

## ABSTRAK

Kedai kopi X merupakan sebuah kedai kopi yang berlokasi di Jalan Hercules No. 55 Bandung. Kedai ini telah beroperasi sejak bulan Maret tahun 2019. Masalah utama yang sedang dihadapi oleh kedai kopi X khususnya pada masa pandemi sekarang adalah adanya penurunan omset penjualan kedai kopi X yang disebabkan oleh berkurangnya jumlah transaksi yang terjadi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menentukan apakah kedai kopi X tetap menguntungkan untuk beroperasi di masa pandemi, mengidentifikasi model bisnis yang dijalankan saat ini, memberikan usulan model bisnis, dan memberikan usulan perbaikan strategi pemasaran agar kedai kopi dapat bertahan di situasi masa pandemi. Landasan teori yang digunakan dalam penelitian ini meliputi *Business Model Canvas*, *Segmenting-Targeting-Positioning*, *Marketing Mix (7P)*, *Real-Win-Worth It* serta analisis finansial menggunakan neraca keuangan dan laporan laba rugi.

Penulis mengumpulkan data melalui wawancara yang dilakukan kepada pihak kedai kopi X dan penyebaran kuisioner yang didistribusikan khusus kepada 97 responden yang pernah datang dan melakukan transaksi di kedai kopi X. Hasil dari wawancara dituangkan menjadi model bisnis saat ini yang meliputi 9 komponen dalam *Business Model Canvas*. Sementara untuk kuisioner diperoleh profil konsumen secara umum dan kinerja kedai kopi berdasarkan bauran pemasaran. Dari 15 variabel pertanyaan di kuisioner, terdapat 8 variabel yang mendapatkan nilai di bawah rata-rata sehingga diberikan usulan perbaikan seperti lokasi kedai kopi, tampilan menu, kesesuaian harga dengan porsi, pengetahuan pegawai mengenai produk, waktu rata-rata menunggu, fasilitas lahan parkir, fasilitas toilet, dan fasilitas *smoking area*. Untuk aspek finansial, keuntungan bersih yang dihasilkan oleh kedai kopi X pada tahun 2019 dan tahun 2020 mengalami penurunan yang cukup signifikan yakni sebesar 38,3%.

Dari hasil analisis model bisnis saat ini, penulis memberikan usulan untuk 7 dari 9 komponen dalam model bisnis yakni untuk komponen *key resources*, *key partners*, *value propositions*, *customer relationships*, *channels*, *cost structure*, dan *revenue streams*. Yang diantaranya adalah memberikan edukasi mengenai kopi kepada masyarakat khususnya segmen pasar dari kedai kopi X, membuat kreasi menu baru dan promo-promo menarik, dan memaksimalkan penggunaan social media seperti *Instagram* dan *Google Review* untuk berkomunikasi dengan konsumen dan menjangkau calon konsumen baru. Penulis memberikan usulan model bisnis baru yang dikembangkan dari model bisnis saat ini. Untuk strategi bauran pemasaran, penulis memberikan usulan perbaikan berdasarkan teori *marketing mix (7P)* yang didapatkan dari hasil perhitungan nilai rata-rata kuisioner. Dari 7 komponen *marketing mix* yang ada, penulis hanya menyertakan 5 komponen yakni *place*, *physical evidence*, *price*, *people*, dan *process*. Penulis mengusulkan untuk menghubungkan layanan transaksi daring seperti *Go-Food* dan *GrabFood* dengan media sosial *Instagram* milik kedai kopi X agar konsumen dapat mengetahui bahwa kedai kopi X juga menyediakan layanan tersebut diluar dari transaksi jual beli secara langsung (*offline*).

