

**PERAN *QUALITY CONTROL* (QC) DALAM KOMUNIKASI
BERASA PENJUALAN KOPI B2B PADA *BRAND* KUDUCOBA
COFFEE ROASTERS (PT KUDUCOBA KOPI INDONESIA)**

SKRIPSI

Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



**UNIVERSITAS
BAKRIE**

Muhammad Almer Rizkiadhim

1191003029

Program Studi Ilmu Komunikasi

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: Muhammad Almer Rizkiadhim

NIM: 1191003029

Tanda Tangan:

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Almer', with a stylized flourish at the end.

Tanggal: 10 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Almer Rizkiadhim
NIM : 1191003029
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi
Judul Tesis : Peran QC dalam Komunikasi Berasa Penjualan Kopi B2B
pada Brand Kuducoba Coffee Roasters (PT Kuducoba Kopi
Indonesia)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Dosen Pembimbing : Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

()

Dosen Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si.

()

Dosen Penguji 2 : Dr. Desy Kania, M.A.

()

Ditetapkan di: Jakarta

Tanggal : 10 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Peran *Quality Control (QC)* dalam Komunikasi Berasa Penjualan Kopi B2B pada Brand Kuducoba Coffee Roasters (PT Kuducoba Kopi Indonesia)” dengan sebaik-baiknya. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi di Universitas Bakrie. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan, bantuan, serta bimbingan selama proses perkuliahan hingga tersusunnya tugas akhir ini.

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, hidayah, serta kemudahan yang diberikan. Berkat izin-Nya, penulis dapat segera menyelesaikan perkuliahan serta tugas akhir ini dengan baik. Penulis juga meyakini bahwa kesempatan untuk menyelesaikan jenjang perkuliahan adalah bagian dari rencana terbaik-Nya.

2. Mama dan Oma

Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada keluarga tercinta: Mama dan Oma yang selalu memberikan dukungan, doa, dan cinta tanpa batas. Pengertian dan semangat dari keluarga menjadi sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan perkuliahan dan tugas akhir ini. Tanpa mereka, penulis sepertinya akan kurang bersemangat dalam menyelesaikan ini.

3. Kuducoba Coffee Roasters

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh divisi dan anggota yang ada di Kuducoba Coffee Roasters. Terima kasih atas waktu, bimbingan, serta ilmu berharga yang telah dibagikan selama masa kerja dan *support* yang diberikan untuk penulisan skripsi ini.

Kehangatan, kerjasama tim, dan ilmu-ilmu baru yang diberikan menjadi pengalaman yang tidak ternilai.

4. Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si.

Penulis mengucapkan terima kasih yang kepada Bapak Dr. Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan memberikan arahan selama proses perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini. Dukungan, masukan, dan perhatian Bapak menjadi dorongan penting yang sangat penulis hargai dalam menyelesaikan perkuliahan ini dengan sebaik-baiknya.

5. 510 Music

Penulis merasa ditemani dan dikuatkan oleh karya-karya dari band *Alternative Rock/Modern Rock* asal Bandung, 510. Karya berupa lagu dan acara-acara musik yang dibuat selama beberapa tahun terakhir sangat membuat para penggemar, khususnya saya pada hal ini, merasa ‘dirangkul’ untuk terus ‘kuat’ dan ‘berjalan’ menghadapi apapun yang ada di depan.

6. Diri Sendiri

Teruntuk diri saya sendiri, terima kasih karena telah melakukan semua kerja keras ini. Terima kasih sudah mau mendorong kemauan pada diri sendiri untuk segera menyelesaikan proses pendidikan ini, terima kasih untuk selalu kuat berdiri di atas kaki sendiri, dan terima kasih telah menjadi diri yang lebih baik dari hari kemarin.

