

**STRATEGI PENGEMBANGAN MARKETING COFFEE SHOP RAMU
DENGAN MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING DI
KALANGAN MILLENNIAL JAKARTA SELATAN**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen



ADINDA ALBANIA RIPANDI

1181921051

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

2024

HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS

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

Nama : Adinda Albania Ripandi

NIM : 1181921051

Tanda Tangan :



Tanggal :


HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Adinda Albania Ripandi
NIM : 1181921051
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Strategi Pengembangan Marketing Coffee Shop Ramu dengan Menggunakan Metode Design Thinking Di Kalangan Millenial Jakarta Selatan

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, Univeristas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dr. Ir. Urip Sedyowidodo, M.M., IPM ()



Pembahas 1 : Ir. Aurino Rilman Adam Djamaris, M.M ()

Digitally signed by Aurino
Djamaris
DN: cn=Aurino Djamaris, o=UNIVERSITAS BAKRIE, ou=FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL, email=aurino.djamaris@bakrie.ac.id

Pembahas 2 : Raden Aryo Febrian, S.M., M.M. ()

Ditetapkan di Jakarta

Tanggal 30 Agustus 2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Adinda Albania Ripandi

NIM : 1181921051

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 Non eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Strategi Pengembangan Marketing Coffee Shop Ramu dengan Menggunakan Metode Design Thinking Di Kalangan Millennial Jakarta Selatan

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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 : Jakarta

Pada tanggal : 02 Agustus 2024

Yang menyatakan



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul "Strategi Pengembangan Marketing Coffee Shop Ramu dengan Menggunakan Metode Design Thinking di Kalangan Milenial Jakarta Selatan". Penelitian ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi dan memperoleh gelar Sarjana Manajemen di Universitas Bakrie.

Dalam penyusunan tugas akhir ini, penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Urip Sedyowidodo M.M. IPM. Selaku pembimbing utama yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan motivasi yang sangat berharga selama proses penyusunan tugas akhir ini. Beliau telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membantu penulis dalam setiap tahapan penelitian ini.
2. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bakrie, yang telah memberikan ilmu, wawasan, dan pengetahuan selama masa perkuliahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
3. Orang tua dan keluarga tercinta, yang selalu memberikan dukungan moril dan materil, doa, kasih sayang, serta semangat tanpa henti kepada penulis. Mereka adalah sumber inspirasi dan motivasi utama dalam menyelesaikan pendidikan ini.
4. Teman-teman seperjuangan (seluruh teman kantor saya, Nadya Yudhono Putri, dan Kinanti Ananda Putri) . Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan bantuannya selama masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Teman-teman telah menjadi bagian penting dari perjalanan akademis penulis.
5. Responden penelitian, yang telah meluangkan waktu dan memberikan data serta informasi yang sangat berharga untuk kelancaran penelitian ini. Tanpa partisipasi dan kontribusi mereka, penelitian ini tidak akan berjalan dengan lancar.
6. Seluruh staf dan karyawan Universitas Bakrie, yang telah memberikan bantuan dan layanan terbaik selama penulis menempuh pendidikan di universitas ini.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak untuk perbaikan di masa mendatang. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen dan marketing, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan strategi marketing yang efektif menggunakan metode Design Thinking, khususnya bagi Coffee Shop Ramu dan kalangan milenial di Jakarta Selatan. Semoga Tuhan Yang Maha Esa selalu memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua.

Jakarta, 02 Agustus 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Adinda', written in a cursive style.

Adinda Albania Ripandi

Strategi Pengembangan Marketing Coffee Shop Ramu dengan Menggunakan Metode Design Thinking Di Kalangan Millennial Jakarta Selatan

Adinda Albania Ripandi¹

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang strategi pengembangan marketing Coffee Shop Ramu dengan menggunakan metode Design Thinking di kalangan millennial Jakarta Selatan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana metode Design Thinking dapat diterapkan untuk mengembangkan strategi marketing yang efektif bagi Coffee Shop *Ramu Nostalgia*. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Melihat dari tingginya minat masyarakat yang ingin mencoba kopi dengan varian baru maka jumlah produksi kopi saat ini juga semakin tinggi. Dengan ini para marketing lebih fokus untuk merencanakan program yang akan dibuat dengan tujuan meningkatkan kepuasan konsumen dan menaikkan brand Perusahaan. Membuat program atau produk baru tentunya tidak mudah, banyak strategi yang difikirkan secara ilmiah dan efektif. Hal ini nantinya akan membantu marketing dalam menentukan peluang mana yang mungkin akan berhasil dan mampu membantu marketing dalam mencapai tujuan. Dengan dilakukannya proses yang berulang dalam membuat program design thinking sehingga mendapatkan hasil yang akan lebih baikn dari proses sebelumnya akan tetapi diperlukan adanya batasan dalam proses tersebut sehingga dapat menjadi pertimbangan dalam biaya dan lamanya proses ini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Design Thinking dalam pengembangan strategi marketing dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperluas pangsa pasar di kalangan millennial.

