

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang diberikan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul "*Strategic Analysis Kedai Kopi Amat*" tepat pada waktunya. Tugas Akhir ini dibuat bertujuan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Universitas Pelita Harapan Lippo Karawaci, Tangerang.

Penulis menyadari bahwa tanpa dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak Tugas Akhir ini tidak akan dapat selesai pada waktunya. Oleh karena itu penulis, mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan tugas akhir ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dra. Gracia Shinta S. Ugut, MBA, Ph.D., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Isana S.C. Meranga, S.P., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen.
3. Bapak Radityo Fajar Arianto, S.E., M.B.A., selaku Dosen Ketua Konsentrasi Entrepreneurship.
4. Bapak Zoel Hutabarat, S.I.P., M.B.A. selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu dan memberikan bantuan, bimbingan, saran, dan doa kepada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
5. Ibu Juniarty, S. Sos., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik dari penulis.

6. Seluruh dosen yang telah mengajar penulis selama berkuliah di Universitas Pelita Harapan
7. Staf Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
8. Orang tua dan saudara kandung yang telah memberikan doa, dukungan moril, dan semangat selama penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman Vivian, Vincent, Steven, Calvin, Evelyn, Edrik, Eldon, Jose Raynaldo dan lainnya yang telah memberikan semangat dan bantuan kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari para pembaca guna menyempurnakan segala kekurangan dalam penyusunan Tugas Akhir ini. Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini berguna bagi para pembaca dan pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Jakarta, 11 Mei 2021



Brian Thomas

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR	
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR	
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I RINGKASAN EKSEKUTIF	1
1.1 Pendahuluan	1
1.2 Deskripsi Perusahaan	2
1.3 Faktor Terpenting Kopi Amat	3
1.4 Denah Strategi Kopi Amat	4
1.5 Analisa SWOT	5
1.6 <i>Business Model Canvas</i> dan <i>Porter's Five Forces</i>	6
1.7 Analisa Kompetitor	6
1.8 Strategi <i>Roadmap</i>	7
1.9 <i>Dashboard</i> Kopi Amat	7
BAB II DESKRIPSI PERUSAHAAN	8
2.1 Pendahuluan	8
2.2 Sejarah Perusahaan.....	9
2.3 Profil Perusahaan.....	10
2.4 Visi dan Misi	14
2.4.1 Visi	14
2.4.2 Misi	14
2.5 Tagline dan Logo Perusahaan	15
2.6 Produk dan Jasa	17
2.7 Status dan Legalitas.....	18
2.8 Sumber Dana dan Alokasi Dana	19
BAB III KEY INITIATIVES TO REACH STRATEGIC	20

3.1	Harga Produk.....	23
3.2	Kualitas Produk.....	25
3.3	Rasa Produk.....	27
3.4	Variasi Produk.....	29
3.5	Suasana Toko	30
BAB IV STRATEGIC MAP		34
BAB V SWOT ANALYSIS		40
5.1	SWOT Analysis.....	40
5.2.	TOWS Matrix.....	43
5.3	IFE dan EFE	47
5.3.1	IFE (<i>internal factor evaluation</i>)	49
5.3.2	EFE (<i>internal factor evaluation</i>).....	51
BAB VI BUSINESS MODEL CANVAS AND PORTER 5 FORCES		54
6.1	Skala Industri dan Tingkat Pertumbuhan Industri.....	55
6.2	Struktur Industri	56
6.2.1	<i>Porter Five Forces</i>	56
6.2.2	<i>Business Model Canvas</i>	61
BAB VII COMPETITOR ANALYSIS		65
7.1	Pesaing Langsung.....	65
7.1.1	<i>Damn Coffee</i>	67
7.1.2	<i>Checkpoint Coffee</i>	69
7.1.3	Warung Fotkop.....	70
7.2	Pesaing Tidak Langsung	72
BAB VIII STRATEGIC ROADMAP		73
8.1	Cabang Baru.....	73
BAB IX DASHBOARD TO TRACK AND MANAGE THE PROCESS		82
9.1	Aspek Finansial.....	82
9.2	Aspek <i>Marketing</i>	88
9.3	Rencana Pengembangan Produk dan Jasa.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....		92
LAMPIRAN.....		A-1

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Alokasi dana investasi.....	19
Tabel 5.1 Analisis SWOT Kopi Amat	42
Tabel 5.2 Matriks TOWS Kopi Amat	44
Tabel 5.3 Matriks IFE Kopi Amat	49
Tabel 5.4 Matriks EFE Kopi Amat	52
Tabel 6.1 <i>Business Model Canvas</i> Kedai Kopi Amat.....	62
Tabel 7.1 Kompetitor Kedai Kopi Amat.....	66
Tabel 8.1 Rencana Keuangan <i>Franchise</i> Kopi Amat.....	77
Tabel 8.2 Dana Investasi <i>Franchise</i> Kopi Amat.....	77
Tabel 8.3 Perhitungan Biaya Operasional <i>Franchise</i> Kopi Amat per Bulan.....	77
Tabel 8.4 Analisis <i>Payback Period Franchise</i> Kopi Amat.....	78
Tabel 9.1 Biaya Tetap kedai Kopi Amat per bulan.....	83
Tabel 9.2 <i>Sales dan Contribution Margin</i> Kopi Amat per bulan.....	84
Tabel 9.3 <i>Break Even Sales</i> untuk Kopi Amat per bulan.....	86

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Suasana <i>indoor</i> 1 Kopi Amat	10
Gambar 2.2 Suasana <i>indoor</i> 2 Kopi Amat	11
Gambar 2.3 Titik Peta Kopi Amat	11
Gambar 2.4 Tampak depan Kopi Amat	12
Gambar 2.5 Logo Kopi Amat.....	15
Gambar 3.1 Survei Faktor Penting Kepuasan Konsumen.....	21
Gambar 3.2 Survei Harga Produk Kopi Amat	24
Gambar 3.3 Survei Kualitas Produk Kopi Amat.....	25
Gambar 3.4 Survei Rasa Produk Kopi Amat	27
Gambar 3.5 Survei Variasi Produk Kopi Amat	29
Gambar 3.6 Survei Suasana Toko Kopi Amat.....	31
Gambar 4.1 <i>Strategy Map</i> Kopi Amat	37
Gambar 6.1 <i>Feeds</i> Instagram Damn Coffee.....	67
Gambar 6.2 Suasana tempat Damn Coffee	68
Gambar 6.3 <i>Feeds</i> Instagram Checkpoint Coffee	69
Gambar 6.4 Lokasi tempat Checkpoint Coffee.....	69
Gambar 6.5 <i>Feeds</i> Instagram Warung Fotkop.....	70
Gambar 6.6 Suasana tempat Warung Fotkop.....	71
Gambar 8.1 <i>Strategic Roadmap</i> Kopi Amat	75
Gambar 8.2 Survei Ketertarikan Konsumen	79
Gambar 8.3 Survei Saran Konsumen.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Survei Faktor Utama dan Tingkat Kepuasan Konsumen.....	A-1
Lampiran B Hasil Survei Ketertarikan dan Saran Konsumen	B-1
Lampiran C Hasil Perhitungan dari Survei Internal Kopi Amat.....	C-1