Jakarta, 24 Agustus 2026

Penulis,



Muhammad Almer Rizkiadhim

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Muhammad Almer Rizkiadhim
NIM : 1191003029
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : 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:

Peran *Quality Control (QC)* dalam Komunikasi Berasa Penjualan Kopi *B2B* pada brand Kuducoba Coffee Roasters (PT Kuducoba Kopi Indonesia)

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 : 10 September 2026

Yang menyatakan



Muhammad Almer Rizkiadhim

**PERAN *QUALITY CONTROL* (QC) DALAM KOMUNIKASI BERASA
PENJUALAN KOPI B2B PADA *BRAND* KUDUCOBA COFFEE
ROASTERS (PT KUDUCOBA KOPI INDONESIA)**

Muhammad Almer Rizkiadhim

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji peran *Quality Control* (QC) dalam Komunikasi Berasa pada penjualan kopi *Business-to-Business* (B2B) di Kuducoba Coffee Roasters (PT Kuducoba Kopi Indonesia). Industri kopi *specialty* di Indonesia berkembang sangat pesat hingga cukup banyak terjadi fenomena inkonsistensi produk, sehingga menuntut pemasok kopi B2B untuk tidak hanya menjamin kualitas produk tetapi juga mengomunikasikannya secara kredibel kepada pelanggan. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus partisipatif, penelitian ini melibatkan empat informan: QC, staff admin & *marketing*, klien B2B, dan kompetitor. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, lalu dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman. Kerangka teori yang digunakan meliputi Komunikasi Berasa (Wijaya, 2011), Pemasaran B2B (Kotler et al., 2022), *Quality Control* (SCA, 2021), dan *Perceived Quality* (Kotler & Keller, 2016). Temuan menunjukkan bahwa QC berperan multidimensional sebagai arsitek data sensorik, penjaga konsistensi emosional, penyedia data objektif, penyesuai kebutuhan pelanggan, pencipta manfaat fungsional, serta pembangun reputasi kolektif dan Word of Mouth di komunitas. Peran QC melampaui fungsi teknis menjadi fondasi strategis komunikasi penjualan B2B. Penelitian ini memperluas aplikasi Komunikasi Berasa dari konteks B2C ke B2B serta mengintegrasikannya dengan teori *Perceived Quality*, mengisi *gap* penelitian tentang komunikasi rasa dalam penjualan B2B.

Kata Kunci : *Quality Control; Komunikasi Berasa; Pemasaran B2B, Penjualan B2B; Perceived Quality; Specialty Coffee; Coffee Roastery*

**THE ROLE OF QUALITY CONTROL (QC) IN EXPERIENTIAL
COMMUNICATION (KOMUNIKASI BERASA) FOR B2B COFFEE
SALES AT KUDUCOBA COFFEE ROASTERS**

Muhammad Almer Rizkiadhim

ABSTRACT

This study examines the role of Quality Control (QC) in *Sensory Communication* in Business-to-Business (B2B) coffee sales at Kuducoba Coffee Roasters (PT Kuducoba Kopi Indonesia). The specialty coffee industry in Indonesia has experienced rapid growth, accompanied by increasing concerns regarding product inconsistency. This situation requires B2B coffee suppliers not only to ensure product quality but also to communicate quality credibly to their customers. Employing a qualitative approach with a participatory case study method, this research involved four informants: a QC representative, an administration and marketing staff member, a B2B client, and a competitor. Data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and were analyzed using the Miles and Huberman data analysis model. The theoretical framework draws on Sensory Communication (Wijaya, 2011), B2B Marketing (Kotler et al., 2022), Quality Control (SCA, 2021), and Perceived Quality (Kotler & Keller, 2016). The findings demonstrate that QC performs multidimensional roles as an architect of sensory data, a guardian of emotional consistency, a provider of objective quality information, an adapter to customer needs, a creator of functional benefits, and a builder of collective reputation and word-of-mouth within the coffee community. These findings indicate that the role of QC extends beyond technical functions and serves as a strategic foundation for B2B sales communication. This study extends the application of Sensory Communication from the B2C context to B2B settings and integrates the concept with Perceived Quality theory, thereby addressing a research gap concerning sensory communication in B2B coffee sales.

