

Yang menyatakan



(Dhea Azzahra Alamsyah)

**STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS  
BEPAHKUPI**

Dhea Azzahra Alamsyah

---

**ABSTRAK**

Rencana pengembangan bisnis ini bertujuan untuk merumuskan strategi pemasaran untuk pengembangan usaha yang dijalankan oleh Bepahkupi yang berada di bawah naungan PT Bepah Karya Indonesia. Penulisan ini dilakukan dengan beberapa metode analisis untuk menganalisis internal dan eksternal perusahaan, meliputi STP (*segmentation, targeting, positioning*), *SWOT analysis*, *Business Model Canvas* (BMC), dan *Porter's Five Forces*. Penulisan ini menjelaskan tentang upaya apa saja yang telah dilakukan perusahaan untuk memasarkan produknya, dan merumuskan ide-ide dan inovasi baru yang akan dijadikan sebuah strategi untuk perusahaan, baik itu strategi pengembangan bisnis maupun strategi pemasaran untuk pengembangan bisnisnya. Diharapkan strategi-strategi yang dihasilkan melalui rencana pengembangan bisnis ini dapat membantu pengembangan usaha Bepahkupi ke depannya.

Kata kunci: Pemasaran, Pengembangan Bisnis, Strategi Bisnis, Bepahkupi



**STRATEGI PEMASARAN UNTUK PENGEMBANGAN BISNIS  
BEPAHKUPI**

Dhea Azzahra Alamsyah

---

**ABSTRACT**

*This business development plan aims to formulate a marketing strategy for business development run by Bepahkupi under the auspices of PT Bepah Karya Indonesia. This writing is done with several analytical methods to analyze internal and external companies, including STP (segmentation, targeting, positioning), SWOT analysis, Business Model Canvas (BMC), and Porter's Five Forces. This writing describes what the company has done to market its products, and formulating new ideas and innovations that will be used as a strategy for the company, be it a business development strategy or a marketing strategy for business development. It is hoped that the strategies generated through this business development plan can help to develop Bepahkupi in the future.*

*Keywords: Marketing, Business Development, Business Strategy, Bepahkupi.*

**DAFTAR ISI**

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	4
1.3 Tujuan Penulisan .....	4
1.4 Manfaat Penulisan .....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	5
1.4.2 Manfaat Praktis .....	5
<b>BAB II DESKRIPSI USAHA DAN PRODUK</b> .....	6
2.1 Profil Perusahaan .....	6
2.2 Analisis Industri, Persaingan, dan Peluang .....	8
2.2.1 Analisis Industri .....	8
2.2.2 Analisis Persaingan .....	10
2.2.3 Analisis Peluang .....	12
2.3 Uraian Produk .....	12
<b>BAB III METODE PERENCANAAN PENGEMBANGAN BISNIS</b> .....	16
3.1 Pengumpulan Data .....	16

3.2	Metode Analisis Bisnis.....	17
3.2.1	<i>Segmenting, Targeting, Positioning (STP)</i> .....	17
3.2.2	<i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	18
3.2.3	<i>SWOT Analysis</i> .....	21
3.2.4	<i>Porter's Five Forces</i> .....	22
<b>BAB IV ANALISIS BISNIS .....</b>		<b>25</b>
4.1	Analisis Pasar .....	25
4.1.1	<i>Segmenting</i> .....	25
4.1.2	<i>Targeting</i> .....	26
4.1.3	<i>Positioning</i> .....	26
4.2	<i>Business Model Canvas (BMC)</i> .....	26
4.3	<i>SWOT Analysis</i> .....	31
4.4	<i>Porter's Five Forces</i> .....	34
<b>BAB V RENCANA PENGEMBANGAN BISNIS.....</b>		<b>38</b>
5.1	Ringkasan Perusahaan .....	38
5.1.1	Profil dan Produk Perusahaan .....	38
5.1.2	<i>Competitive Advantages</i> .....	39
5.2	Strategi Pengembangan Bisnis .....	40
5.3	Strategi Pemasaran .....	41
5.4	Kesimpulan dan Saran .....	43
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>45</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Tingkat Konsumsi Kopi Dunia Tahun 2016-2020.....	1
Gambar 1.2 Produksi Kopi Indonesia Tahun 2015-2020*.....	2
Gambar 1.3 Tingkat Konsumsi Kopi Domestik Tahun 2014-2019.....	2
Gambar 2.1 Logo Bepahkupi .....	6
Gambar 2.2 Lokasi Gedung Kantor Bepahkupi.....	7
Gambar 2.3 Lokasi Rumah Produksi Bepahkupi.....	7
Gambar 2.4 Kopi Arabika Gayo Semi Washed .....	13
Gambar 2.5 Kopi Arabika Gayo Full Washed.....	13
Gambar 2.6 Kopi Arabika Gayo Honey.....	14
Gambar 2.7 Kopi Arabika Gayo Natural .....	14
Gambar 2.8 Kopi Arabika Gayo Wine.....	15
Gambar 2.9 Drip Bag Coffee .....	15
Gambar 3.1 Template Business Model Canvas .....	20
Gambar 3.2 SWOT Analysis .....	22
Gambar 3.3 Analisis Porter's Five Forces.....	24
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bepahkupi .....	30

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Analisis Kompetitor Bepahkupi.....	11
Tabel 4.1 Business Model Canvas Bepahkupi.....	27
Tabel 4.2 SWOT Analysis Bepahkupi.....	32
Tabel 4.3 Analisis Porter's Five Forces Bepahkupi .....	35