## DAFTAR ISI

<b>COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI LAPORAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	<b>xviii</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b> .....	<b>1-1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-2
1.3 Batasan Masalah .....	1-2
1.4 Perumusan Masalah .....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-3
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-3
<b>BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>2-1</b>
2.1 <i>Business Model Canvas</i> .....	2-1
2.2 <i>Segmenting - Targeting - Positioning (STP)</i> .....	2-3
2.3 <i>Marketing Mix (7P)</i> .....	2-4
2.4 Neraca Keuangan.....	2-6
2.5 Laporan Laba Rugi .....	2-7
2.6 <i>Real - Win - Worth It</i> .....	2-9
<b>BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>3-1</b>
3.1 Penelitian Pendahuluan .....	3-3
3.2 Latar Belakang Masalah .....	3-3

3.3 Identifikasi Masalah .....	3-4
3.4 Batasan Masalah .....	3-5
3.5 Perumusan Masalah .....	3-5
3.6 Tujuan Penelitian .....	3-5
3.7 Studi Pustaka .....	3-6
3.8 Penentuan Metode yang Digunakan.....	3-6
3.9 Identifikasi Variabel Penelitian .....	3-7
3.10 Uji Validasi Konstruk .....	3-10
3.11 .Teknik Pengumpulan Data .....	3-11
3.12 Langkah Pengambilan Data .....	3-11
3.13 Pengolahan Data dan Analisis .....	3-12
3.14 .Hasil Penelitian.....	3-14
3.15 .Kesimpulan dan Saran.....	3-15
<b>BAB 4 PENGUMPULAN DATA.....</b>	<b>4-1</b>
4.1 Wawancara .....	4-1
4.1.1 Wawancara Model bisnis .....	4-1
4.1.2 Wawancara Aspek Finansial .....	4-3
4.2 Kuisisioner .....	4-1
4.2.1 Kuisisioner Profil Konsumen .....	4-3
4.2.2 Kuisisioner Mengenai Kedai Kopi.....	4-5
4.2.3 Kuisisioner Skala Likert Bagian 1 .....	4-6
4.2.4 Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 .....	4-7
<b>BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS .....</b>	<b>5-1</b>
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisisioner .....	5-1
5.1.1 Uji Validitas .....	5-1
5.1.2 Uji Reliabilitas .....	5-4
5.2 Hasil Kuisisioner Profil Konsumen .....	5-5
5.3 Hasil Kuisisioner Kedai Kopi .....	5-11
5.4 Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 1 .....	5-14

5.5 Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 .....	5-17
5.6 Analisis Model Bisnis .....	5-23
5.7 Analisis <i>Segmenting - Targeting – Positioning</i> (STP) .....	5-28
5.8 Analisis Finansial .....	5-28
5.9 Usulan .....	5-33
<b>BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>6-1</b>
6.1 Kesimpulan .....	6-1
6.2 Saran .....	6-3



## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Neraca Keuangan 2019	2-6
2.2	Neraca Keuangan 2020	2-7
2.3	Laporan Laba Rugi 2019	2-8
2.4	Laporan Laba Rugi 2020	2-8
3.1	Identifikasi Variabel Penelitian	3-7
3.2	Pertanyaan Wawancara Terhadap Pemilik Kedai Kopi X	3-8
3.3	Pertanyaan Kuisisioner	3-9
4.1	Wawancara Model Bisnis	4-1
4.2	Wawancara Aspek Finansial	4-3
4.3	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 1	4-4
4.4	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 2	4-3
4.5	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 3	4-4
4.6	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 4	4-4
4.7	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 5	4-4
4.8	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 6	4-5
4.9	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 7	4-5
4.10	Hasil Kuisisioner Profil Konsumen Variabel 8	4-5
4.11	Hasil Kuisisioner Mengenai Kedai Kopi Variabel 1 Sampai 3	4-5
4.12	Hasil Kuisisioner Mengenai Kedai Kopi Variabel 4	4-6
4.13	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 1 Variabel 1	4-6
4.14	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 1 Variabel 2	4-7
4.15	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 1 Variabel 3	4-7
4.16	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 1 Variabel 4	4-7
4.17	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 5	4-7
4.18	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 6	4-7
4.19	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 7	4-8