Keywords: Quality Control; Sensory Communication; B2B Marketing; B2B Sales; Perceived Quality; Kuducoba Coffee Roasters.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep yang Relevan	11
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2 Komunikasi Penjualan	12
2.1.3 Komunikasi Berasa	14
2.1.4 Pemasaran B2B	16
2.1.5 Komunikasi Produk	16
2.1.6 <i>Perceived Quality</i>	18
2.1.7 <i>Coffee Marketing / Coffee Branding</i>	18
2.1.8 <i>Quality Control</i>	20
2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	20
2.3 Kerangka Pemikiran	24
BAB III METODE PENELITIAN	25
3.1 Desain dan Pendekatan	25
3.2 Obyek/Subyek Penelitian	26

3.2.1 Subjek Utama	26
3.2.2 Subjek Pembanding	26
3.3 Pengumpulan Data	26
3.3.1 Wawancara Mendalam	26
3.3.2 Observasi	26
3.3.3 Dokumentasi	27
3.4 Analisis Data	27
3.5 Triangulasi Data	27
3.6 Operasionalisasi Konsep	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	30
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan	30
4.1.2 Profil Perusahaan Kuducoba Coffee Roasters	30
4.1.3 Lokasi Perusahaan	32
4.1.4 Visi dan Misi	33
4.1.5 Konteks Teoritis: Komunikasi Berasa	33
4.1.6 Peran QC	34
4.1.6 Konteks Percieved Quality (Kotler & Keller, 2016)	35
4.1.7 Alur Penelitian	36
4.1.8 Ringkasan Alur Berdasarkan Metode Ilmiah	38
4.1.9 Posisi Peneliti dalam Konteks	39
4.1.10 Kebaharuan Penelitian	39
4.2 Penyajian Data	40
4.2.1 Profil Informan	40
4.2.2 Hasil Observasi dan Dokumentasi	40
4.3 Pembahasan dan Diskusi	46
4.3.1 Peran QC dalam Keberasaan Inderawi	46
4.3.2 Peran QC dalam Keberasaan Emosional	48
4.3.3 Peran QC dalam Keberasaan Rasional	50
4.3.4 Peran QC dalam Keberasaan Relevansional	51
4.3.5 Peran QC dalam Keberasaan Benefisial	53
4.3.6 Peran QC dalam Keberasaan Sosial	55

4.3.7 Implikasi terhadap Komunikasi Pemasaran	57
4.3.8 Implikasi terhadap Komunikasi Penjualan.....	58
4.3.9 Implikasi terhadap Penjualan <i>B2B</i>	58
4.3.10 Implikasi terhadap <i>Perceived Quality</i>	58
4.3.11 Implikasi terhadap <i>Coffee Branding</i>	59
4.3.12 Peran QC dalam Komunikasi Berasa.....	59
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Kendala dan Keterbatasan	75
5.3 Saran dan Implikasi.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	78
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Perbedaan Peran QC di Hulu, Tengah dan Hilir	3
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	23
Tabel 3. Operasionalisasi Konsep	28
Tabel 4. Dimensi Komunikasi Berasa.....	34
Tabel 5. Ringkasan Alur penelitian.....	39
Tabel 6. Kebaruan penelitian	40
Tabel 7. Profil informan	40
Tabel 8. Hasil observasi	41
Tabel 9. Hasil dokumentasi.....	42
Tabel 10. Temuan per-dimensi (Sumber: Olahan penulis)	45
Tabel 11. Tabel Pembanding Temuan	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Alur Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 2. Logo Kuducoba Coffee Roasters	31
Gambar 3. Pengecekan <i>green beans</i> /biji kopi mentah	42
Gambar 4. Proses sortasi biji kopi pascaroasting dari <i>defect</i>	43
Gambar 5. Biji kopi tidak lolos QC	43
Gambar 6. Proses <i>cupping</i>	44