Kata kunci : Design Thinking, strategi marketing, Coffee shop Ramu, Millennial, Jakarta Selatan

Strategi Pengembangan Marketing Coffee Shop Ramu dengan Menggunakan Metode Design Thinking Di Kalangan Millennial Jakarta Selatan (BAHASA INGGRIS)

Adinda Albania Ripandi¹

ABSTRACT

This study discusses the marketing development strategy of Coffee Shop Ramu using the Design Thinking method among millennials in South Jakarta. The purpose of this study is to understand how the Design Thinking method can be applied to develop an effective marketing strategy for Coffee Shop Ramu Nostalgia. The research method used is qualitative with a case study approach. Seeing the high interest of people who want to try coffee with new variants, the amount of coffee production is currently also increasing. With this, marketers are more focused on planning programs that will be created with the aim of increasing consumer satisfaction and increasing the Company's brand. Making a new program or product is certainly not easy, many strategies are thought of scientifically and effectively. This will later help marketing in determining which opportunities might be successful and able to help marketing in achieving goals. By carrying out a repetitive process in creating a design thinking program so that it gets better results than the previous process, but limitations are needed in the process so that it can be considered in the cost and duration of this process. The results of the study show that the use of Design Thinking in developing marketing strategies can increase customer loyalty and expand market share among millennials.

Keywords: Design Thinking, marketing strategy, Coffee shop Ramu, Millennial, South Jakarta

DAFTAR ISI

HALAMAN PERTANYAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistem Pembahasan	10
BAB II TINJUAN PUSTAKA	11
2.1 Strategi Pengembangan Marketing	11
2.1.1 Komponen Strategi Pengembangan Marketing	15
2.1.2 Cara Menerapkan Strategi Pengembangan Marketing	16
2.1.3 Tujuan Strategi Pengembangan Marketing.....	17
2.2 Metode Design Thinking.....	17
2.2.1 Proses Metode Design Thinking.....	19
2.2.2 Manfaat Metode Design Thinking	20
2.3 Kalangan Millenial.....	20
2.3.1 Karakteristik Kalangan Millenial.....	21
2.3.2 Peran Kalangan Millenial	21
2.4 Hubungan Antar Variabel	22
2.4.1 Hubungan Strategi Pengembangan Marketing dan Metode Design Thinking	22

2.4.2	Hubungan Strategi Pengembangan Marketing dan Metode Design Thinking terhadap Coffee Shop Ramu di Kalangan Millenial Jakarta Selatan.....	23
2.5	Penelitian Terdahulu	23
2.6	Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1	Jenis Penelitian.....	28
3.2	Objek Penelitian	29
3.3	Sumber Data.....	30
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.5	Instrumen Penelitian.....	35
3.6	Teknik Analisa Data.....	37
3.7	Keabsahan Data.....	38
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	41
4.1	Design Challenge	41
4.1.1.	Pemahaman Awal	41
4.1.2.	Dampak Yang Akan Dicapai	41
4.1.3.	Kemungkinan Kendala Yang Dihadapi	42
4.2	Emphati	42
4.2.1.	Interview/Observasi Note	42
4.2.2.	Persona Pengguna	46
4.3	Define (Definisi Masalah).....	47
4.3.1	Design Challenge	47
4.3.2	Tematik Insight 1	47
4.3.3	Tematik Insight 2	47
4.3.4	Tematik Insight 3	48
4.4	Ideate	48
4.5	Prototype	54
4.5.1	Prototype (Step 1)	54
4.5.2	Prototype (Step 2)	54
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN.....	55
5.1	Kesimpulan.....	55

5.2	Saran.....	55
	DAFTAR PUSTAKA.....	56
	LAMPIRAN WAWANCARA	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Konsumsi Kopi Nasional.....	1
Gambar 1.2 Logo Ramu Nostalgia	3
Gambar 1.3 Salah Satu Menu Ramu Nostalgia	4
Gambar 1.4 Penilaian Konsumen Aplikasi Grabfood.....	5
Gambar 1.5 Penilaian Konsumen Aplikasi Gofood.....	6
Gambar 1.6 Model Design Thinking Standford (d.school)	8
Gambar 2. 1 Standford d.school Design Thinking Process	19
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 3. 1 Ramu Nostalgia Tebet.....	29
Gambar 3. 2 Outdoor Ramu Nostalgia Tebet	30
Gambar 3. 3 Ruang Indoor Ramu Nostalgia Tebet.....	30
Gambar 4. 1 Design Membership Card Ramu Nostalgia (Step 1).....	54
Gambar 4. 2 Design Membership Aplikasi Ramu Nostalgia (Step 2).....	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. 1 Kriteria Pemilihan Informan	31
Tabel 3. 2 Daftar Informan dan Triangulator.....	32
Tabel 3. 3 Detail Pelaksanaan Wawancara	32
Tabel 3. 4 Instrumen Penelitian	35
Tabel 4. 1 Ideate.....	48
Tabel 4. 2 Final Ideate	53