

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT telah melimpahkan berkat dan kasih-Nya sehingga dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Analisis Strategi Pemasaran Dalam Perusahaan *Food & Beverage* di Indonesia (Studi Kasus Pada Etnokopi)” tepat pada waktunya.

Laporan skripsi ini merupakan persyaratan akhir bagi mahasiswa yang wajib ditempuh sesuai dengan kurikulum Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Pelita Harapan. Dalam pembuatan laporan tugas akhir ini tentu tidak lepas dari peran serta dukungan oleh berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Eric Jobiliong, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi
2. Bapak Laurence, S.T., M.T. selaku Direktur Administrasi dan Kemahasiswaan Fakultas Sains dan Teknologi
3. Ibu Priskila Christine Rahayu, S.SI., M.T. selaku Ketua Program Studi Teknik Industri
4. Bapak Prof. Dr. Manlian Ronald A. Simanjuntak. S.T., M.T., D. Min selaku pembimbing utama tugas akhir yang selalu memberikan bimbingan, mendukung serta mengarahkan penulis dalam pengerjaan laporan hingga akhirnya dapat diselesaikan tepat pada waktunya
5. Bapak Rudy V. Silalahi, S.E., M.T. selaku pembimbing pendamping tugas akhir yang selalu memberikan bimbingan, mendukung serta mengarahkan penulis dalam pengerjaan laporan hingga akhirnya dapat diselesaikan tepat pada waktunya
6. Teh Mila selaku pemilik Etnokopi yang telah membantu dan mengizinkan untuk menganalisa kafenya serta memberikan data yang dibutuhkan
7. Semua pihak lain yang tidak bisa saya sebutkan satu-satu, yang telah membantu dan mendukung saya selama pembuatan laporan tugas akhir

Adapun permohonan maaf atas kekurangan baik dari segi penggunaan bahasa maupun penulisan. Dengan demikian adanya kritik maupun saran dapat membantu untuk melengkapi dan menyempurnakan isi dari laporan ini.

Tangerang, 13 Februari 2020

(Farras Sasqia Putri)



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	
PERNYATAAN TENTANG TUGAS AKHIR DAN PENYERAHAN HAK NONEKSLUSIF TANPA ROYALTI.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	
PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Permasalahan Penelitian	1
1.2 Rumusan Permasalahan Penelitian.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Batasan Permasalahan Penelitian	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
2.1 <i>The Strategic-Management Model</i>	6
2.2 <i>Types of Strategies</i>	7
2.2.1 <i>Integration Strategy</i>	7
2.2.2 <i>Intensive Strategy</i>	7
2.2.3 <i>Diversification Strategy</i>	8
2.2.4 <i>Defensive Strategy</i>	9
2.3 Pengertian Pemasaran	9
2.4 <i>Marketing Mix (7P)</i>	10
2.4.1 <i>Product</i>	10
2.4.2 <i>Price</i>	11
2.4.3 <i>Place</i>	11
2.4.4 <i>Promotion</i>	11
2.4.5 <i>People</i>	11
2.4.6 <i>Process</i>	12
2.4.7 <i>Physical Evidence</i>	12
2.5 <i>Business Model Canvas (BMC)</i>	12
2.6 Analisis SWOT	15
2.6.1 Analisis Internal.....	16
2.6.1.1 Matriks <i>Internal Factor Evaluation (IFE)</i>	17

