

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN COFFEE SHOP
BERDASARKAN PERSPEKTIF BISNIS DAN PERILAKU
KONSUMEN (STUDI KASUS: TANATAP COFFEE
JAKARTA SELATAN)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen**



LUKMAN HAKIM

1221721015

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

2026

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 : Lukman Hakim

Nim : 1221721015

Tanda Tangan : 

Tanggal : 31 Agustus 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Lukman Hakim
Nim : 1221721015
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis Strategi Pemasaran Coffee Shop
Berdasarkan Perspektif Bisnis Dan Perilaku
Konsumen (Studi Kasus: Tanatap Coffee
Ampera - Jakarta Selatan)

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 : Holila Hatta, SPd., M.M.

Penguji 1 : Prof. Muchsin Saggaff Shihab, S.E., M.Sc., MBA., PhD

Penguji 2 : Raden Aryo Febrian, S.M., M.M.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2026



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmatNya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi S1 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. Holila Hatta,S.Pd.,MM selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir, yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Prof. Muchsin Saggaff Shihab, SE.,MSc., MBA.,PhD.selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir saya yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini.
3. Raden Aryo Febrian, S.M.,M.M. selaku dosen penguji dalam sidang Tugas Akhir saya yang telah memberikan masukan dalam tahap perbaikan tugas akhir ini;
4. Pihak pihak Tanatap coffee yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
5. Istri dan keluarga Saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
6. Teman - teman terdekat Saya yang telah memberikan bantuan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Agustus 2026



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Lukman Hakim

NIM : 12211015

Program Studi : S1 Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Studi Kasus

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

ANALISI STRATEGI PEMASARAN COFFEE *BERDASARKAN* PERSPEKTIF BISNIS DAN PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS: TANATAP COFFEE AMPERA - JAKARTA SELATAN

berserta 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 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 : 31 Agustus 2026

Yang menyatakan



Lukman Hakim

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN COFFEE SHOP *BERDASARKAN* PERSPEKTIF BISNIS DAN PERILAKU KONSUMEN (STUDI KASUS: TANATAP COFFEE AMPERA - JAKARTA SELATAN)

Lukman Hakim

ABSTRAK

Industri *coffee shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan pesat seiring meningkatnya budaya konsumsi kopi, kondisi ini menunjukkan ketatnya persaingan industri *coffee shop*, termasuk di kawasan Jakarta Selatan sebagai pusat bisnis dan gaya hidup. Tanatap Coffee menjadi salah satu pelaku usaha yang menghadapi tantangan mempertahankan loyalitas konsumen di tengah maraknya inovasi pesaing. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pemasaran bisnis Tanatap Coffee Ampera dari perspektif bisnis dan Perilaku konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi yang diterapkan meliputi diferensiasi desain interior, inovasi menu ikonik seperti Magic Latte, optimalisasi media sosial, serta pelatihan SDM. Namun, masih terdapat kelemahan pada program loyalitas digital, konsistensi pelayanan saat jam sibuk, dan belum maksimalnya pemasaran berbasis media sosial. Analisis SWOT dan STP menunjukkan bahwa peluang terbesar terdapat pada tren gaya hidup masyarakat urban yang menjadikan *coffee shop* sebagai ruang produktif, sedangkan ancaman utama berasal dari digitalisasi agresif kompetitor. Strategi yang direkomendasikan mencakup penguatan diferensiasi produk dan layanan, pengembangan sistem loyalitas berbasis digital, inovasi menu sehat sesuai tren, serta peningkatan promosi melalui media sosial dan kolaborasi dengan komunitas. Hasil penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi praktis bagi Tanatap Coffee Ampera dalam meningkatkan daya saing dan keberlanjutan bisnis, sekaligus menambah kajian akademik terkait strategi pengembangan *coffee shop* di Indonesia.

Kata Kunci: Strategi, Perspektif Bisnis, Perilaku Konsumen

**MARKETING STRATEGY ANALYSIS OF COFFEE SHOP FROM BUSINESS
PERSPECTIVE AND CONSUMER BEHAVIOR (CASE STUDY: TANATAP COFFEE
AMPERA - SOUTH JAKARTA)**

Lukman Hakim

ABSTRACT

The coffee shop industry in Indonesia is experiencing rapid growth alongside the increasing culture of coffee consumption. This condition reflects intense competition within the coffee shop industry, including in the South Jakarta area as a hub for business and lifestyle. Tanatap Coffee is one of the business actors facing the challenge of maintaining consumer loyalty amid widespread innovation from competitors. This study aims to analyze the business marketing strategy of Tanatap Coffee Ampera from the perspectives of business and consumer behavior. The research method used is qualitative with a case study approach, utilizing interviews, observations, and documentation. The results show that the strategies implemented include interior design differentiation, iconic menu innovations such as the Magic Latte, social media optimization, and human resource training. However, weaknesses remain in the digital loyalty program, service consistency during peak hours, and underutilized social media marketing. SWOT and STP analyses indicate that the greatest opportunity lies in the urban lifestyle trend that treats coffee shops as productive spaces, while the main threat stems from competitors' aggressive digitalization. Recommended strategies include strengthening product and service differentiation, developing digital-based loyalty systems, innovating healthy menus aligned with trends, and enhancing social media promotion as well as community collaborations. The findings of this study are expected to provide practical contributions for Tanatap Coffee Ampera in improving business competitiveness and sustainability, while also expanding academic literature on coffee shop development strategies in Indonesia.

Keywords: Strategy, Business Perspective, Consumer Behavior

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN TEORITIS.....	9
2.1 Pengertian Strategi Bisnis.....	9
2.2 Komponen Strategi Bisnis.....	9
2.3 Fungsi Strategi Bisnis.....	11
2.4 Jenis Strategi Bisnis.....	12
2.5 Faktor-Faktor Keberhasilan Dalam Bisnis.....	12
2.6 Teori Perilaku Konsumen.....	14
2.7 Penelitian Terdahulu.....	15
2.8 Kerangka Pemikiran.....	17
BAB III METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Informan Kunci.....	19
3.2 Lokasi dan Subjek Penelitian.....	20
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	21
3.4 Teknis Analisis Data.....	21
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	22
BAB IV ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN.....	23
4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....	23
4.2 Temuan Penelitian Berdasarkan Wawancara.....	25
4.2.1 Strategi Pemasaran Bisnis Tanatap Coffee.....	25
4.2.2 Kebutuhan dan Preferensi Konsumen.....	32

4.2.3 Tantangan Strategis untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Konsumen.....	36
4.2.3 Analisis SWOT dan STP.....	42
4.3 Pembahasan.....	45
4.3.1 Strategi Pemasaran Tanatap Coffee.....	45
4.3.2 Kebutuhan dan Prefensi Konsumen.....	47
4.3.3 Tantangan Daya Saing,Kepuasan,dan Loyalitas Konsumen.....	50
4.3.4 Keterkaitan Temuan Wawancara dengan Tujuan Penelitian.....	52
4.3.5 Analisis SWOT Berdasarkan Temuan Wawancara.....	57
4.3.6 Analisis STP Berdasarkan Temuan Wawancara.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan.....	63
5.2 Saran.....	65
LAMPIRAN.....	67
Lampiran 1.....	67
Lampiran 2.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	100