4.20	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 8	4-8
4.21	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 9	4-8
4.22	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 10	4-8
4.23	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 11	4-8
4.24	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 12	4-8
4.25	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 13	4-8
4.26	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 14	4-9
4.27	Hasil Kuisisioner Skala Likert Bagian 2 Variabel 15	4-9
5.1	Nilai R tabel	5-1
5.2	Dasar Pengambilan Keputusan Uji Validitas	5-2
5.3	Uji Validitas	5-3
5.4	Dasar Pengambilan Keputusan Uji Reliabilitas	5-4
5.5	Uji Reliabilitas	5-4
5.6	Kesimpulan Skala Likert Bagian 1	5-18
5.7	Dasar Pengambilan Keputusan Skala Likert Bagian 1	5-18
5.8	Kesimpulan Skala Likert Bagian 2	5-22
5.9	Dasar Pengambilan Keputusan Skala Likert Bagian 2	5-22
5.10	<i>Key Partners</i>	5-23
5.11	<i>Key Activities</i>	5-23
5.12	<i>Key Resources</i>	5-24
5.13	<i>Value Propositions</i> Keunggulan Kompetitif	5-24
5.14	<i>Value Propositions</i> Konsep Keseluruhan	5-25
5.15	<i>Customer Relationships Gain</i>	5-25
5.16	<i>Customer Relationships Sustain</i>	5-25
5.17	<i>Customer Relationships Retain</i>	5-26
5.18	<i>Channels</i>	5-26
5.19	<i>Customer Segments</i>	5-26
5.20	<i>Revenue Streams</i>	5-27
5.21	Wawancara Aspek Finansial Kedai Kopi X	5-29
5.22	Neraca Keuangan Kedai Kopi X Tahun 2019	5-29
5.23	Neraca Keuangan Kedai Kopi X Tahun 2020	5-30

5.24	Laporan Laba Rugi Kedai Kopi X Tahun 2019	5-30
5.25	Laporan Laba Rugi Kedai Kopi X Tahun 2020	5-31
5.26	Usulan Model Bisnis	5-33
5.27	Usulan Strategi Bauran Pemasaran	5-35



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
2.1	Kanvas Model Bisnis	2-1
3.1	Metodologi Penelitian	3-1
3.2	Kerangka Penelitian	3-12
5.1	Hasil Kuisisioner Usia Responden	5-5
5.2	Hasil Kuisisioner Jenis Kelamin Responden	5-6
5.3	Hasil Kuisisioner Frekuensi Kedatangan	5-6
5.4	Hasil Kuisisioner Produk yang Dibeli	5-7
5.5	Hasil Kuisisioner Uang yang Dikeluarkan per Kedatangan per Orang	5-8
5.6	Hasil Kuisisioner Faktor Pertama Kali Datang	5-8
5.7	Hasil Kuisisioner Sumber Informasi	5-9
5.8	Hasil Kuisisioner Metode Pembayaran	5-10
5.9	Hasil Kuisisioner Produk yang Diharapkan	5-11
5.10	Hasil Kuisisioner Faktor Ingin Kembali	5-12
5.11	Hasil Kuisisioner Fasilitas yang Paling Penting	5-13
5.12	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-1	5-14
5.13	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-2	5-14
5.14	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-3	5-15
5.15	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-4	5-15
5.16	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-5	5-17
5.17	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-6	5-17
5.18	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-7	5-18
5.19	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-8	5-18
5.20	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-9	5-19
5.21	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-10	5-19
5.22	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-11	5-20



5.23	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-12	5-20
5.24	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-13	5-21
5.25	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-14	5-21
5.26	Hasil Kuisisioner Skala Likert Variabel Ke-15	5-22
5.27	Model Kanvas Bisnis Saat Ini	5-27
5.28	Laporan Penjualan	5-32
5.29	Model Kanvas Bisnis Usulan	5-34