2.6.2 Analisis Eksternal	18
2.6.2.1 Matriks <i>External Factor Evaluation</i> (EFE)	19
2.6.3 Diagram Kartesius	20
2.6.4 Matriks SWOT	21
2.7 Hasil Penelitian yang Relevan.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Penelitian Pendahuluan	26
3.2 Perumusan Masalah.....	26
3.3 Tujuan Penelitian.....	27
3.4 Kajian Pustaka.....	27
3.5 Pengumpulan dan Pengolahan Data	27
3.6 Analisis dan Pembahasan	28
3.7 Kesimpulan dan Saran.....	28
3.8 Diagram Alur Penelitian.....	29
BAB IV PENGUMPULAN, PENGOLAHAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Prospek Industri Makanan dan Minuman di Indonesia.....	31
4.2 Manajemen proyek kedai kopi Etnokopi	35
4.2 Data Pengunjung Etnokopi.....	39
4.3 Wawancara Awal	42
4.4 Strategi Perusahaan yang Diterapkan Etnokopi	49
4.5 <i>Business Model Canvas</i> (BMC)	51
4.6 Kuesioner Penelitian	56
4.7 Uji Kecukupan Data	69
4.8 Profil Responden Pengunjung	70
4.9 Uji Validitas Pada Kuesioner	73
4.10 Uji Reliabilitas Pada Kuesioner	75
4.11 Lingkungan Internal	77
4.11.1 Analisis Nilai Matriks IFE	82
4.11.2 Analisis Total Skor Tertimbang Matriks IFE	83
4.12 Lingkungan Eksternal	83
4.12.1 Analisis Nilai Matriks EFE	100
4.12.2 Analisis Total Skor Tertimbang Matriks EFE	108
4.13 Diagram Kartesius.....	108
4.14 Matriks SWOT	110
4.14.1 Analisis Matriks SWOT	118
4.15 Usulan Implementasi Strategi	118
4.16 <i>Business Model Canvas</i> Baru	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	125
5.1 Kesimpulan.....	125
5.2 Saran.....	127

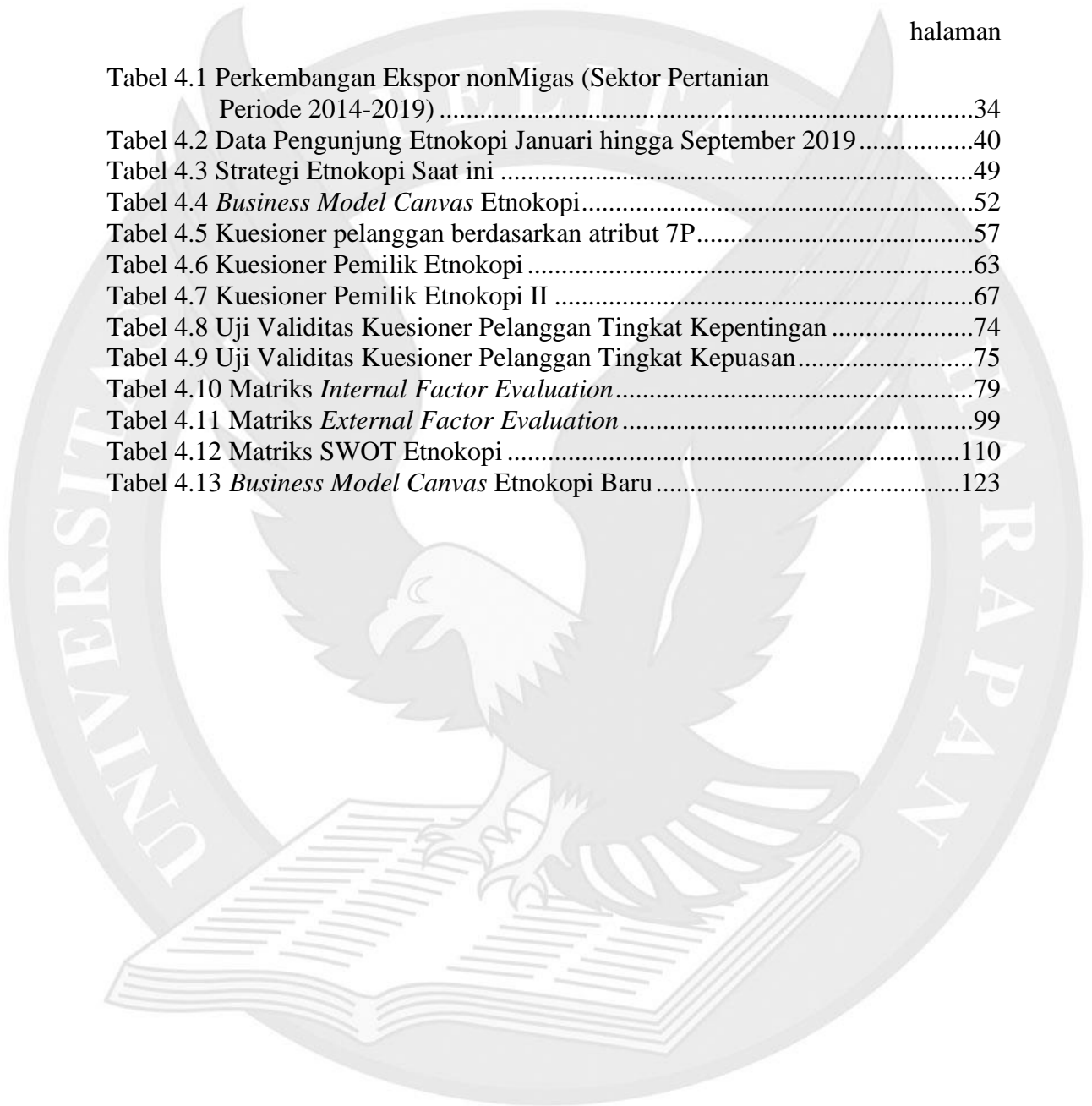
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Strategic-Management Model</i>	6
Gambar 2.2 Model Sederhana Proses Pemasaran	10
Gambar 2.3 Matriks Business Model Canvas	13
Gambar 2.4 Diagram SWOT	16
Gambar 2.5 Diagram Kartesius SWOT	21
Gambar 3.1 Diagram Alur Penelitian	30
Gambar 4.1 Pertumbuhan Ekspor Produk Kopi	32
Gambar 4.2 Konsumsi Kopi Nasional (2016-2021)	33
Gambar 4.3 Logo Etnokopi.....	35
Gambar 4.4 Tampak Depan Kedai Kopi Etnokopi	36
Gambar 4.5 Lantai 1 Kedai Kopi Etnokopi	37
Gambar 4.6 Lantai 2 Kedai Kopi Etnokopi	37
Gambar 4.7 Menu Kedai Kopi Etnokopi	39
Gambar 4.8 Grafik Data Penjualan 2019	41
Gambar 4.9 Umur	71
Gambar 4.10 Jenis Kelamin	72
Gambar 4.11 Jenis Pekerjaan	72
Gambar 4.12 Jumlah Kedatangan Pelanggan	73
Gambar 4.13 Media.....	73
Gambar 4.14 Uji Reliabilitas Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	77
Gambar 4.15 Uji Reliabilitas Tingkat Kepentingan Pelanggan	78
Gambar 4.16 Tingkat Penggunaan <i>E-Commerce</i> di Indonesia Tahun 2019	86
Gambar 4.17 Alasan Pedagang Memilih Berjualan Online Pada Tahun 2019	87
Gambar 4.18 Total Konsumsi Kopi di Indonesia Tahun 1990-2018 (dalam 1000 <i>bags</i>)	96
Gambar 4.19 Diagram Kartesius.....	110

DAFTAR TABEL

	halaman
Tabel 4.1 Perkembangan Ekspor nonMigas (Sektor Pertanian Periode 2014-2019)	34
Tabel 4.2 Data Pengunjung Etnokopi Januari hingga September 2019	40
Tabel 4.3 Strategi Etnokopi Saat ini	49
Tabel 4.4 <i>Business Model Canvas</i> Etnokopi.....	52
Tabel 4.5 Kuesioner pelanggan berdasarkan atribut 7P.....	57
Tabel 4.6 Kuesioner Pemilik Etnokopi	63
Tabel 4.7 Kuesioner Pemilik Etnokopi II	67
Tabel 4.8 Uji Validitas Kuesioner Pelanggan Tingkat Kepentingan	74
Tabel 4.9 Uji Validitas Kuesioner Pelanggan Tingkat Kepuasan.....	75
Tabel 4.10 Matriks <i>Internal Factor Evaluation</i>	79
Tabel 4.11 Matriks <i>External Factor Evaluation</i>	99
Tabel 4.12 Matriks SWOT Etnokopi	110
Tabel 4.13 <i>Business Model Canvas</i> Etnokopi Baru	123



DAFTAR LAMPIRAN

	halaman
Lampiran A	
Rancangan Kuesioner	A-1
Hasil Kuesioner Tingkat Kepentingan Pelanggan	A-2
Hasil Kuesioner Tingkat Kepuasan Pelanggan.....	A-3
Tingkat Kepentingan Pelanggan	A-4
Tingkat Kepuasan Pelanggan	A-5
Profil Responden Kuesioner Pelanggan	A-6

